

ISSN 2072-0297

Молодой учёный

Научный журнал

Выходит два раза в месяц

№ 8 (88) / 2015

РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ:

Главный редактор: Ахметова Галия Дуфаровна, доктор филологических 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

Авдеюк Оксана Алексеевна, кандидат технических 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

Игнатова Мария Александровна, кандидат искусствоведения

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

Кучерявенко Светлана Алексеевна, кандидат экономических наук

Лескова Екатерина Викторовна, кандидат физико-математических наук

Макеева Ирина Александровна, кандидат педагогических наук

Матроскина Татьяна Викторовна, кандидат экономических наук

Мусаева Ума Алиевна, кандидат технических наук

Насимов Мурат Орленбаевич, кандидат политических наук

Прончев Геннадий Борисович, кандидат физико-математических наук

Семахин Андрей Михайлович, кандидат технических наук

Сенюшкин Николай Сергеевич, кандидат технических наук

Ткаченко Ирина Георгиевна, кандидат филологических наук

Яхина Асия Сергеевна, кандидат технических наук

На обложке изображен Габдулла Тукай (1886–1913) — татарский народный поэт и переводчик, литературный критик, публицист, общественный деятель.

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:

420126, г. Казань, ул. Амирхана, 10а, а/я 231. E-mail: info@moluch.ru; http://www.moluch.ru/.

Учредитель и издатель: ООО «Издательство Молодой ученый»

Тираж 1000 экз.

Отпечатано в типографии издательства «Молодой ученый», г. Казань, ул. Академика Арбузова, д. 4

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

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

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

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

Ответственные редакторы:

Кайнова Галина Анатольевна

Осянина Екатерина Игоревна

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)

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)

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

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

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)

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

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

Узаков Гулом Норбоевич, кандидат 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)

Художник: Шишков Евгений Анатольевич

Верстка: Бурьянов Павел Яковлевич

СОДЕРЖАНИЕ

ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ

Кабешева А. М., Кравец А. И.

Экспресс-оценка вероятности банкротства
коммерческого банка 545

Карташевич Е. В., Агишева А. В., Григорьева А. А.

Исследование зависимости уровня
удовлетворенности трудом персонала
от занимаемой должности (на примере
Управления Федерального казначейства
по Ростовской области) 548

Козисова Е. О., Мулюкина В. Е., Нечипоренко Л. В.

Оценка влияния минимального размера оплаты
труда на среднемесячную заработную плату
в Самарской области..... 551

Кошелева А. И.

Методологические подходы
к совершенствованию механизмов реализации
инвестиционных проектов в сфере туризма ... 555

Кузнецова Ю. А.

О сущности категории «эффективность»
в контексте территориального развития 558

Ледовская Е. А.

Состояние рынка стоматологических услуг
в Курске..... 562

Ломова Г. Ю., Малюк Ю. А., Плотников И. А.

Специфика учета доходов и расходов торговых
организаций, применяющих упрощенную
систему налогообложения 565

Матрасулов Б., Обидов Р. А.,

Роль сбережений в воспроизводственном
процессе..... 569

Мельникова Т. В.

Методика проведения анализа основных
средств организации 570

Митрофанова И. А., Тлисов А. Б.

Компаративный анализ налоговых систем РФ,
США и КНР 573

Михайлова Е. Н., Аникин А. В.

Декомпозиционный анализ процесса ипотечного
кредитования: субъекты, объекты, типы
и функции моделей взаимодействия..... 578

Москалева Е. Г., Бутяева А. В.,

Кожевникова Е. Е.
Проблемы внедрения энергосберегающих
технологий в Республике Мордовия..... 582

Москалева Е. Г., Чегодайкина Ю. А., Шукшина М. А.

Проблемы и перспективы развития
энергосбережения в российской
строительной отрасли..... 585

Назаренко В. А., Бочкова Е. В.

Основные проблемы и пути совершенствования
интернет-банкинга в России 587

Нарижняк М. О.

Сущность управленческого решения 590

Нестеров Е. В.

Международные контейнерные перевозки
в логистических цепях поставок..... 592

Обидов Р. А., Рахматов К. У.

Процесс принятия решений
при управленческом учете..... 595

Умаралиев О. Р., Обидов Р. А.

Роль лизинга в инфраструктуре сельского
хозяйства..... 597

Обидов Р. А., Хасанова Н. Б.

Особенности масложировой промышленности
и их влияние на организацию учета затрат
и калькуляцию себестоимости продукции..... 599

Пенькова Н. В., Ильина Е. Г., Вареник А. В. Социально-демографическое состояние Курской области 601	Рудская Е. Н., Десятниченко Л. В. Искусственный интеллект для бизнеса: трансформация эффективных запросов в реальные продажи 621
Петрова В. О. Динамика иностранных инвестиций в российскую экономику в современных условиях 603	Рудская Е. Н., Полтавская Ю. Ю. Клиентский опыт (Customer Experience) как инструмент обратной связи в системе интеллектуального анализа данных 631
Плюхина Н. А. Предприятия транспортировки нефти на современном этапе: проблемы и перспективы развития..... 606	Рудская Е. Н., Скабарова А. А. Деловой туризм: проблемы, тенденции, перспективы..... 639
Полулех С. С. Целесообразность строительства железнодорожного тоннеля между островом Сахалин и материком 609	Рябова Г. А. Обзор международного и российского опыта слияний и поглощений на фармацевтическом рынке 646
Райимбердиева О. Р., Бекмухамедова Б. У. Устойчивое развитие малого бизнеса и частного предпринимательства — приоритетная задача улучшения экономики региона 611	Саранцева Е. Г., Николаева М. О. Проблема анализа качественных показателей кондитерской продукции предприятий пищевой промышленности региона 649
Романцова Д. В., Денисевич Е. И. Проблемы развития молодежного предпринимательства 614	Селезнева М. М. Построение эффективной системы внутреннего контроля в целях противодействия легализации преступных доходов и финансированию терроризма в кредитной организации 653
Ропотан С. В., Артёменко А. С., Скарнина Е. В. Проблемные аспекты формирования финансовых результатов организаций в современной экономике..... 618	Сибатулина Д. Р. Системный анализ в логистике снабжения ресторанного бизнеса 656

ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ

Экспресс-оценка вероятности банкротства коммерческого банка

Кабешева Анна Михайловна, кандидат экономических наук, доцент;

Кравец Артем Игоревич, магистрант

Ивановский государственный политехнический университет

Рассматриваются проблемы финансовой устойчивости и диагностирования вероятности банкротства коммерческих банков. Предлагается авторская методика экспресс-диагностики вероятности банкротства банка внешними пользователями финансовой информации.

Ключевые слова: банк, банкротство банка, диагностика банкротства банка, рейтинговая оценка.

Проблема раннего диагностирования банкротства коммерческих банков сегодня становится актуальной как никогда. Только за полтора месяца ЦБ РФ были отозваны лицензии у шести банков, а в прошлом году лицензий лишились порядка семидесяти банков, а восемь банков было ликвидировано. В сложившейся экономической и политической ситуации чрезвычайно важным становится вопрос — «кто следующий?». Стоит отметить, что данный вопрос значим не только банкиров, но и других субъектов экономических отношений, которые заинтересованы в сотрудничестве с устойчивыми и надежными кредитными организациями.

Ответ на поставленный вопрос лежит в плоскости рассматриваемой проблематики. Изучив существующие методики диагностики банкротства кредитных организаций, мы пришли к выводу, что специализированных методик как таковых не существует. Практически все методики рассматривают состояние банка только на один определенный момент времени и не учитывают характер изменения основных финансовых показателей во времени. Данные методики скорее констатируют факт банкротства или его отсутствия, а не прогнозируют его в течение какого-то промежутка времени. Кроме того, непрозрачность большинства методик расчета рейтингов делают их весьма субъективными. Чрезмерное количество используемых показателей также затрудняет использование некоторых методик.

Именно поэтому, в рамках нашего исследования разработана методика диагностирования банкротства коммерческого банка, которая включает анализ важнейших направлений его деятельности и может быть доступной для всех заинтересованных субъектов финансового рынка. В основе данной методики лежат показатели, используемые ЦБ РФ, рейтинговыми агентствами и некоторыми

авторскими методиками анализа финансовой устойчивости коммерческих банков. Для анализа необходима информация только из официальной отчетности. Данная информация в обязательном порядке публикуется на сайтах всех банков и на сайте Банка России.

Как известно, в качестве правовой основы для признания банкротом банковской организации выступает федеральный закон №40 «О несостоятельности (банкротстве) кредитных организаций», в соответствии с которым под несостоятельностью (банкротством) кредитной организации понимается признанная арбитражным судом ее неспособность удовлетворить требования кредиторов по денежным обязательствам и (или) исполнить обязанность по уплате обязательных платежей. Из официальной трактовки следуют два принципиальных обстоятельства, при наступлении которых банку грозит банкротство:

— неуплата обязательных платежей и неисполнение требований кредиторов (в том числе, вкладчиков) в течение 14 дней;

— снижение стоимости имущества банка до той отметки, когда его становится недостаточно для уплаты обязательных платежей и исполнения кредиторских требований.

Именно эти принципы положены в основу предлагаемой методики, которая предполагает использование следующих критериев оценки: изменение величины собственного капитала; нарушение обязательных нормативов достаточности капитала и нормативов ликвидности; снижение рентабельности капитала и рентабельности активов, а также уровня деловой активности банка.

Реальное выражение названные критерии находят в расчете финансовых коэффициентов банка, которые, с одной стороны взаимосвязаны, с другой стороны, место каждого обусловлено его значимостью именно с точки

зрения поставленной задачи диагностирования вероятности банкротства. Универсальность предлагаемой методики заключается в том, что все коэффициенты могут быть количественно определены.

Используемые в методике коэффициенты включают показатели абсолютной величины уставного капитала; темпы роста абсолютной величины собственного капитала; нарушение норматива достаточности капитала; нарушение нормативов ликвидности; рентабельность капитала; рентабельность активов; темпы роста прибыли, доходов, активов банка.

Кроме того, количественные показатели дополнены качественными характеристиками, а именно: продолжительность деятельности банка и участие в системе страхования вкладов.

Заключительным этапом является ранжирование коммерческих банков в соответствии с предлагаемым ал-

горитмом по следующим классификационным группам: банки с максимальной вероятностью банкротства; банки с высокой вероятностью банкротства; банки с низкой вероятностью банкротства; банки с минимальной вероятностью банкротства.

Авторский алгоритм диагностирования вероятности банкротства коммерческого банка представлена на рис. 1.

Апробация разработанной методики проводилась на основании информационной базы, отражающей сведения о деятельности российских коммерческих банков. Нами были выбраны банки с различной величиной активов, а также специально были включены в расчет два банка, лишённые лицензии в 2015 году. Для анализа были использованы показатели деятельности выбранных коммерческих банков за 2013–2014 годы. Результаты расчета приведены в таблице 1.

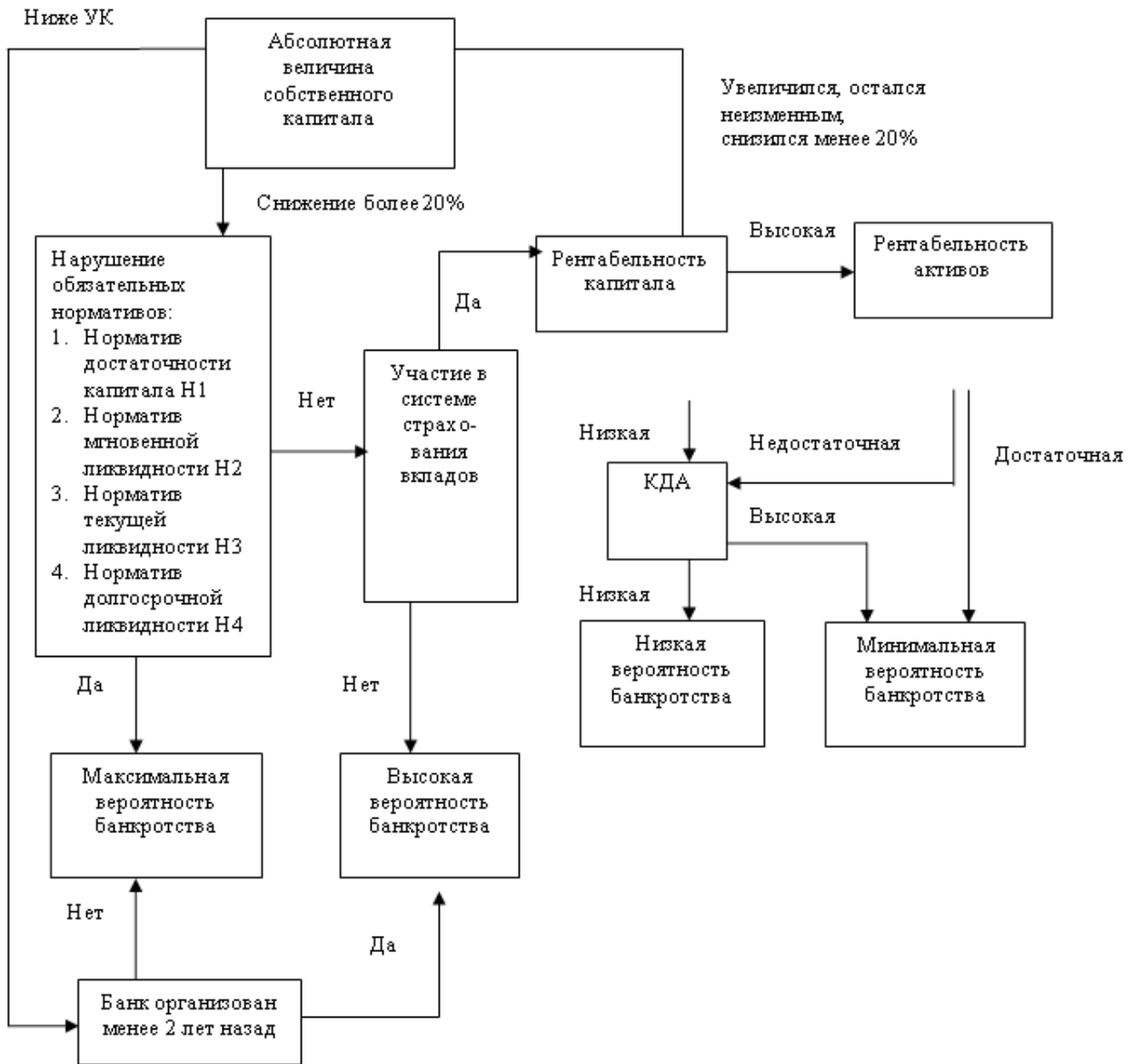


Рис. 1. Алгоритм диагностирования вероятности банкротства коммерческого банка

Таблица 1. Результаты расчета показателей в соответствии с авторской методикой

Название банка	Срок работы банка	Участие в ССВ	Изменение величины СК	Нарушение обязат. нормативов	Уровень РОЕ	Уровень КДА	Уровень РОА
ПАО «БИНБАНК»	21 год	да	увеличился	не нарушены	высокий	низкий	достаточный
ОАО АКБ «Пробизнесбанк»	21 год	да	снизился на 3,8%	не нарушены	высокий	низкий	достаточный
АО КБ «ИВАНОВО»	22 года	да	увеличился	не нарушены	высокий	высокий	достаточный
АКБ «Кранбанк» (ЗАО)	21 год	да	увеличился	не нарушены	высокий	низкий	достаточный
ООО КБ «Сургутский Центральный»	24 года	да	снизился на 88%	не нарушены	низкий	низкий	недостаточный
ООО КБ «АкадемРусБанк»	24 года	нет	увеличился	нарушен норматив Н2	низкий	низкий	недостаточный

Таблица 2. Рейтинговая оценка банков

Рейтинговое агентство / Название банка	S&P	Moody's	Fitch	Рус-рейтинг	Экспер РА	НРА	AK&M
ПАО «БИНБАНК»	ruBBB+	отозван	-	AA+	A+	AA	-
ОАО АКБ «Пробизнесбанк»	-	Baa2. ru	отозван	AA — возможное понижение	-	-	-
АО КБ «ИВАНОВО»	-	-	-	-	A стабильный	-	-
АКБ «Кранбанк» (ЗАО)	-	-	-	-	A стабильный	-	отозван
ООО КБ «Сургутский Центральный»	-	-	-	-	-	-	-
ООО КБ «АкадемРусБанк»	-	-	-	-	-	-	-

Используя предложенный алгоритм, можно сделать вывод о вероятности банкротства анализируемых банков. Итак, минимальную вероятность банкротства имеют ЗАО «БИНБАНК», ОАО КБ «Пробизнесбанк», АО КБ «ИВАНОВО», АКБ «Кранбанк» (ЗАО). ООО КБ «Сургутский Центральный» можно отнести к группе банков с высокой вероятностью банкротства, а ООО КБ «АкадемРусБанк» к банкам с максимальной вероятностью банкротства.

Для дальнейшего применения методики на практике немаловажным является вопрос достоверности полученных результатов. С одной стороны, полученные результаты подтверждаются современной ситуацией в анализируемых кредитных организациях (в 2015 году Банк России отозвал лицензии именно у КБ «Сургутский Цент-

тральный» и КБ «АкадемРусБанк»), с другой стороны, имеющимися оценками рейтинговых агентств.

Доступные сведения по рейтингам анализируемых банков систематизированы в таблице 2. Очевидно, что далеко не все банки представлены в расчетах рейтинговых агентств. Тем не менее, имеющиеся данные подтверждают полученные результаты по авторской методике.

Таким образом, можно сделать вывод, что методика дает достоверные результаты и может найти дальнейшее применение в практике банковского дела, в том числе и для экспресс оценки вероятности банкротства банка внешними пользователями финансовой информации, потенциальными клиентами, инвесторами и иными контрагентами.

Литература:

1. О несостоятельности (банкротстве) кредитных организаций: Федеральный закон от 26 февраля 1999 г. № 40 — ФЗ (ред. 28.07.2012).
2. Инструкция № 110-И от 16.01.2004 «Об обязательных нормативах банков» (ред. 28.04.2012)

3. Львов, В. С., Иванов, В. В. Анализ надежности банка: практическое пособие / В. С. Львов, В. В. Иванов. — М.: Издательство «Русская Деловая Литература», 1999.
4. Банки. ru — информационно-сервисный портал о банках [Электронный ресурс]. URL: <http://bank.ru/>
5. ЦБ РФ [Электронный ресурс]/официальный сайт. URL: <http://www.cbr.ru/>

Исследование зависимости уровня удовлетворенности трудом персонала от занимаемой должности (на примере Управления Федерального казначейства по Ростовской области)

Карташевич Екатерина Владимировна, доцент, доктор социологических наук;
Агишева Алина Вильдановна, студент;
Григорьева Анна Александровна, студент
Южный федеральный университет (г. Ростов-на-Дону)

Статья посвящена проблеме диагностики уровня удовлетворенности трудом персонала. В ходе исследования установлено, что между уровнем удовлетворенности трудом и занимаемой должностью существует прямая зависимость. Определен уровень удовлетворенности трудом по категориям персонала и по факторам на примере организации государственного сектора экономики.

Ключевые слова: *удовлетворенность трудом, факторы удовлетворенности трудом, мотивация персонала, отношение к труду, labour satisfaction, labour satisfaction factors, motivation, attitude to labour.*

Диагностика удовлетворенности трудом персонала — одно из популярных направлений исследований в системе менеджмента человеческими ресурсами, позволяющее оценить эффективность мотивационной политики организации.

Большинство методик исследования в данной области связаны с выявлением и интерпретацией интегрального индекса удовлетворенности персонала. Но такой подход представляется ограниченным, так как он описывает среднюю величину показателя по всем категориям работников и не позволяет оценить негативные тенденции.

Решением данной проблемы может стать правильный выбор объекта исследования в рамках организации: менеджеры высшего звена, менеджеры среднего звена, менеджеры низшего звена, исполнители. По нашему мнению, место работника в должностной иерархии напрямую влияет на уровень удовлетворенности: чем выше занимаемая позиция, тем выше удовлетворенность.

Чтобы подтвердить или опровергнуть эту гипотезу, нами было проведено исследование в одном из подразделений Управления Федерального казначейства по Ростовской области (УФК по Ростовской области).

В пирамиде управления организацией традиционно выделяют 4 ступени: менеджеры высшего звена, менеджеры среднего звена, менеджеры низшего звена, исполнители

К каждой из четырех вышеобозначенных категорий мы отнесли соответствующие должности, принятые в УФК по Ростовской области. Критериями распределения выступили властные полномочия, уровень ответственности и принятия решений (рис. 1)

В качестве метода изучения удовлетворенности трудом сотрудников организации мы разработали специальную анкету. При составлении анкеты мы опирались на работу В.А. Балдаева, который изучал мотивацию государственных служащих и выявил факторы, влияющие на мотивацию в большей степени [1, с. 147].

Разработанная нами анкета представляет собою перечень из 18 факторов, уровень удовлетворенности по которым респонденты должны оценить по десятибалльной шкале, где 10 — максимальный уровень удовлетворенности, а 1 — минимальный (итого по 18 факторам максимальное число баллов — 180).

Результаты исследования представлены на графике, где отражена зависимость уровня удовлетворенности трудом профессиональных категорий персонала УФК по Ростовской области (рис. 2). Ось абсцисс — должность, за ось ординат — уровень удовлетворенности.

Наша гипотеза подтвердилась: существует прямая зависимость между занимаемой должностью и уровнем удовлетворенности.

Чем можно объяснить данную тенденцию? На наш взгляд, ответ на этот вопрос мы можем связать с теорией мотивации А. Маслоу. В иерархии потребностей А. Маслоу выделил 5 уровней: физиологические потребности, потребность в безопасности, социальные потребности, потребность в самоутверждении, потребность в самоактуализации. Каждый из 18 факторов, по которым мы оценивали уровень удовлетворенности, относится к каждому из 5 уровней (рис. 3).

Согласно теории, для того чтобы перейти к более высокой ступени потребностей, необходимо удовлетворить



Рис. 1. Должностная иерархия в УФК

предыдущий уровень. Более высокая занимаемая позиция в организации предоставляет более широкий спектр возможностей для удовлетворения потребностей, как низшего уровня, так и высшего.

Применительно к государственным служащим высшего звена, работающим в УФК по Ростовской области, это отражается в следующем: уровень заработной платы выше, а продолжительность отпуска длиннее, чем у исполнителей, менеджеров низшего и среднего звена; собственный кабинет, наличие служебного телефона; высокий статус занимаемой должности; уважение коллег; широкие полномочия, самостоятельность.

Рассмотрим пофакторно удовлетворенность трудом у четырех категорий сотрудников при помощи диаграммы (рис. 4).

Как видно из диаграммы, категория «Исполнители» имеет самые низкие результаты удовлетворенности среди

остальных трех по факторам: уровень оплаты труда, условия работы, стиль управления, признание заслуг и похвала руководства, должностное продвижение, самостоятельность при принятии решений. При этом самый низкий показатель удовлетворенности — уровень оплаты труда (7,50), а самый высокий — удобный режим труда и отдыха (9,53).

Результаты категории «Менеджеры низшего звена» незначительно отличаются от «Исполнителей». Существенное расхождение — должностное продвижение («Менеджеры низшего звена» — 9,03; «Исполнители» — 7,69). Данный факт можно объяснить тем, что менеджеры в малой степени, но уже удовлетворили свои должностные амбиции, а исполнители нет.

«Менеджеры среднего звена» удовлетворены в большей степени, чем две предыдущие категории по факторам: уровень оплаты труда, отношения с кол-

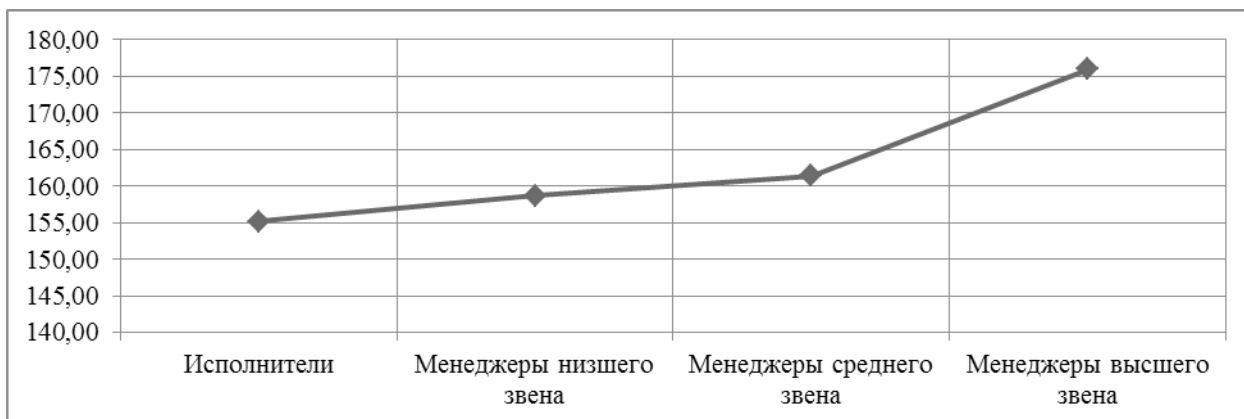


Рис. 2. График зависимости удовлетворенности от должностного уровня

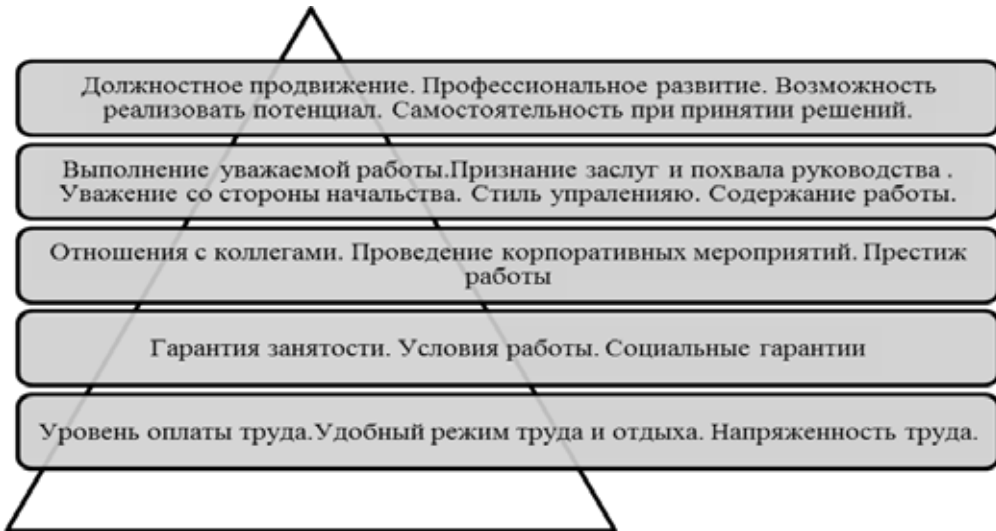


Рис. 3. Иерархия факторов удовлетворенности трудом в УФК в соответствии с пирамидой А. Маслоу

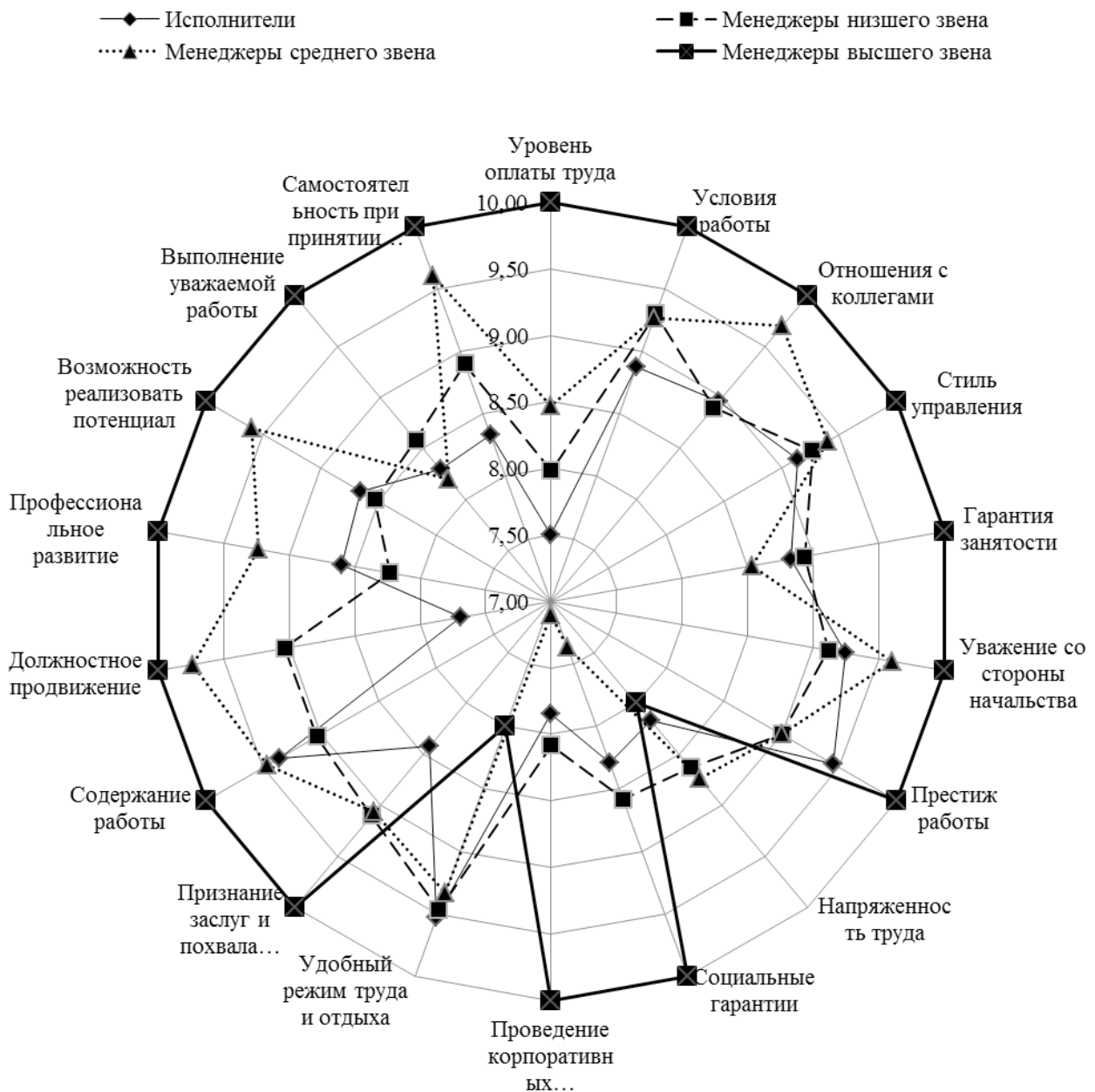


Рис. 4. Удовлетворенность трудом работников УФК по должностному уровню

легами, стиль управления, уважение со стороны начальства, напряженность труда, профессиональное развитие, возможность реализовать потенциал, самостоятельность при принятии решений. Но мы наблюдаем сравнительно низкие результаты среди всех категорий по факторам: корпоративные мероприятия, социальные гарантии, гарантии занятости. В ходе дополнительного анкетирования мы выяснили, что фактор «Проведение корпоративных мероприятий» сотрудники считают совершенно неважным среди остальных, но факторы «Социальные гарантии» и «Гарантии занятости» важны для менеджеров среднего звена. Это связано с тем, что должности начальник отдела и заместитель начальника отдела подразумевают высокий уровень ответственности за подчиненных. Ошибки подчиненных — это ошибки их руководителей. Многократные ошибки грозят увольнением, поэтому менеджеры среднего звена могут испытывать чувство страха относительно своего будущего. Ведь если их действительно уволют, то найти работу, соответству-

ющую по статусу бывшей должности, довольно трудно, а соглашаться на нижестоящую должность не позволяют амбиции.

Менеджеры высшего звена максимально удовлетворены по всем факторам кроме напряженности труда и удобного режима труда и отдыха, при этом эти два факторы имеют самые низкие показатели среди всех должностных категорий. Причиной этого является характер работы руководителей высшего звена: ответственность, постоянный контроль за подчиненными, принятие важнейших решений и т.д. обуславливают относительно низкую удовлетворенность.

Таким образом, можно сказать, что уровень удовлетворенности персонала зависит от позиции в компании. Поэтому целесообразно диагностировать удовлетворенность по категориям работников, чтобы получить не усредненный показатель, а реальные данные, на основании которых можно вовремя скорректировать систему мотивации персонала.

Литература:

1. Балдаев, В. А. Определение мотивации труда государственных гражданских служащих в Иркутской области (с помощью социологического опроса) // Проблемы теории и практики управления. — 2009. — №6. — с. 146–149.
2. Бельчик, Т. А. Удовлетворенность различными аспектами трудовой деятельности как фактор роста производительности труда // Фундаментальные исследования. — 2013. — №8–6. — с. 1430–1433
3. Жуйкова, М. А. Удовлетворенность трудом как объект социологического изучения // Вестник Удмуртского университета. — 2014. — №3–1. — с. 18–22.

Оценка влияния минимального размера оплаты труда на среднемесячную заработную плату в Самарской области

Козисова Елена Олеговна, студент;

Мулюкина Валерия Евгеньевна, студент;

Нечипоренко Людмила Владимировна, кандидат экономических наук, старший преподаватель

Поволжский государственный университет сервиса (г. Тольятти, Самарская обл.)

Подтверждается гипотеза о наличии влияния МРОТ на среднемесячную заработную плату по Самарской области.

Ключевые слова: среднемесячная заработная плата, МРОТ, экономико-математическое моделирование.

В условиях рынка минимальный размер оплаты труда является одним из главных инструментов при государственном регулировании уровня заработной платы, так как призван оградить работника от произвола со стороны работодателя при определении цены рабочей силы. Как свидетельствует зарубежный опыт, установление минимальной заработной платы направлено на устранение чрезмерной эксплуатации рабочей силы, поддержание покупательной способности населения, обеспечение экономической стабильности и равной оплаты за равный труд, противодействие недобросовестной конкуренции между товаропроизводителями.

Дальнейшее исследование посвящено оценке влияния МРОТ на среднемесячную заработную плату в Самарской области.

В таблице 1 представлены статистические данные о среднемесячной заработной плате по Самарской области за десять лет [5], рассчитаны абсолютный прирост, темп роста, темп прироста и абсолютное значение 1 % прироста.

Таблица 1. Размер среднемесячной заработной платы по Самарской области за 2004–2013 годы, руб.

Показатель	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Среднемесячная заработная плата	6398,9	8088,3	10154,8	12540,2	14863,6	16895	18958,4	20780	23221,1	25928,2
1. Абсолютный прирост										
— базисный	-	1689,40	3755,90	6141,30	8464,70	10496,10	12559,50	14381,10	16822,20	19529,30
— цепной	-	1689,40	2066,50	2385,40	2323,40	2031,40	2063,40	1821,60	2441,10	2707,10
2. Темп роста										
— базисный	-	126,40	158,70	195,97	232,28	264,03	296,28	324,74	362,89	405,20
— цепной	-	126,40	125,55	123,49	118,53	113,67	112,21	109,61	111,75	111,66
3. Темп прироста										
— базисный	-	26,40	58,70	95,97	132,28	164,03	196,28	224,74	262,89	305,20
— цепной	-	26,40	25,55	23,49	18,53	13,67	12,21	9,61	11,75	11,66
4. Абсолютное значение 1% прироста	-	63,99	80,88	101,55	125,40	148,64	168,95	189,58	207,80	232,21

Анализируя данные таблицы 1 можно сказать, что показатели имеют положительную динамику, за 10 лет среднемесячная заработная плата в регионе возрастала в среднем на 2169,92 руб. в месяц.

В качестве показателя, оказывающего влияние на среднемесячную заработную плату был выбран минимальный размер оплаты труда (МРОТ) за аналогичный период [5].

Таблица 2. Размер МРОТ за 2004–2013 годы

Год	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Размер МРОТ	600	720	800	1100	2300	4330	4330	4611	4611	5205

Предварительная обработка динамического ряда состоит в сглаживании ряда. Для точности и наглядности построения графика необходимо произвести сглаживание по пяти точкам, которое отобразим в таблице 3.

Таблица 3. Сглаживание показателя по пяти точкам

Показатель	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Среднемесячная заработная плата, руб.	6132,96	8271,07	10409,18	12508,38	14682,41	16807,45	18943,63	21156,56	23389,47	25622,38

Для определения наличия тренда временного ряда используется метод проверки разностей средних уровней. Динамический ряд разбивается на 2 равные части и по каждой части находятся средние значения и исправленная дисперсия [3].

Таблица 4. Результаты расчетов средних значений показателей динамического ряда и исправленных дисперсий

Первая часть ряда		Вторая часть ряда	
Среднее значение, $ЗП_1$	Исправленная дисперсия, S_1^2	Среднее значение, $ЗП_2$	Исправленная дисперсия, S_2^2
10400,8	11381,08	21183,9	12184,38

После этого проверяется гипотеза о равенстве дисперсий этих совокупностей на основе F-критерия Фишера — Снедекора. Расчетное значение сравнивается с табличным критическим при уровне погрешности 5% и степенями свободы

$k_1=4$ и $k_2=4$. $F_{расч} < F_{табл}$, следовательно, расхождение между дисперсиями случайно, то есть тренд существует. Проверяется окончательная гипотеза о наличии, которая производится с использованием t-критерия Стьюдента.

Расчетное значение t-критерия сравнивается с табличным при уровне значимости ($\leq 0,05$) и степенями свободы $k = n_1 + n_2 - 2$. $t_{расч} > t_{табл}$, следовательно, тренд существует. Расчетные значения обозначенных критериев представлены в таблице 5.

Таблица 5. Расчетные значения критериев Фишера-Снедекора и Стьюдента

Критерий Фишера-Снедекора		Критерий Стьюдента	
Fрасч	Fтабл	tрасч	tтабл
1,07	6,39	2,48	2,31

Модель выражается уравнением с определенной зависимостью между параметрами, выявление характера такой зависимости возможно с помощью визуального метода.

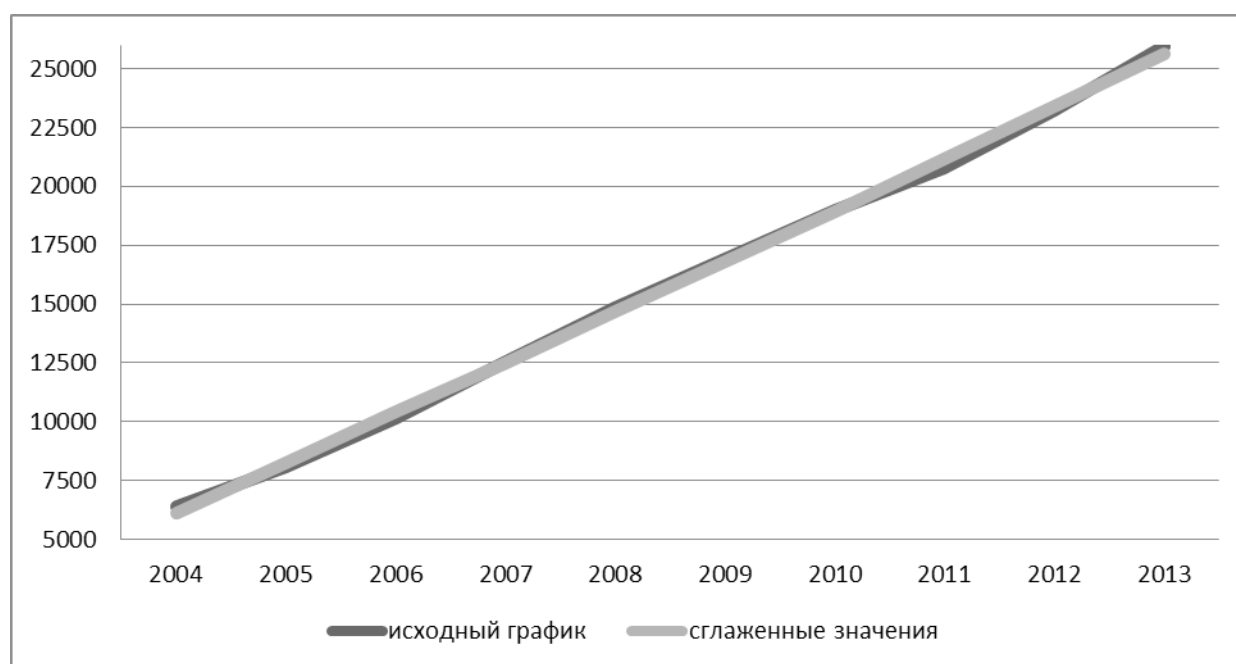


Рис. 1. Среднемесячная заработная плата по Самарской области за 2004–2013 годы, руб.

Определение типа зависимости и расчет первых средних приростов:

$Ut1=2138,11$; $Ut2=2118,66$; $Ut3=2136,62$; $Ut4=2149,54$; $Ut5=2130,61$; $Ut6=2174,56$; $Ut7=2222,92$; $Ut8=2232,91$. Вычисленные значения примерно одинаковы, что подтверждает правильность вывода о линейной зависимости [3]. Уравнение зависимости примет вид:

$$ЗП = a_0 + a_1 МРОТ + a_2 t, \tag{1}$$

где ЗП — среднемесячная заработная плата по Самарской области;

МРОТ — минимальный размер оплаты труда;

a_0, a_1, a_2 — неизвестные параметры;

t — вбирает в себя все неучтенные факторы и характеризуется как время.

Неизвестные параметры a_0, a_1, a_2 вычисляются методом наименьших квадратов посредством системы линейных уравнений:

$$\begin{cases} \sum ЗП = n a_0 + a_1 \sum МРОТ + a_2 \sum t \\ \sum ЗП * МРОТ = a_0 \sum МРОТ + a_1 \sum МРОТ^2 + a_2 \sum МРОТ * t \\ \sum ЗП * t = a_0 \sum t + a_1 \sum МРОТ * t + a_2 \sum t^2 \end{cases} \tag{2}$$

$$157923,49 = 10 a_0 + 18607,00 a_1 + 55,00 a_2$$

$$559059460,00 = 18607,00 a_0 + 115130867 a_1 + 207067,00 a_2$$

$$816178,83 = 55,00 a_0 + 207067,00 a_1 + 285,00 a_2$$

$$a_0 = 1702,39$$

$$a_1 = 0,068$$

$$a_2 = 2584,95$$

Искомое уравнение зависимости примет следующий вид:

$$ЗП = 1702,39 + 0,068 МРОТ + 2584,95 t. \quad (3)$$

Произведем расчет средней относительной ошибки по формуле:

$$m = \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n \left| \frac{y_i - \hat{y}_i}{y_i} \right| * 100 \quad (4)$$

$m = 2,23$, значение ошибки мало, что позволяет судить о надежности модели.

При прогнозировании среднемесячной заработной платы на 2015 и 2016 годы, предполагая, что МРОТ будет составлять 5554 и 5965 руб. в месяц соответственно, получаем: в 2015 году среднемесячная заработная плата по Самарской области составит 33099,46 руб., а в 2016 – 35712,36 руб.

Таким образом, анализ влияния размера МРОТ на среднемесячную заработную плату в регионе показал, что МРОТ оказывает влияние на прогнозируемый показатель, а малая величина ошибки в отклонениях между практическими и теоретическими значениями критериальной переменной свидетельствует о надежности найденной закономерности и возможности ее использования для решения практических задач.

Литература:

1. Федеральный закон от 19.06.2000 № 82-ФЗ (ред. от 01.12.2014) «О минимальном размере оплаты труда» [Электронный ресурс]: Официальный сайт компании «Консультант Плюс». — Режим доступа: <http://base.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc; base=LAW; n=171606>
2. Крылова, В. А., Бажуткина Е. М., Нечипоренко Л. В. Применение методов социально-экономического прогнозирования при оценке влияния числа больных наркоманией на смертность в РФ // Экономика и социум. — 2014. — № 2–2 (11). — с. 827–833.
3. Морякова, А. В. Инструментарий экономико-математического моделирования оценки состояния функций управления на предприятиях сферы сервиса: теоретический и методический аспекты // Экономика и управление: новые вызовы и перспективы. — 2010. — № 1. — с. 177–179.
4. Нечипоренко, Л. В., Васин В. В., Денисова Е. И. Оценка влияния размера среднедушевого дохода населения и количества заключаемых браков на уровень рождаемости в Российской Федерации // Молодой ученый. — 2014. — № 7. — с. 385–388.
5. Уровень жизни [Электронный ресурс]: Федеральная служба государственной статистики по Самарской области. — Режим доступа: http://samarastat.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_ts/samarastat/ru/statistics/standards_of_life/

Методологические подходы к совершенствованию механизмов реализации инвестиционных проектов в сфере туризма

Кошелева Анна Игоревна, кандидат экономических наук, старший преподаватель
Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова

В статье рассматриваются теоретические и методологические аспекты активизации инвестиционных механизмов, способствующие повышению инвестиционной мотивации и повышению эффективности реализации инвестиционных проектов в сфере туризма. В этих целях автором предлагается комплекс мероприятий, включающий внедрение принципов опережающего развития инфраструктуры при реализации инвестиционных проектов в сфере туризма, применение системного подхода к управлению рисками и методов идентификации факторов риска инвестиционных проектов в сфере туризма с учетом полисубъектности кластерных образований, методологии форсайта и интегрированных маркетинговых коммуникаций.

Ключевые слова: инвестиционные проекты, сфера туризма, кластерные образования, управление рисками.

Исследование проблем инвестирования всегда находилось в центре внимания экономической науки, поскольку инвестиции затрагивают самые глубинные основы хозяйственной деятельности, определяя процесс экономического роста как страны в целом, так и отдельных отраслей народного хозяйства. Инвестиционный процесс — явление сложное, многоаспектное и противоречивое. В этой связи неизбежно возникает вопрос об управлении инвестициями и инвестиционными проектами, которое объективно связано с необходимостью оценки эффективности проектов и инвестиций и разработке мер по совершенствованию механизмов реализации инвестиционных проектов.

В настоящее время наиболее эффективным механизмом реализации и развития туристско-рекреационных проектов в сфере туризма признано создание туристско-рекреационных кластеров в форме государственно-частного партнерства: за счет бюджетных средств создаются и реконструируются объекты коммунальной инфраструктуры (дороги, объекты водоснабжения, теплоснабжения, канализационные системы, сетевое хозяйство), а специфическая инфраструктура бизнеса (гостиницы, рестораны, учреждения развлечений и досуга) создается за счет частных средств.

Вместе с тем, следует отметить, что переход к кластерным формам взаимодействия экономических субъектов таит в себе в том числе ряд особенностей и негативных моментов, связанных с вопросами управления инвестиционными рисками и проблемами эффективности реализации инвестиционных проектов. Актуальность данной темы подтверждается необходимостью выявления этих «узких мест» и превентивной разработки мер адекватного реагирования, что сможет предотвратить нежелательное развитие событий при реализации кластерной политики в туристской отрасли.

Значительный вклад в фундаментальные научные исследования в области инвестиционной деятельности и проектного менеджмента внесли такие зарубежные и российские ученые-экономисты, как Ф. Котлер, М. Портер,

Дж. Э. Стиглиц, А. Томпсон, И. Шумпетер, В. В. Бочарова, В. В. Ковалев, В. Н. Лившиц, В. П. Суйц, В. И. Ткач, Т. С. Хачатуров, А. Н. Хорин, А. Д. Шерemet. Существует ряд работ, направленных на изучение и совершенствование инвестиционных и инновационных процессов развития туристской деятельности и гостиничного хозяйства, таких авторов, как: Балабанов И. Т., Балабанова А. И., Биржаков М. Б., Гуляев В. Г., Карпова Г. А., Квартальнов В. А., Козлов Д. А., Морозов М. А., Лайко М. Ю., Скобкин С. С., Попов Л. А., Чудновский А. Д.

Вместе с тем, ряд теоретических и методологических аспектов активизации инвестиционных механизмов недостаточно освещен; теоретические предпосылки и методы, способные обеспечить управление инвестиционным риском в деятельности предприятий индустрии туризма и гостеприимства и их кластерных объединений — в отличие от финансовой сферы и сферы промышленности, где имеются достаточно весомые результаты, разработаны и применяются методические руководства — до сих пор не сформировались. Данное противоречие обуславливает и предопределяет цель настоящего исследования, которая заключается в разработке методологических подходов к совершенствованию механизмов реализации инвестиционных проектов в сфере туризма с учетом специфики государственно-частного партнерства в рамках кластерных объединений в туризме, как крупном межотраслевом народнохозяйственном комплексе.

Методологические подходы автора к совершенствованию механизмов реализации инвестиционных проектов в сфере туризма базируются на следующих положениях:

В основе развития кластерной политики и реализации инвестиционных проектов в сфере туризма должны лежать следующие принципы:

Принцип согласования интересов государственного и частного секторов туристической индустрии, влияния на процесс законотворчества, стимулирования тех или иных направлений в экономической политике и предупреждения или преодоления кризисных явлений в туристической индустрии [5].

Принцип опережающего развития инфраструктуры. В мировой практике все более отчетливо проявляется подход к развитию бизнеса и его продвижению, в основе которого лежит приоритет развития инфраструктуры, с которой этот бизнес связан в первую очередь [6]. Особое внимание должно уделяться проблеме эффективности развития инфраструктурной и ресурсной подсистем инвестиционного проекта как особо капиталоемких элементов формирования и предоставления туристских и рекреационных услуг [7]. Для осуществления аналитических исследований эффективности функционирования структурных составляющих инвестиционного проекта целесообразно в систему оценочных показателей включить продуктивность труда (трудоотдачу), капиталотдачу и материалотдачу, в зависимости от применяемых исходных данных. Оценка эффективности инвестиционных затрат в рамках туристского кластера на основе аддитивных (суммарных) показателей, имеющих итеративный характер, занимает определенное место в экономической практике в силу того, что непрерывная интегральная оценка эффективности не может быть выполнена из-за неопределенной информативности о значениях данных показателей. Определение эффективности инвестиций комплекса (Эи) рекомендуется рассчитывать, как отношение суммы приведенного эффекта к общему объему инвестиций [1]:

$$\mathcal{E}_i = \frac{\sum_{t=1}^T (D_t - Z_t - C_t) \cdot (1 + K_d)^t}{\sum_{t=1}^T I_t},$$

где D_t — величина дохода от реализации инвестиционного предложения (проекта) в году t , тыс. руб.; Z_t — текущие затраты по реализации инвестиционного предложения в году t , тыс. руб.; C_t — расходы, связанные с уменьшением воздействия фактора неопределенности и риска осуществления инвестиций в году t , тыс. руб.; $\sum_{t=1}^T I_t$ — общий объем инвестиций за период T , тыс. руб.; $(1 + K_d)^t$ — коэффициент доходности капитала предприятий ТРК в году t [1].

1. Распространение предпринимательской деятельности и повышение конкурентного статуса предприятий сферы туризма обуславливают проведение коммерческого расчета, налогового управленческого и финансового учета, а также осуществление бизнес-планирования как отличительной черты управления инвестиционно-инновационными процессами [3,4].

2. В настоящее время следует рассматривать не условия нейтрализации риска, а возможность системного управления риском. В соответствии с требованиями системного управления факторами риска и форс-мажора инвестиционных предложений следует различать источники возникновения риска, каналы воздействия, объекты воздействия, результаты воздействия риска, регулиро-

вание которыми приводит к сохранению устойчивого развития комплекса. Использование системного подхода позволяет соблюдать критерий эффективности организации туристско-рекреационного проекта, под которым следует понимать совокупность требований, обеспечивающих получение наивысших количественных и качественных конечных результатов за счет расширения сферы предложения туристских и рекреационных услуг.

3. Туристско-рекреационный бизнес осуществляется совместными усилиями многочисленных структур, создающих туристический продукт и предоставляющих услуги туристам. Учитывая, что одни услуги играют ключевую роль в удовлетворении запросов туристов, а другие не всегда востребованы, достаточно не просто строго и корректно определить общую структуру туристско-рекреационного бизнеса. Очевидная полисубъектность кластерной хозяйственной системы обуславливает факт того, что бывает трудно выделить основной актор, с позиции которого следовало бы анализировать риски инвестиционной деятельности кластера в целом. В этой связи необходимо анализ риска с позиции предполагаемого ведущего актора дополнить анализом риска с позиций и в интересах других участников кластерного объединения, в том числе с позиции кластера как единого и обособленного субъекта экономической деятельности. В данном случае методы идентификации факторов риска базируются на разнообразных способах получения и обработки информации обо всех аспектах хозяйственной деятельности субъектов кластера и угрозах их экономической безопасности [2]. Комплексная методика опирается на гипотезу о том, что, расширяя круг предвиденных факторов риска, можно сузить область неподвижных факторов и тем самым ослабить влияние неполноты генерации релевантных факторов хозяйственного риска.

4. Необходимость внедрения методологии форсайта, отличительной особенностью которой является непрерывное систематическое определение направлений будущего развития, многовариантность сценариев. Форсайт послужит платформой для создания и развития региональной информационной системы, способной обеспечивать информационными ресурсами всех участников рынка. Методология включает следующие основные этапы: «диагноз», «сценарий», «SWOT». Отбор перспективных направлений предусматривает также разработку альтернативных сценариев развития [8]. Одним из главных условий успешного использования методологии форсайта является готовность кластерного объединения и общества совместно оценить долгосрочные перспективы развития, так как процесс открытого обсуждения и консультаций вовлекает широкие слои научной, деловой общественности, федеральной и региональной власти. Важным моментом является то, что форсайт всегда сопровождается массовой информационной программой, большим количеством конференций, семинаров, презентаций, интернет-форумов, в ходе которых решаются три основные задачи, способные, в том числе повысить эффективность реализации инвестиционных проектов, — создание сетей

по обмену информацией, широкое обсуждения инвестиционной и инновационной политики, трансформация общественного отношения к инновациям.

5. Опыт зарубежных стран показывает, что для повышения эффективности реализации туристских инвестиционных проектов необходимо обеспечить не только исключительность и востребованность туристского продукта, доступность основной (проживание, рестораны, транспорт, и т.д.) и сопутствующей инфраструктуры, гарантирующей высокое качество обслуживания. Должны также присутствовать хорошие стратегии туристского маркетинга в целях обеспечения привлекательного, уникального и конкурентного имиджа туристского продукта. Крупные зарубежные компании хотят не только инвестировать деньги, но и иметь возможность управлять спросом на конечный продукт. В этой связи необходимо применение интегрированных маркетинговых коммуникаций в качестве основной стратегии коммуникативной деятельности, в то время как большинство предприятий, проявляющие склонность к использованию мероприятий по продвижению, ориентируются пока на классический маркетинг и традиционную рекламу.

Таким образом, использование на практике теоретических и методологических аспектов активизации инвести-

ционных механизмов будет способствовать повышению инвестиционной мотивации и повышению эффективности реализации инвестиционных проектов в сфере туризма, что позволит:

1. привлечь дополнительные денежные поступления, как в региональный, так и федеральный бюджеты;
2. повысить эффективность функционирования сферы туризма и смежных отраслей в период кризиса за счет повышения привлекательности внутренних туристских направлений;
3. ускорить процесс модернизации существующей и создания новой туристической инфраструктуры;
4. привлечь высвободившийся в период кризиса персонал, в том числе в качестве индивидуальных предпринимателей для обеспечения функционирования малых форм предпринимательства в сфере туризма;
5. перейти от индустриального характера развития российской экономики к постиндустриальному.

Кроме того, на основе предложенных методологических подходов возможна разработка стратегии дальнейшего развития инвестиционных проектов в сфере туризма в рамках концепции устойчивого туризма для достижения не только экономического, но и экологического благосостояния регионов РФ.

Литература:

1. Богомолова, Е. С. Теоретико-методологические основы управления развитием туристско-рекреационного комплекса региона: автореферат диссертации на соискание ученой степени доктора экономических наук/Санкт-Петербургский государственный университет. Санкт-Петербург, 2008.
2. Качалов, Р. М. Особенности анализа хозяйственного риска в деятельности инновационно-промышленных кластеров. // Вестник Таганрогского института управления и экономики. 2009. № 2. с. 3–8.
3. Козлов, Д. А. Инвестиционная модель для объектов размещения Московской области. // В сборнике: ТЕНДЕНЦИИ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ РЕГИОНОВ Сборник статей Международной научно-практической конференции. Ответственный редактор Сукиасян А. А.. Уфа, 2014. с. 68–70.
4. Козлов, Д. А., Попов Л. А. Прогнозирование и управление доходами в гостиничном бизнесе Российской Федерации: проблемы и пути совершенствования. // Вестник Российского экономического университета им. Г. В. Плеханова. 2013. № 12 (66). с. 49–56.
5. Кошелева, А. И. Принципы государственно-частного партнерства в развитии индустрии гостеприимства и туризма г. Москвы. // РИСК: Ресурсы, информация, снабжение, конкуренция. 2013. № 2. с. 153–158.
6. Литвиненко, Т. В. Платежи в ресурсопользовании и их влияние на развитие локальных территорий Восточной России. // Проблемы региональной экологии. 2014. № 4. с. 198–203.
7. Романюк, А. В. Теоретические основы технологий управления доходами. // Молодой ученый. 2014. № 15. с. 203–206.
8. Шелюбская, Н. В. Выбор приоритетов инновационного развития в ЕС и перспективы использования «Форсайта» в России. // Инновации. 2006. № 10. с. 52–58.

О сущности категории «эффективность» в контексте территориального развития

Кузнецова Юлия Александровна, кандидат экономических наук

Институт социально-экономических исследований Уфимского научного центра Российской академии наук

Тенденции современного развития территории страны свидетельствуют о возрастающей дифференциации хозяйственного и социального секторов отдельных регионов, усиливающейся фрагментации территориального пространства, обусловленного, среди прочего, потерей связей сырьевых территорий со старопромышленными регионами. Такая неравномерность территориального развития делает актуальной задачу пересмотра сформировавшихся в условиях централизованного планирования принципов развития, когда разработка региональной политика опиралась на понимание его сущности как статичного процесса: под развитием территории понималось сосредоточение на ней основных факторов производства [9].

Переход к рыночной экономике позиционирует «развитие территорий» как динамичное понятие, позволяющее учитывать современную направленность на интенсификацию производства, включение экономики страны в глобальные процессы интеграции и сотрудничества, системный подход развития.

Нужно отметить, что на сегодняшний день развитие воспринимается уже не как линейный процесс, а как циклическое изменение. Другими словами, развитие теперь рассматривается не только как наращивание положительных характеристик, а допускается возможность и регресса, циклических спадов.

Следовательно, на первый план выступает задача формирования политики эффективного развития территорий, что неизменно способствует созданию условий для стабильного и качественного функционирования экономики, повышению уровня жизни населения.

Решение поставленной задачи предопределяет необходимость раскрытия сущности базовой экономической категории «эффективность» в контексте территориального развития.

Понятийное содержание категории «эффективность» в большинстве работ как отечественных, так и зарубежных авторов рассматривается с позиции сопоставления затрат и результатов осуществления некоторой деятельности [7, 16]. Причем зачастую осуществляется сведение сущности категории к эффективности только экономической.

Так, по своему лексическому происхождению, категория «эффективность» является отвлеченным существительным прилагательного «эффективный», что означает дающий эффект, приводящий к нужным результатам, действенный [19]. В свою очередь под «эффектом» (от лат. effectus — действие, исполнение) понимается «действие, производимое кем или чем-нибудь, результат, следствие чего-либо или то, с помощью чего создается какое-нибудь впечатление» [19]. Иногда, под «эффектом» понимается «достигаемый результат в его материальном, денежном, социальном (социальный эффект) выражении» [17].

Анализируя сущность категории «эффект» можно утверждать о смешении понятий «процесс (действие)» и «результат», а также об отсутствии его однозначной интерпретации. Это, в конечном счете, ведет к возникновению проблемы толкования самой категории «эффективность», характеризующей многоаспектностью содержания: трактовка данной категории зависит не только от изучаемой предметной области, но и от рассматриваемых целей и задач исследования.

Так, например, под эффективностью национальной экономики понимается «такое состояние, при котором наиболее полно удовлетворены потребности всех членов общества при данных ограниченных ресурсах» [25].

Эффективность общественного производства означает «...народнохозяйственную эффективность, неразрывно связанную с движением совокупного общественного продукта» [13].

Под эффективностью производства понимается «оптимальное использование ресурсов в сопоставлении с общественными потребностями» [3, с. 113], либо «объективная экономическая категория, которая характеризует степень достижения общих и отдельных результатов от оптимального использования всех ресурсов предприятия (материальных, трудовых, финансовых, информационных)» [26].

Сущность содержания эффективности управления выражается в том, «в какой степени система управления способствует удовлетворению непрерывно растущих потребностей общества, укреплению экономического могущества страны» [2].

Эффективность норм государственного права подразумевает «способность и пригодность оказывать посредством специфических юридических приемов и способов максимально возможное положительное воздействие на общественные отношения в целях дальнейшего развития и укрепления общества» [20, с. 32].

Под медицинской эффективностью понимается «степень адекватности и результативности медицинского вмешательства, уровень качества лечения конкретного больного и использование современных инновационных технологий при оказании медицинской помощи» [21, с. 20].

Следовательно, привязка сущности категории к понятийному аппарату исследуемой проблематики осуществляется исходя из целей исследования и предметной области. Несмотря на это, возможно выделение нескольких принципиальных моментов в современном определении сущности категории «эффективность»:

1) большинство определений сводится к отождествлению эффективности с результатом деятельности, степенью достижения цели [6, 12, 22];

2) происходит смещение акцента с позиционирования эффективности как абсолютной величины к эффективности относительной [7, 12, 17, 25];

3) эффективность выступает как качественная сторона развития общества [11, 23];

4) эффективность позволяет оценить правильность выбранных направлений деятельности и их результативность [11, 24].

Что касается содержания категории «эффективность», то проведение систематизации ее сущностных признаков и характеристик, позволила выделить наиболее значимые:

1) наличие соотношения затрат и результатов [18, 22];

2) особенность затрат и результатов, обусловленная областью исследования (например, эффективность экономическая, социальная, экологическая, юридическая, институциональная, медицинская и др.) [7, 15];

3) оптимальность затрат и положительный результат [3, 4, 7];

4) присущая эффективности пригодность, полезность и ценность [29];

5) неотъемлемый от эффективности социальный эффект [1, 5].

При всех выявленных особенностях важно учесть, что достижение эффективности — всегда есть некий процесс, при котором осуществляется воздействие субъекта на объект, участвующих в данном процессе. Другими словами, достижению эффективности некоторой деятельности способствует формирование правильной политики управления. Следовательно, при оценке эффективности важно различать так называемую эффективность субъекта (правильность выбора и постановки целей) и эффективность объекта управления (качество и степень достижения целей).

По нашему мнению, *эффективность — это свойство, которое выражается в способности субъекта некоторой деятельности правильно воздействовать на ее объект, а также способность объекта принести действительную пользу и полноценно реализовать заключенный в нем феномен.*

В современном мире эффективность становится фактором экономического роста. Причем достигается она за счет перехода от экстенсивного типа роста к интенсивному, характеризуемому уже не количественными, а качественными характеристиками его составляющих. При этом эффективность производственных затрат является главным пределом динамики экономического роста [27]. Однако в конце XX века, повышение эффективности производства, а также динамика экономического роста начинают определяться уровнем развития социальной сферы. Эффективный экономический рост становится средством достижения высокого социально-экономического развития общества. Теперь базовой категорией государственной политики становится не «рост» как количественная характеристика, а «развитие», характеризующееся качественными изменениями.

Наиболее распространенная дефиниция категории «развитие» сводится к раскрытию ее сути через следующее определение: развитие — это качественное изменение объектов, сопряженное с преобразованием их внутренних и внешних связей. Развитие, прежде всего, выражает *процесс* изменений [14].

Н. Косолапов категорию «развитие» отождествляет с таким понятийным рядом, как переменны — изменения — трансформация — эволюция [10]. При этом критерием, отличающим понятия друг от друга, являются:

— протяженность явления во времени;

— происхождение и характер явления (случайное либо закономерное);

— тип направленности явления (обратимое либо необратимое).

Развитие является конечным в данном ряду и характеризуется наибольшей степенью долговременности и обратимости, но меньшей степенью случайности [10, с. 105]. При этом развитие предполагает сохранение системного качества развивающихся объектов при переходе из одного состояния в другое.

Необходимым условием качественного подъема экономики страны является совершенствование ее территориального развития. Под *территориальным развитием* в данном случае понимается *рост производства и выравнивание уровней экономического и социального развития некоторой территории (региона)* [8]. Развитие предусматривает повсеместный поступательный процесс преобразования производительных сил, основывающихся теперь на внедрении инноваций, информационно-коммуникационных технологий, интенсификации нематериальных факторов производства. Кроме того, современное развитие территорий нацелено на повышение качества жизни населения, как базового источника роста производительности труда.

Достижение высокого уровня благосостояния страны предполагает, что развитие в данном случае будет целенаправленным, устойчивым, поэтапным и, несомненно, ценным. Другими словами, имеющим положительный результат.

Таким образом, по нашему мнению, эффективность территориального развития обусловлена эффективностью управления территорией. В связи с этим, сущность данного понятия можно определить, как *способность органов законодательной и исполнительной власти территории (региона) так воздействовать на рост производства и уровень его экономического и социального развития, чтобы повысить уровень благосостояния региона и качество жизни его населения.*

Однако возникает вопрос, с помощью каких критериев мы сможем оценить степень эффективности развития территории (региона)?

При формировании критериев, позволяющих оценить степень эффективности развития территории, необходимо учесть, что территориальное развитие некоторого ре-

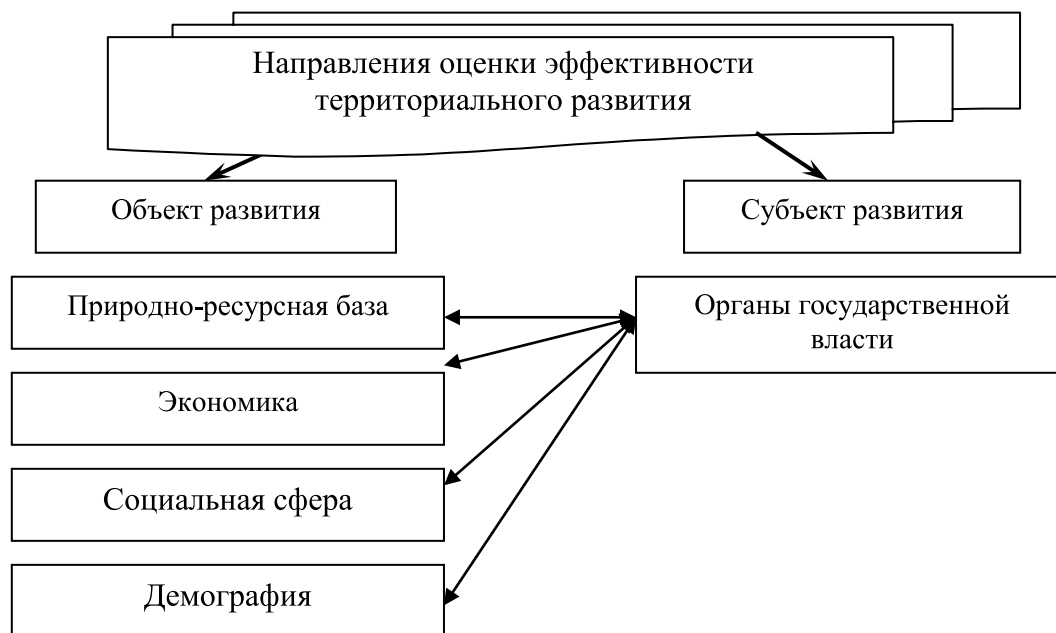


Рис. 1. Направления оценки эффективности территориального развития

гиона — это процесс, характеризующийся взаимодействием и взаимовлиянием множества экономических, политических, социальных и других систем. Поэтому оценить его эффективность можно лишь посредством набора частных показателей, сводимых в единый интегральный критерий, учитывающий также особенности развития исследуемой территории.

По нашему мнению, систему частных показателей, позволяющих оценить эффективность территориального развития, можно представить следующим образом (рис. 1).

Поскольку сущность эффективности территориального развития рассматривается через призму взаимодействия субъекта и объекта некоторой деятельности, направления ее оценки включают два соответствующих взаимосвязанных поднаправления.

При этом содержание каждого из них состоит в следующем:

- развитие природно-ресурсной базы заключается, во-первых, в совершенствовании системы регулирования природопользованием; во-вторых, усилении темпов вовлечения в экономику природно-ресурсной базы территории;

- развитие экономики заключается в совершенствовании производительных сил, развитии инвестиционно-привлекательных производств, инновационных отраслей;

- развитие социальной сферы предусматривает повышение доступности и качества услуг, предоставляемых государством населению в социальной сфере, развитии новых технологий оказания услуг населению в социально значимых отраслях (здравоохранение и образование);

- развитие демографической составляющей заключается в формировании мероприятий, стимулирующих уве-

личение естественного прироста населения, а также регулирующих миграционную ситуацию в регионе.

Оценка эффективности органов государственной власти включает оценку эффективности государственного управления. В целом, сущность эффективности государственного управления заключается в способности удовлетворить важнейшие потребности населения в условиях ограниченности ресурсов [28].

В рамках выделенных направлений оценки эффективности территориального развития сформируем перечень критериев, позволяющих отследить продуктивность приращения положительных характеристик. Однако для того, чтобы отследить продуктивность приращения, необходимо определить целевой критерий эффективности для каждого направления исследования. Причем, поскольку развитие характеризуется некоторым качественным изменением, динамикой, то эффективность развития по каждому из приведенных ниже показателей определим через их прирост за необходимый для исследования промежуток времени.

Так, для направления «Природно-ресурсная база» в качестве целевых критериев, отражающих эффективность его развития, предлагается использовать следующие:

$P1$ — «вовлеченность природных ресурсов в развитие территории, %»;

$P2$ — «динамика износа основных фондов, %».

Тогда эффективность развития природно-ресурсной базы можно определить, как среднее арифметическое из двух частных показателей (1):

$$ПРБэ = \Delta(P_1 + P_2) / 2, \text{ где} \quad (1)$$

$ПРБэ$ — эффективность развития природно-ресурсной базы, доля ед.

Для направления «Экономика»:

$\mathcal{E}1$ — «прирост валового регионального продукта на душу населения, %»;

$\mathcal{E}2$ — «прирост фактического потребления домашних хозяйств на душу населения, %»;

$\mathcal{E}3$ — «снижение уровня инфляции, %».

Тогда эффективность развития экономики (\mathcal{E}_3) представим следующим образом (2):

$$\mathcal{E}\mathcal{E} = \Delta(\mathcal{E}_1 + \mathcal{E}_2 + \mathcal{E}_3) / 3 \quad (2)$$

Для направления «Социальная сфера»:

$\mathcal{C}1$ — «динамика повышения реальных доходов населения, %»;

$\mathcal{C}2$ — «повышение обеспеченности населения услугами социальной сферы, %».

Следовательно, эффективность развития социальной сферы ($\mathcal{C}\mathcal{C}_3$) определяется как (3):

$$\mathcal{C}\mathcal{C}\mathcal{E} = \Delta(\mathcal{C}_1 + \mathcal{C}_2) / 2 \quad (3)$$

Для направления «Демография»:

$\mathcal{D}1$ — «динамика уровня заболеваемости населения, в том числе, социально опасными видами заболеваний, %»;

$\mathcal{D}2$ — «прирост продолжительности жизни населения, %».

Литература:

1. Атаманчук, Г.В. Обеспечение рациональности государственного управления. М.: Юридическая литература. 1990. 352 с.;
2. Байков, Н.Д., Русинов Ф.М. Организация и эффективность управления производством. М.: Мысль, 2001. 116 с.;
3. Базылев, Н.И. Гурко С.П. Экономическая теория: пособие для аспирантов, преподавателей, стажеров. М., 2004 г. 637 с.;
4. Гаврилов, О.А. Правовая система социализма. Кн. 2.: Функционирование и развитие // Под ред. А.М. Васильева. М., 1987. 245 с.;
5. Гаськова, Е.Н. Количественная оценка социального эффекта. К вопросу о бюджетировании учреждений культуры по результатам их деятельности // Справочник руководителя учреждений культуры. 2004. №7. с. 50–54;
6. Гибкое развитие предприятия. Эффективность и бюджетирование // Самочкин В.Н., Пронин Ю.Б., Логачева Е.А. М.: Дело, 2002. 376 с.;
7. Журавлева, Т.А. Эффективность налогообложения и ее критерии в рыночной экономике // Финансы и кредит. 2004. №1 (139). с. 59–62;
8. Кистанов, В.В., Копылов Н.В. Региональная экономика России: Учебник. М.: Финансы и статистика. 2004. 584 с.;
9. Княгинин, В. Что значит «развивать регионы» // «Русский архипелаг» — сетевой проект «Русского мира». [Электронная версия] — Режим доступа: www.archipelag.ru;
10. Косолапов, Н. Международные отношения и мировое развития // МЭ и МО. 2000. №2. с. 104–112;
11. Кудашова, Ю.В. Эффективность управления/Методические указания к теме по дисциплине «Теория управления». Оренбург: ГОУ ВПО ОГУ 2003. 17 с.;
12. Мексон, М., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента. М., 1998. 800 с.;
13. Мочерный, С.В., Некрасов В.Н., Овчинников В.Н., Секретарюк В.В. Экономическая теория: Учебник для вузов. М.: ПРИОР, 1999. 411 с.;
14. Новейший философский словарь: 3-е изд., исправл. Мн.: Книжный Дом. 2003. 1280 с.;
15. Палкин, С.В. Экономическая эффективность социальных программ // Железнодорожный транспорт. 2005. №8. с. 40–42;

Тогда, эффективность демографического развития (\mathcal{D}_3) определим как (4):

$$\mathcal{D}\mathcal{E} = \Delta(\mathcal{D}_1 + \mathcal{D}_2) / 2 \quad (4)$$

Эффективность государственного управления ($\mathcal{G}\mathcal{U}_3$) заключается в обеспечении достижения заданного уровня по каждому из представленных показателей. Тогда эффективность управления можно определить следующим образом (5):

$$\mathcal{G}\mathcal{U}\mathcal{E} = \Delta(\mathcal{P}\mathcal{P}\mathcal{B}_3 + \mathcal{E}_3 + \mathcal{C}\mathcal{C}_3 + \mathcal{D}_3) / 4 \quad (5)$$

Другими словами, эффективность территориального развития зависит от качества управленческой политики органов законодательной и исполнительной власти некоторой территории (региона). Тогда, если значение $\mathcal{G}\mathcal{U}_3$ приближается к единице, территориальное развитие можно считать эффективным, если к нулю, то неэффективным.

Таким образом, в современных условиях развития экономики страны, в основу разработки мероприятий текущего и долгосрочного развития некоторой территории, необходимо ставить комплексную оценку эффективности территориального развития. Это необходимо постольку, поскольку в настоящее время отсутствуют социально-экономические ориентиры, позволяющие оценить результативность развития страны.

16. Птушенко, А. К вопросу о понятиях и критериях эффективности экономики // Общество и экономика. 2004. № 10. с. 157–167;
17. Райзберг, Б. А., Лозовский Л. Ш., Стародубцева Е. Б. Современный экономический словарь. 5-е изд., перераб. и доп. М.: ИНФРА-М, 2007. 495 с.;
18. Тихомирова, А. В. Повышение уровня организации труда и эффективности управления на предприятиях // Учеб. пособие для слушателей фак. повышения квалификации преподавателей/А. В. Тихомирова; Моск. ин-т управления им. Серго Орджоникидзе. М.: МИУ 1989. 79 с.;
19. Толковый словарь русского языка: В 4 т./Под ред. Ушакова Д. Н.. М.: Гос. ин-т «Советская энциклопедия»; ОГИЗ; Гос. изд-во иностр. и нац. слов, 1935–1940;
20. Федосова, В. А. Эффективность действия норм советского государственного права. Воронеж, 1984. с. 32–33;
21. Флек, В. О., Кравченко Н. А., Соковикова Н. Ф. Современные подходы к оценке эффективности использования ресурсов в системе здравоохранения // Менеджер здравоохранения. 2005. № 9. с. 12–21;
22. Хафиятуллоев, Р. Г., Подкопаев О. А. Роль цены капитала в оценке экономической эффективности инвестиционных проектов // Современные наукоемкие технологии. 2013. № 10–1. с. 32–33.
23. Чевычелов, В. В. Юридическая конструкция в современном российском праве (проблемы теории и практики). Н. Новгород., 2007. с. 273–274;
24. Черемушкин, С. В. Зачем оценивать эффективность? // Эффективность государственного управления. Сайт авторских публикаций по вопросам государственного управления. [Электронная версия] — Режим доступа: http://pubadm.narod.ru/Publications/gos_effect.htm;
25. Экономическая теория (политэкономика): Учебник/Под общей ред. акад. В. И. Видяпина, акад. Журавлевой Г. Л. М.: ИНФРА-М, 1997. 640 с.;
26. Эффективность производства. Статьи о бизнесе. [Электронная версия] — Режим доступа: http://www.intelisoценка.ru/articles_04_173563.html;
27. Эффективный экономический рост: теория и практика: Учебное пособие для студентов экономических вузов/Под ред. Чечелевой Т. В. М.: Издательство «Экзамен». 2003. 320 с.;
28. Юсикова, Ю. А. Управление качеством социальных услуг (на примере услуг в здравоохранении и образовании в Республике Башкортостан). Дисс...к. э. н.. Уфа: Уфимская государственная академия экономики и сервиса, 2009. — 170 с.
29. Юсикова, Ю. А. Оценка результативности функционирования социального сектора региона: анализ чувствительности // Проблемы функционирования и развития территориальных социально-экономических систем материалы III Всероссийской научно-практической интернет-конференции: в 2 частях. Учреждение РАН Институт социально-экономических исследований УНЦ РАН, Министерство экономического развития Республики Башкортостан, Уфимский государственный авиационный технический университет. 2009. с. 173–178.

Состояние рынка стоматологических услуг в Курске

Ледовская Евгения Александровна, студент
Курский государственный медицинский университет Минздрава России

В статье представлены результаты анализа динамики основных показателей рынка стоматологических услуг, тенденции изменения уровня конкуренции на рынке стоматологических услуг.

Ключевые слова: *здравоохранение, стоматологические услуги, эластичность спроса, среднедушевой доход, Курская область.*

Изучение закономерностей функционирования и механизмов развития рынка стоматологических услуг является одним из приоритетных направлений деятельности организации здравоохранения, на основе которых создаются концепции принятия управленческих решений по повышению эффективности функционирования организации, что является актуальным в условиях рыночных отношений. Анализ рынка позволяет управляющим структурам стоматологических организации не только прини-

мать эффективные управленческие решения, но также прогнозировать возможные изменения показателей, что позволит скорректировать политику деятельности в долгосрочной перспективе.

В ходе исследования анализируются тенденции развития показателей количества стоматологий, численности врачей-стоматологов, обеспеченности врачами-стоматологами, среднедушевого дохода, количества стоматологических обращений, а также построены модель за-

Таблица 1. Данные изменений факторов рынка стоматологических услуг

Год	Количество стоматологий	Численность стоматологов	Обеспеченность врачами-стоматологами (на 10000 населения)	Среднедушевой доход в сопоставимых ценах, руб.	Количество обращений
2002	19	283	2,2	11447	2843
2003	21	268	2,1	12896	3027
2004	27	277	2,3	14531	3674
2005	28	293	2,4	16789	3984
2006	33	287	2,4	18871	4211
2007	35	303	2,6	20107	4882
2008	38	299	2,6	21336	6761
2009	40	311	2,7	21868	5084
2010	48	350	3,1	22410	5664
2011	56	355	3,1	23282	6895
2012	59	330	2,9	24591	8822
2013	66	348	3,1	25928	9129
Темп прироста, %	347,37	122,97	140,91	226,51	321,10
Отклонение	47	65	0,90	14481,51	6286
Коэффициент вариации, %	37,16	9,36	13,12	22,94	37,21

висимости роста количества стоматологий от фактора среднедушевого дохода, проанализирована динамика количества стоматологических обращений.

Для анализа рынка стоматологических услуг Курска исследована динамика показателей рынка за период с 2002 по 2013 год, которая представлена в таблице 1.

За период исследования количество стоматологических учреждений в Курске увеличилось на 47 клиник (347%). Данное увеличение свидетельствует об образовании новых рабочих мест стоматологического профиля, что может привести как к расширению деятельности действующих стоматологических учреждений, так и к появлению новых клиник и кабинетов. Так же наблюдается рост численности стоматологов, действующих на территории Курска (122,9%), что свидетельствует об увеличении объема предоставляемых услуг. О повышении уровня качества жизни населения свидетельствует увеличение показателя обеспеченности населения врачами-стоматологами. Показатель среднедушевого дохода за исследуемый период увеличился на 226%, что говорит о повышении уровня благосостояния и качества жизни населения, приводящего к росту спроса на различные стоматологические услуги. В связи с ростом среднедушевого дохода увеличивается показатель количества обращений населения за стоматологическими услугами (321%). Это, в первую очередь, связано с появлением возможности потребления потребителями платных стоматологических услуг.

Результаты исследования рынка стоматологических услуг показали, что рост количества стоматологических учреждений в Курске и рост среднедушевого дохода при-

водит к увеличению количества обращений за стоматологическими услугами, а так же росту конкуренции и борьбе предприятий за потребителя. С этой целью построена модель изменения количества стоматологий от фактора среднедушевого дохода (рисунок 1).

Построенная модель показывает, что рост количества стоматологий увеличивается быстрее увеличения среднедушевого дохода, о чем свидетельствует β — коэффициент эластичности равный 1,34. При увеличении среднедушевого дохода на 1% происходит увеличение количества стоматологий на 1,34%, то есть увеличение среднедушевого дохода позволяет приобретать потребителям большее количество услуг, что увеличивает спрос, а увеличение стоматологий обеспечивает предложение.

Так как количество стоматологий так же зависит от величины стоматологических посещений, то определение количества стоматологических обращений является одной из ключевых задач при планировании деятельности организации здравоохранения. Для определения возможного роста уровня стоматологических посещений строится модель изменения количества стоматологических посещений от фактора среднедушевого дохода (рисунок 2).

Построенная модель свидетельствует, что рост количества обращений опережает рост среднедушевого дохода, что доказывает β — коэффициент эластичности равный 1,26. При увеличении среднедушевого дохода на 1% происходит увеличение количества обращений на 1,26%, то есть увеличение среднедушевого дохода увеличивает спрос, на приобретение стоматологических услуг в большем объеме.

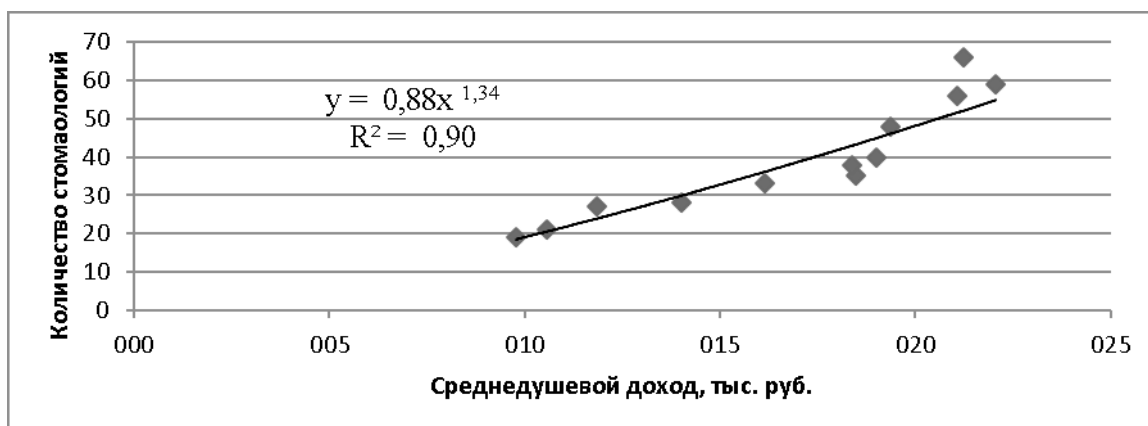


Рис. 1. Модель изменения количества стоматологий от фактора среднедушевого дохода

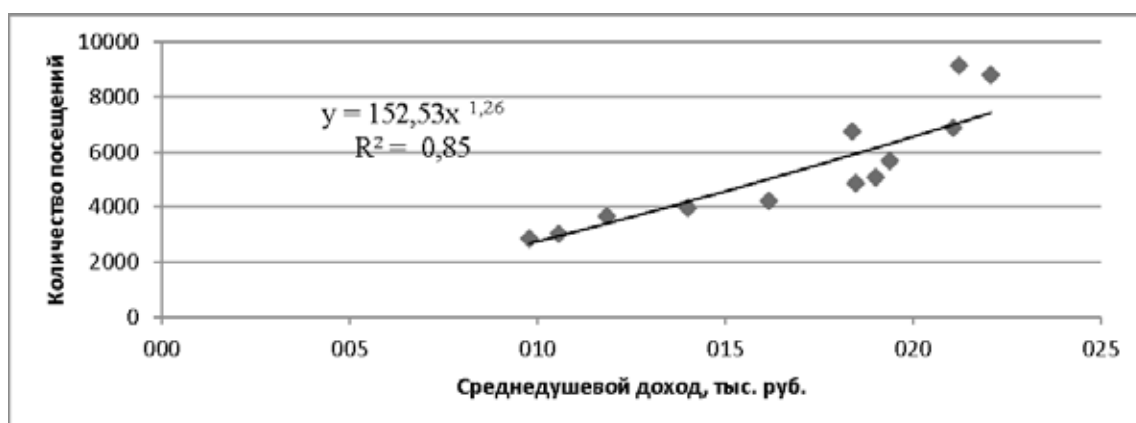


Рис. 2. Модель изменение количества стоматологических посещений

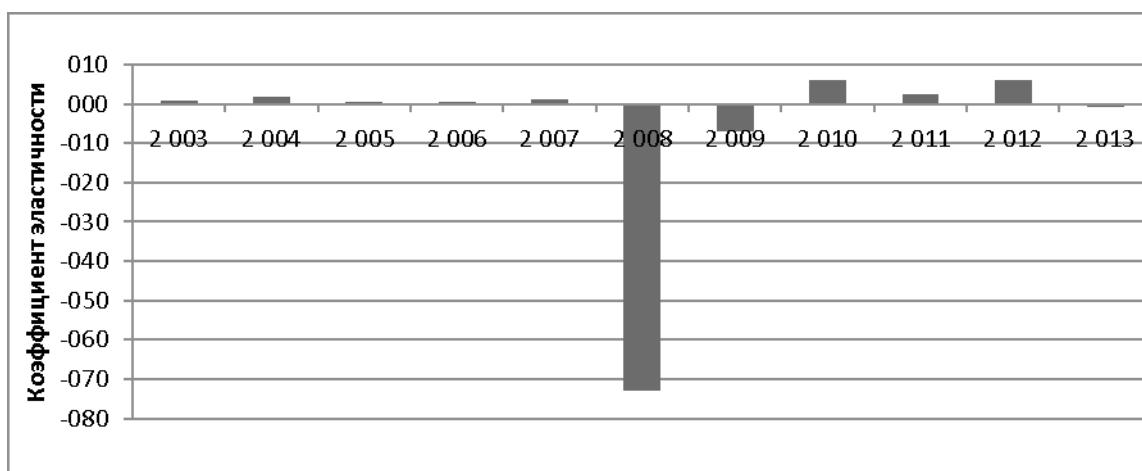


Рис. 3. Динамика изменения коэффициента эластичности спроса по доходам

При увеличении показателя спроса стоматологических услуг, необходимо проанализировать эластичность спроса на услуги от фактора доходов, то есть, на сколько процентов изменится величина спроса при изменении дохода на 1%. Построена модель изменения коэффициента эластичности по доходам (рисунок 3).

Построенная диаграмма динамики свидетельствует, что в период 2003, 2005 и 2006 годов спрос на стоматологические услуги был неэластичным (0,81; 0,46 и 0,37 соответственно), что свидетельствует о потреблении стоматологических услуг как «товара первой необходимости», спрос на который растет медленнее роста дохода. В пе-

риод 2004, 2007, 2010, 2011 и 2012 годов наблюдается эластичный спрос (1,74; 1,11; 6,03; 2,47 и 5,99 соответственно), что свидетельствует об увеличении потребления стоматологических услуг потребителями как «предмета роскоши», спрос на которые опережает рост доходов, поэтому такие услуги не имеет предела насыщения. Отрицательный спрос на стоматологические услуги в 2008 и 2009 году (−73 и −7,12) является следствием экономического кризиса 2008 года, то есть потребление стоматологических услуг не является для потребителей жизненно необходимым товаром. Отрицательное значение коэффициента эластичности в 2013 году свидетельствует о воз-

можном насыщении рынка стоматологическими услугами, что как следствие приводит к сокращению спроса.

Проведенное исследование позволяет сделать вывод, что рынок стоматологических услуг города Курска является конкурентоспособным и имеет потенциал развития, при росте среднедушевого дохода потребителей и, как следствие, увеличения количества обращений. Поэтому, действующим стоматологическим организациями Курска необходимо разработать такую политику деятельности, при которой они могут добиться поставленных целей и максимально удовлетворить потребности потребителей.

Литература:

1. Зюкин, Д. А. Оценка перспектив развития сельскохозяйственного производства по инновационному сценарию на основе нелинейной эконометрической модели/Д. А. Зюкин, Н. А. Пожидаева // Вестник Курской государственной сельскохозяйственной академии. 2014. №5. с. 30–31.
2. Зюкин, Д. А. Эффективность процесса оптимизации ресурсов в системе финансирования здравоохранения в регионе/Д. А. Зюкин, М. А. Куркин // Экономика и предпринимательство. 2014. №9. с. 287–290.
3. Куркина, М. П. Бизнес как субъект региональной системы управления // Экономика и предпринимательство. 2014. №10. с. 347–351.
4. Куркина, М. П. Оценка социального потенциала региона // Казанская наука. 2014. №7. с. 194–196.
5. Развитие региональной системы здравоохранения в оценке качества жизни населения: Монография/М. П. Куркина, С. А. Анохина — Гос. образовательное учреждение высш. проф. образования «Курский гос. медицинский ун-т Федерального агентства по здравоохранению и социальному развитию», — Курск, 2008.

Специфика учета доходов и расходов торговых организаций, применяющих упрощенную систему налогообложения

Ломова Галина Юрьевна, студент;
Малюк Юлия Александровна, студент;
Плотников Илья Андреевич, студент

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса, филиал в г. Находке

В статье раскрывается вопрос особенности формирования доходов и расходов, а также принцип расчета налога на прибыль при упрощенной системе налогообложения и вопрос аудиторской проверки малых предприятий.

Ключевые слова: доход, расход, налог, система налогообложения, счет бухгалтерского учета, аудит, контроль.

Значимость и актуальность вопроса формирования финансового результата не требует доказательств. Финансовые результаты деятельности организации являются важными показателями ее экономической эффективности, на основе анализа которых как внутренними, так и внешними пользователями бухгалтерской информации принимаются управленческие решения.

Под финансовым результатом понимается прирост или уменьшение стоимости собственного капитала организации в результате хозяйственной деятельности организации за отчетный период.

Финансовый результат является результатом хозяйственной деятельности организации и выражается в виде прибыли или убытка, который определяется как разница между доходами и расходами организации.

Конечный финансовый результат в разных отраслях деятельности формируется по ряду правилам.

В производственной деятельности выручка (нетто) от продажи продукции (за минусом налога на добавленную стоимость, акцизов, налога с продаж и аналогичных обязательных платежей) — себестоимость проданной продукции (по учетной цене, принятой по учетной

политике) — получим валовую прибыль.

В торгово-закупочной деятельности. В оптовой торговле, снабженческо-сбытовой деятельности, розничной торговле и общественном питании — аналогично как и в производственной деятельности [1].

Нужно иметь в виду, что: под выручкой (нетто) от продажи товаров понимается сумма оптового, снабженческо-сбытового, розничного оборота или оборота общепита; под себестоимостью — сумма реализованных товаров (продуктов в общепите) по покупной стоимости без НДС, уплаченного за них; под коммерческими расходами — расходы на продажу товаров (продуктов в общепите).

Конечный финансовый результат (прибыль или убыток), выявленный на основании бухгалтерского учета всех хозяйственных операций предприятия — это балансовая прибыль (убыток). Именно на этом этапе становится ясно, хорошо ли организация потрудились, увенчались ли успехом ее хозяйственные дела.

В соответствии с требованиями Плана счетов формирование финансовых результатов деятельности организации осуществляется на следующих счетах бухгалтерского учета:

На счете 90 «Продажи» — результат от осуществления обычных видов деятельности;

На счете 91 «Прочие доходы и расходы» — результат от прочих операций;

На счете 99 «Прибыли и убытки» — конечный финансовый результат деятельности организации.

Основная часть прибыли — это, как правило, прибыль от реализации продукции, товаров, работ, услуг, т.е. результат от обычной деятельности, которая рассчитывается сопоставлением дебетовой и кредитовой части счета 90.

Стоит отметить, что определение доходов и расходов четко определено законодательством РФ, в частности определение и состав доходов и расходов приведено в ПБУ 9/99 и ПБУ 10/99.

Основной источник доходов торговых организаций — это продажи, таким образом доход по обычным видам деятельности — это выручка от продажи продукции. Но помимо основного вида деятельности, организация вправе осуществлять и прочие виды деятельности.

По правилам ведения бухгалтерского учета, счета учета доходов и расходов с целью формирования конечного результата, с учетом основных и прочих видов деятельности следует закрывать в следующей последовательности:

— в первую очередь закрываются счета, на которых в течение года учитывались доходы и расходы предприятия. Это счета 90 «Продажи» и счет 91 «Прочие доходы и расходы»;

— во вторую очередь закрывается счет 99 «Прибыли и убытки». На него в течение года ежемесячно относился результат работы фирмы, то есть прибыль или убыток со счетов 90 и 91.

Также на отдельных субсчетах счета 99 «Прибыли и убытки» отражают суммы начисленного «упрощенного»

налога (авансовых платежей по нему) и штрафы за налоговые правонарушения.

В течение года на счете 90 субсчете «Выручка» накапливается выручка от реализации товаров, работ, услуг. На счете 90 субсчете «Себестоимость продаж» собирают затраты на производство (реализацию) продукции (работы или услуги).

По этим субсчетам производят накопительные записи в течение отчетного года.

А на субсчет «Прибыль/убыток от продаж» ежемесячно относят финансовый результат от продаж, то есть прибыль или убыток.

Если результат отрицательный, то образуется убыток, если положительный, то формируется прибыль.

На конец каждого месяца в течение года счет 91 также имеет нулевое сальдо. А вот на каждом из субсчетов счета 91 суммы накапливаются. Поэтому, чтобы закрыть этот счет, 31 декабря вам нужно сделать следующие проводки:

В результате этих записей на 1 января сальдо по счету 91 «Прочие доходы и расходы» и субсчетам к этому счету должно обнулиться.

В завершение итоговое сальдо по счету 99 нужно будет списать последней записью 31 декабря на счет 84 «Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)».

В результате сальдо по счету 99 «Прибыли и убытки» на 1 января должно стать нулевым. После всех этих операций процедура реформации баланса завершена и можно переходить к составлению бухгалтерского баланса и распределению прибыли (если она имеется).

Что касается организаций, применяющих упрощенную систему налогообложения — то до 2013 года данные компании не вели учет, не формировали баланс, а значит и не формировали бухгалтерские записи. Формировались только книги покупок и книги продаж, книги доходов и расходов.

После принятия Федерального закона «О бухгалтерском учете» № 402 ФЗ, ситуация изменилась и компании, применяемые упрощенную систему налогообложения стали обязаны сдавать бухгалтерский баланс как бухгалтерскую отчетность. Из чего можно сделать вывод об обязанности вести учет, в том числе доходов и расходов, на счетах бухгалтерского учета.

Специальные налоговые режимы устанавливаются Налоговым Кодексом РФ и применяются в случаях и порядке, которые предусмотрены Налоговым Кодексом РФ и иными актами законодательства о налогах и сборах.

Специальные налоговые режимы могут предусматривать особый порядок определения элементов налогообложения, а также освобождение от обязанности по уплате отдельных налогов и сборов, предусмотренных статьями 13–15 Налоговым Кодексом РФ.

Как и все другие специальные системы налогообложения малого бизнеса, УСН может использоваться исключительно добровольно. Но существует ряд ограничений на применение этого режима, который оговорен в Налоговом кодексе РФ [3]:

— предприятия, которые за последние ровно 9 месяцев не заработали более 15000000 рублей;

— организации, чьи доходы за год не превышают 20000000 рублей;

— если количество работников фирмы не больше чем 100 человек;

— те предприятия, стоимость имущества которых меньше 100000000 рублей.

Подать заявление о переходе на УСН в налоговый орган можно не только лично.

Достаточно направить свой письменный документ по почте. Есть лишь 2 месяца, в период которых можно подать заявление — это октябрь и ноябрь.

— УСН — это упрощенная версия ОСНО которая:

— не платит налог на имущество;

— не платит налог на прибыль;

— не платит НДС;

— имеет упрощенную отчетность. Отчет по режиму УСН сдается 1 раз в год, весной года следующего за отчетным.

Стоит заметить тот факт, что организации освобождаются от налогов, которые относятся к тем доходам, что получены в результате именно предпринимательской деятельности.

Вместе с тем, УСН предполагает и наличие некоторых обязанностей у представителей малого бизнеса [3]:

— уплачивать все необходимые сборы и налоги, которые указаны в законодательстве;

— использовать кассовую технику или же вести строгую отчетность;

— постоянно предоставлять статистику и отчеты.

Большинство ООО находятся именно на данном налоге.

Объектом налогообложения, в соответствии со статьей 346.4 Налогового кодекса РФ, признаются как доходы, так и доходы уменьшенные на величину расходов.

Уточним налоговые ставки при каждом виде налогообложения:

— УСН «Доходы» — ставка 6%. Налог платится с общего оборота, размер налога составляет 6%;

— УСН «Доходы, уменьшенные на величину Расходов». Налог оплачивается с чистой прибыли организации, размер его составляет 15%.

Организация имеет право выбора только одного вида.

Перед тем, как составлять бухгалтерский баланс, компании на УСН нужно провести его реформацию. Реформация подразумевает, что все счета учета финансовых результатов (90 «Продажи», 91 «Прочие доходы и расходы» и 99 «Прибыли и убытки») закрываются и конечный результат переносится на счет 84 «Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)», формируя тем самым итог работы за год. На основании подведенных результатов формируется бухгалтерский баланс.

С целью контроля расходов и доходов проводят инвентаризацию имущества и обязательств и сравнивают ее результаты с показателями, отраженными в учете. Только после того как у вас появилась уверенность, что все опе-

рации за год отражены полностью и достоверно, можно приступать к реформации баланса. Реформацию проводят последними, итоговыми записями по состоянию на 31 декабря.

Расходы на УСН учитываются только при объекте налогообложения «доходы минус расходы». Принимаемые расходы при УСН, на которые налогоплательщик вправе уменьшать полученные доходы, указаны в статье 346.16 Налогового кодекса РФ. Только те расходы, которые названы в этой статье, можно учитывать. Любые другие затраты учитывать в УСНО нельзя. Кроме того, необходимо, чтобы расходы, учитываемые при УСНО, отвечали следующим критериям:

— расход должен соответствовать профилю ведения бизнеса;

— расход должен быть подтвержден и оплачен;

— расход должен быть произведен для осуществления деятельности, направленной на получение дохода.

Признание расходов при УСН — вопрос сложный. Например, в какой момент учитывать расходы: когда услуги оплатили или когда услуги оказаны? Расходы при УСН признаются, когда выполнены оба условия — оплата и факт совершения услуги. То есть, если услуги оказаны во втором квартале, а оплачены в начале третьего — расход признаётся в третьем квартале. То же самое можно сказать, если услуга выполняется поэтапно: признание расходов при УСН будет в том квартале, в котором услуга будет оказана и оплачена.

Стоит также отметить, что не зависимо от режима налогообложения финансовый результат — как итог сопоставления доходов и расходов 0 является основой для оценки эффективности деятельности.

Для оценки эффективности работы предприятия недостаточно использовать только показатель прибыли.

Рентабельность — это относительный показатель эффективности производства, характеризующий уровень отдачи затрат и степень использования ресурсов. В основе построения коэффициентов рентабельности лежит отношение прибыли (чаще всего в расчет показателей рентабельности включают чистую прибыль) или к затранным средствам, или к выручке от реализации, или к активам предприятия. Таким образом, коэффициенты рентабельности показывают степень эффективности деятельности компании.

Показатель рентабельности взаимосвязан со всеми показателями эффективности производства, в частности с себестоимостью продукции, фондоемкостью продукции и скоростью оборачиваемости оборотных средств.

Показатели рентабельности можно объединить в несколько групп:

— показатели, характеризующие окупаемость издержек производства и инвестиционных проектов;

— показатели, характеризующие рентабельность продаж;

— показатели, характеризующие доходность капитала и его частей.

Рентабельность продукции (коэффициент окупаемости затрат) исчисляется путем отношения прибыли от реализации до выплаты процентов и налогов к сумме затрат по реализованной продукции. Показывает, сколько предприятие имеет прибыли с каждого рубля, затраченного на производство и реализацию продукции.

Может рассчитываться по отдельным видам продукции и в целом по предприятию. При определении его уровня в целом по предприятию целесообразно учитывать не только реализационные, но и прочие доходы и расходы, относящиеся к основной деятельности.

Рентабельность продукции (норма прибыли) — отношение общей суммы прибыли к издержкам производства и реализации продукции, т.е. относительная величина прибыли, приходящейся на 1 руб. текущих затрат

Учитывая и анализируя результаты деятельности организации, в том числе торговых, находящихся на упрощенной системе налогообложения, нельзя обойти значимость аудиторской проверки.

В соответствии с законодательством не все организации попадают под аудиторскую проверку, но данные организации имеют право проводить аудит инициативный — то есть по своей собственной инициативе.

Аудит продаж — это независимая экспертная оценка эффективности используемых процедур и алгоритмов продаж в компании.

Как и любая аудиторская проверка, профессиональный аудит торговой деятельности должен проходить в организациях с определенной регулярностью, что поможет более эффективно продвигаться вперед, а не стоять на месте.

Тем не менее, многие игроки на рынке не спешат доверить такую проверку профессионалам. Часто начальники отделов продаж и маркетологи коммерческой организации предпочитают самостоятельно проводить **аудит продаж** и маркетинговой политики. Но при этом они зача-

стую не знают параметров проверки, основных критериев и методов анализа.

Цель проведения аудита — сформировать объективную оценку состояния компании в части выполнения ею важнейшей функции — организации и управления продажами.

Аудит — это не самоцель, а средство для выявления проблем, слабых мест и, что самое главное, необходимое условие для разработки предложений или программы работ по дальнейшему развитию бизнеса [4].

Аудит также является идеальным средством знакомства с компанией, входа в компанию нового сотрудника — директора по продажам, руководителя проекта, директора по маркетингу и т.п. При этом удается «убить сразу двух зайцев»: познакомиться с компанией, выявить ее слабые и сильные стороны и, параллельно, разработать программу ее дальнейшего развития.

Обобщая вышесказанное, необходимо отметить, что финансовый результат, как источник для оценки рентабельности — является значимым и важным критерием оценки функционирования предприятия в целом и отдельных структур в частности. Но необходимо уточнить, что формирование финансового результата на предприятиях различных организационно-правовых форм и применяющих различные режимы налогообложения — неодинаково.

На предприятиях с упрощенной системой налогообложения учитываются доходы и расходы, также как и на иных предприятиях, а налог на прибыль рассчитывается по определенной, специфической форме. Оценить правильно ведения бухгалтерского учета и уровень соблюдения законодательства можно с помощью аудиторской проверки. Но проблемным вопросом является то, что в силу различных причин не многие руководители согласны на проведение данной проверки.

Литература:

1. Процесс формирования финансового результата/Режим доступа: <http://www.grandars.ru/student/buhgalterskiy-uchet/finansovye-rezultaty-organizacii.html>
2. Доходы и расходы при УСН/Режим доступа: <http://www.moedelo.org/uchet-doxodov-i-rasxodov-pri-usn>
3. Упрощенная система налогообложения/Режим доступа: https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A3%D0%BF%D1%80%D0%BE%D1%89%D1%91%D0%BD%D0%BD%D0%B0%D1%8F_%D1%81%D0%B8%D1%81%D1%82%D0%B5%D0%BC%D0%B0_%D0%BD%D0%B0%D0%BB%D0%BE_%D0%B3%D0%BE%D0%BE%D0%B1%D0%BB_%D0%BE_%D0%B6%D0%B5%D0%BD_%D0%B8%D1%8F
4. Аудит продаж: цель и задачи/Режим доступа: http://webprofiters.ru/services/audit_sistemy_prodazh/

Роль сбережений в воспроизводственном процессе

Матрасулов Б.;

Обидов Расул Абдулхаевич, преподаватель
Гулистанский государственный университет (Узбекистан)

Экономические преобразования в Узбекистане могут дать весомый эффект только при осуществлении политики интенсивного развития производственного и научного потенциала каждого субъекта, сочетания общегосударственных и региональных интересов, создания действенного механизма финансового и денежно-кредитного регулирования инвестиционной деятельности предприятий различных форм собственности.

Для этого необходимо использовать весь накопленный отечественный и зарубежный опыт в сфере инвестирования и выработать единые принципы, методы и инструменты регулирования инвестиционной деятельности, которые будут регламентировать совокупность правовых норм и правил осуществления данной деятельности на территории республики Узбекистан. Нормативно-правовая база должна обеспечивать возможность внедрения новых прогрессивных методов: финансового лизинга, проектного кредитования, проектного финансирования и др. Эффективная система инвестирования предполагает одновременную максимизацию доходов государства и инвесторов и обеспечение правовых гарантий частным и институциональным вкладчикам. Данная система может быть создана на базе комплексной целевой концепции финансирования и стимулирования инвестиционной деятельности в экономике. [1]

Обязательное условие процесса воспроизводства — замена изношенных элементов основного капитала новыми. Таковую замену осуществляют с помощью начисления амортизации по основным средствам и нематериальным активам и направления ее (в составе выручки от продажи товаров) на приобретение новых и техническое совершенствование действующих средств труда.

Подобный процесс характерен для простого воспроизводства, хотя здесь могут быть задействованы элементы расширенного воспроизводства, возникающие по двум причинам:

1) новые средства труда более совершенны по сравнению с заменяемыми, и при аналогичной их стоимости с их помощью можно получить большее количество готовых изделий, предназначенных к реализации;

2) амортизационные отчисления могут быть использованы для расширения производства еще до замены изношенных элементов основного капитала, поскольку их начисляют ежемесячно в течение всего года. Однако только амортизационных отчислений для обновления основного капитала недостаточно. Поэтому масштабное расширение производства возможно за счет новых капиталовложений в основной капитал, осуществляемых также за счет чистой прибыли предприятий, заемных и привлеченных средств.

Инвестиционный процесс начинают с формирования достаточного объема финансовых ресурсов и заканчивают созданием новых производственных мощностей, технологий, объектов бытовой и социальной инфраструктуры.

Для изучения природы инвестиционного процесса на макроуровне необходимо рассмотреть содержание понятий «сбережения» и «инвестиции». [3]

В некоторых современных изданиях зарубежных экономистов сбережения связывают с доходами семейных хозяйств, которые направляют на приобретение товаров и услуг, а также на уплату налогов. Однако многие западные экономисты не отождествляют сбережения только с доходами семейных хозяйств или с личными доходами граждан.

Так, Джон Кейнс определял сбережения как превышение дохода над потреблением. Определенная часть суммы этого превышения сберегается не только отдельными гражданами, но и центральными правительствами, местными органами власти и коммерческими организациями. У. Шарп характеризовал сбережения как «отложенное потребление». [4]

Следует полагать, что наиболее логичную позицию занимают те исследователи, которые связывают сбережения не только с личными доходами физических лиц, но и с доходами юридических лиц и государства. Если доходы от реализации готового продукта превышают издержки на его производство и сбыт, то предприниматель получает прибыль. Часть этой прибыли после уплаты налоговых платежей в бюджетный фонд изымают собственники предприятия на цели личного потребления или сбережения. Другая часть прибыли остается в распоряжении предприятия на цели его развития.

Современные публикации подтверждают, что крупнейшими сберегателями в США выступают нефинансовые корпорации, которые формируют примерно 60–70% национального инвестиционного фонда. Семейные хозяйства обеспечивают примерно 30–40% всех сбережений. В Узбекистане на цели сбережения приходится 30–35% от общего объема ВВП, остальные 65–70% направляют на цели потребления. [1]

Сбережения общества могут возрастать также за счет средств бюджетного фонда в случае превышения его доходов над расходами. При дефиците бюджета сбережения общества будут понижаться.

Уровень сбережений для каждого отдельного гражданина или предпринимателя может определяться специфическими причинами (выгодная сделка, высокая трудоспособность, выигрыш, получение наследства и т. д.). Однако в масштабе общества уровень сбережений определяется

развитием производства. В условиях роста и повышения эффективности производства возможно увеличение не только потребляемой, но и сберегаемой части производленного валового внутреннего продукта (ВВП). Наоборот, в условиях значительного падения объема производства снижаются возможности наращивания сбережений у семейных хозяйств, предпринимателей и государства. Важный фактор, определяющий уровень сбережений — их безопасность. Если семейные хозяйства и предприниматели не уверены в будущих доходах, то они постараются использовать их на текущее потребление.

Следовательно, сбережения и инвестиции тесно взаимосвязаны и взаимообусловлены. Сбережения выступают как потенциальные инвестиции, являющиеся реализованными инвестициями, направленными на получение экономического или социального эффекта. Чем благоприятнее экономическая и социальная обстановка в стране, тем выше степень безопасности вложений, тем больше сбережений трансформируют в инвестиции. В развитых странах практически все сбережения превращают в инвестиции. [2]

Важнейшие факторы, определяющие уровень инвестиций в масштабах общества, следующие.

1. Соотношение между потреблением и сбережением. От данного соотношения зависит не только сегодняшнее, но и будущее потребление. Чем больше общество потре-

бляет в настоящее время, тем меньше оно сберегает, следовательно, тем ниже уровень инвестиций. С другой стороны, чем меньше уровень инвестиций сегодня, тем ниже возможности для увеличения степени потребления завтра.

2. Безопасность вложений капитала оказывает непосредственное воздействие на уровень инвестиций в обществе. Собственники сбережений будут вкладывать в экономику даже в условиях минимальной нормы прибыли на авансированный капитал, если будут уверены в сохранности вложенных средств.

3. На процесс превращения сбережений в инвестиции влияет также норма прибыли на вложенный капитал. Данный фактор всегда действует в сочетании с фактором безопасности. Менее рискованные вложения, как правило, приносят вкладчику более низкую прибыль. Практически безрисковые инвестиции должны приносить инвестору минимальный доход, ниже которого он не станет вкладывать свои деньги в эти финансовые инструменты.

4. На уровень и интенсивность инвестиций оказывает влияние и степень развития инфраструктуры финансового рынка. На развитом рынке инвестициями становятся практически все свободные денежные средства, что выгодно вкладчикам и государству.

Данные факторы непосредственно влияют на превращение сбережений в инвестиции, что способствует увеличению занятости населения и экономическому росту.

Литература:

1. Каримов, И. А. Мировой финансово-экономический кризис, пути и меры по его преодолению в Узбекистане. — Т.: Узбекистан, 2009
2. Бочаров, В. В. Комплексный финансовый анализ. — СПб.: Питер, 2009
3. Бочаров, В. В., Леонтьев В. Е. Корпоративные финансы. — СПб.: Питер, 2009
4. Ван Хори Дж., Вахович Д. М. (мл.) Основы финансового менеджмента/Пер. с англ. 11-е изд. — М.: Вильямс, 2004

Методика проведения анализа основных средств организации

Мельникова Татьяна Викторовна

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса, филиал в г. Находке

Для успешного ведения хозяйственной деятельности предприятия важным условием является обеспечение необходимыми объектами основных средств — зданиями, сооружениями, оборудованием, транспортными и другими средствами.

Основные средства оказывают непосредственное воздействие на эффективность, качество работы и результаты всей финансово-хозяйственной деятельности предприятия.

Понятие «основной капитал» ввел в экономическую теорию шотландский экономист, основатель классической школы политэкономии, Адам Смит. Он писал, что ос-

новной капитал может быть употреблен на улучшение земли, на покупку полезных машин или инструментов или иных подобных предметов, которые приносят доход или прибыль без перехода от одного владельца к другому или без дальнейшего обращения.

В финансово-хозяйственной деятельности практически любой компании современные условия требуют рационального использования имеющихся ресурсов и поиска резервов повышения эффективности функционирования. В этой связи необходимо оценивать собственный потенциал и с максимальной выгодой использовать возможности, предоставляемые внешней средой. Это требует

проведения комплексного анализа основных средств, позволяющего не только выявить, но и грамотно реализовать как внутренний потенциал, так и возникшие возможности внешней среды.

Благодаря внедрению новейшей техники и современных технологий, предприятия способны увеличить производительность труда, производить инновационную продукцию, снижать ее себестоимость, повышать собственную конкурентоспособность, открывать новые перспективы.

Практически все основные средства, за исключением земли, постепенно утрачивают свои первоначальные свойства и приходят в негодность, иными словами, подвержены физическому и моральному износу.

Физический износ частично можно восстановить благодаря их ремонту. Однако, следует отметить, что если

возникает необходимость постоянного ремонта, то затраты на его осуществление со временем перестают окупаться.

Моральный износ основных средств связан с тем, что они постепенно начинают уступать современному оборудованию по техническим характеристикам, производительности, качеству производимой продукции. Морально устаревшее, но физически пригодное к использованию оборудование может быть модернизировано.

В свою очередь, модернизация устаревшего оборудования требует меньших затрат нежели приобретение и установка нового. [3; с. 213]

В этой связи, следует подчеркнуть, что необходим регулярный анализ состояния основных средств, для поддержания их технического уровня.

Этапы анализа при оценке основных средств:

Первый этап

Сбор необходимой информации для анализа основных фондов предприятия

Второй этап

Осуществление аналитических процедур, связанных с исследованием основных фондов предприятия:

- анализ обеспеченности организации основными фондами;
- анализ состояния, структуры и движения основных средств;
- анализ эффективности использования основных средств во времени и по мощности

Третий этап

Обработка аналитических данных и обобщение результата анализа

Четвертый этап

Разработка мероприятий и предложений по совершенствованию и эффективному использованию основных средств, а также выявленных скрытых резервов производства

Пятый этап

Контроль за реализацией разработанных мероприятий

В настоящее время в деятельности многих предприятий существует проблема ограниченности ресурсов, в связи с чем, большое значение приобретает исследование и оценка их ресурсного потенциала. От его состояния, эффективности использования зависит конкурентоспособность и успешное развитие предприятия в перспективе.

На первом этапе для анализа основных средств производится сбор необходимой информации. Результаты аналитической работы во многом зависят от достоверности,

объема, качества, своевременности полученной информации.

Второй этап предполагает осуществление аналитических процедур, связанных с исследованием основных средств организации. Следует отметить, что результаты аналитической работы во многом зависят от квалификации аналитика, приемов и способов, используемых в процессе исследования, технического оснащения. Основные средства являются важной составляющей ресурсного потенциала организации.

Анализ основных средств в процессе исследования имеет последовательный, многоэтапный характер, что позволяет определить не только состояние и эффективность использования средств труда на текущий момент времени, но и способствует, по результатам аналитической работы, разработке мероприятий, применение которых сможет улучшить показатели эффективности функционирования хозяйствующего субъекта в будущем.

Основные направления, включающиеся в анализ основных средств:

— обеспеченность организации основными средствами, оценку их состояния, структуры, движения и эффективности использования во времени и по мощности.

— стоимость основных средств, расчет и анализ показателей фондовооруженности, механовооруженности.

В связи с тем, что в современных условиях большинство организаций производственных и строительных в процессе своей деятельности используют арендованные основные средства, для исследования их ресурсного потенциала целесообразно проводить анализ стоимости собственных основных средств, учитывая ее изменение за счет амортизационных отчислений, переоценки. Важным, на данном этапе, является расчет показателя фондовооруженности, который характеризует степень обеспеченности рабочих основными средствами (средствами труда). Фондоотдача характеризует величину строительной продукции (выполненных работ) или произведенной продукции приходящуюся на один рубль стоимости основных средств.

Данный показатель показывает эффективность использования действующего оборудования. Обратным показателем фондоотдачи является фондоемкость. Для строительных и производственных организаций следует рассчитывать фондоемкость собственных и арендованных основных средств. Фондоемкость позволяет определить, какая часть стоимости основных средств приходится на один рубль строительной продукции (выполненных работ) или произведенной продукции.

Следует отметить, что на эффективность использования основных средств влияет много различных факторов. Так, повышению фондоотдачи способствует: автоматизация процесса производства; применение прогрессивной технологии; модернизация оборудования; повышение квалификации рабочих; повышение загрузки оборудования; использование качественного сырья и материалов; рост доли активной части основных средств; увеличение времени работы активной части основных средств и др. [4; с. 288]

Для определения уровня оснащенности основными средствами строительной и производственной организации следует также рассчитывать показатель механовооруженности труда ($M_{тр}$).

Данные показатели рассматриваются в динамике, в сравнении с плановыми показателями, показателями прошедших периодов времени.

Следующим направлением является анализ состояния, структуры и динамики основных средств. В процессе ис-

следования проводят анализ возраста оборудования, степени его изношенности, расчет коэффициентов годности, амортизации, физического износа, поскольку производительность труда во многом зависит от того, насколько оборудование новое и способно к бесперебойной работе.

Помимо этого, изучение возраста оборудования позволит своевременно проводить его обновление, ремонт или модернизацию. Для исследования анализа структуры основных средств большое значение имеет удельный вес активной и пассивной части в общем составе основных средств. Анализ структуры основных средств проводится в динамике, с целью последующих прогнозов и разработки мероприятий для поддержания необходимого их количества. Движение основных средств исследуется посредством расчета и анализа коэффициентов обновления, интенсивности обновления, ввода, выбытия, роста основных средств.

На основании проведенного исследования, выделим коэффициенты движения основных средств, которые следует применять в процессе анализа строительной и производственной организации: коэффициент обновления; коэффициент интенсивности обновления; коэффициент ввода; коэффициент выбытия.

Третий этап анализа основных средств предполагает обработку аналитических данных и обобщение результатов анализа. На данном этапе важное значение имеет сравнение полученных фактических аналитических данных с аналогичными показателями за прошлые периоды времени. Необходимо проследить динамику показателей, выявить положительные и отрицательные тенденции. Если выявляются нежелательные тенденции и снижение качественных показателей, то необходимо установить причины ухудшения показателей для последующего недопущения подобной динамики.

Безусловно, особое значение имеет разработка мероприятий и предложений по эффективному использованию основных средств и выявленных скрытых резервов производства, а также контроль за их реализацией, что и предусматривают четвертый и пятый этапы анализа основных средств. [6; с. 306]

Таким образом, основные фонды представляют собой совокупность материально-технических ценностей производственного и непроизводственного назначения, функционирующих и развивающихся в отрасли, необходимых для рационального и планомерного выполнения производственных функций обслуживания населения, создания условий для высокопроизводительного труда работников.

Как видно из всего выше сказанного, основные фонды являются одним из важнейших показателей хозяйственной деятельности предприятия, от их уровня напрямую зависит прибыль любой коммерческой фирмы.

Поэтому вполне очевидна актуальность изучения и исследования этого важнейшего показателя, для чего и предпринято это исследование. Безусловно, чтобы происходило нормальное функционирование предприятия,

необходимо наличие определенных средств и источников. Одним из таких источников являются основные фонды, без их наличия вряд ли могло что-либо осуществиться.

Основные средства представляют собой стоимостную оценку основных производственных фондов — совокуп-

ности материально-вещественных ценностей, используемых в качестве средств труда и действующих в натуральной форме в течение длительного времени как в сфере материального производства, так и в непродуцированной сфере.

Литература:

1. Экономика предприятия (в схемах, таблицах, расчетах): учебное пособие [Текст]/под. ред. проф. В.К. Скляренко, В.М. Прудникова. М.: ИНФРА-М, 2010 г. — 67 с.
2. Хорошков, С.И., Букия В.И. Проблемы определения экономической сущности основных средств в свете выполнения государственной программы реформирования бухгалтерского учета [Текст] // Вопросы современной науки и практики. Университет им. В.И. Вернадского. — 2008 г. — №1 (11). — 236 с.
3. Ионова, А.Ф., Селезнева Н.Н. Финансовый анализ: учеб. [Текст]. М.: ТК Велби, Изд-во Проспект, 2008 г. — 213с.
4. Канке, А.А. Анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия/А.А. Канке, И.П. Кошечкина. — 2-е изд., испр. и доп. — М.: Форум: ИНФРА-М, 2007. — 288 с.
5. Коваленко, Е.В. Анализ финансовой отчетности: учеб. пособие/Е.В. Коваленко, С.А. Кондратьева. — Омск: Изд-во ФГОУ ВПО ОмГАУ, 2008. — 100 с.
6. Прыкина, Л.В. Экономический анализ предприятия: учебник для вузов/Л.В. Прыкина. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2009. — 306 с.
7. Пястолов, С.М. Экономический анализ деятельности предприятий: учеб. пособие для вузов/С.М. Пястолов. — М.: Академический Проект, 2002. — 572 с.
8. Финансовый анализ [Электронный ресурс]. — [б. м.], [20]. — Режим доступа: <http://www.grandars.ru/student/fin-m/finansovyuy-analiz.html>.

Компаративный анализ налоговых систем РФ, США и КНР

Митрофанова Инна Алексеевна, кандидат экономических наук, доцент
Волгоградский государственный технический университет

Тлисов Азамат Борисович, кандидат экономических наук, доцент
Северо-Кавказская государственная гуманитарно-технологическая академия (г. Черкесск)

В статье рассматривается налоговая система РФ, США и КНР путем сравнительного анализа. Сравнение проводится по таким показателям как: нормативная база, средний уровень налоговой нагрузки, состав налогов, классификация налогов по налоговому администрированию, классификация налогов по распределению поступлений между различными уровнями бюджетов, анализ динамики налоговых поступлений, состав и структура налоговых поступлений за 2013 год. В процессе сравнительного анализа выделяются отличительные особенности налогообложения отдельных стран и общие черты, присущие нескольким странам.

Ключевые слова: налоговая система, налоговая нагрузка, классификация налогов, налоговые поступления.

Система налогообложения является неотъемлемой частью любой страны, поскольку благодаря ей формируется государственный бюджет, в дальнейшем используемый для решения проблем того или иного региона. Налогообложение оказывает сильное влияние на экономику, являясь одним из самых главных инструментов ограничения или стимулирования деятельности в конкретных сферах экономики. В связи с этим сложно переоценить значимость системы налогообложения для эффективного функционирования государства, полноценного выполнения всех поставленных перед ним задач и создания вы-

сокого качества жизни населения. Оценка системы налогообложения может проводиться различными способами. Авторами был выбран способ сравнительного анализа. Данный выбор связан с возможностью выделения особенностей и сходств при применении этого метода. Не менее значимым является возможность анализа налоговых систем других стран. Для проведения сравнительного анализа системы налогообложения были выбраны такие страны как РФ, США и КНР.

Целью проведенного анализа является выявление сильных и слабых сторон налоговой системы каждой

страны, выделение недостатков, их причин и способов их устранения. Это позволит в будущем решить ряд проблем налоговой системы путем применения методов, используемых в других странах, и внедрить ряд эффективных механизмов и инструментов, успешно функционирующих за границей.

Любая система налогообложения базируется на нормативных документах, в РФ — Налоговый Кодекс. В США подобный документ носит название «Кодекс внутренних доходов», однако все налоговое законодательство содержит в себе около 260 томов. Стоит отметить, что в КНР единого нормативного документа нет, а система налогообложения базируется на правовых актах, принятых органами как исполнительной, так и законодательной власти [5]. В связи с этим нормативная база в КНР имеет очень сложную структуру и содержит большое множество документов, регламентирующих от-

ношения в сфере налогообложения. По мнению авторов, краткость, системность и структурированность налогового законодательства имеет большое значение, в связи с этим налоговое законодательство США и КНР имеет ряд недостатков, наличие которых приводит к осложнениям в поиске, понимании, использовании информации и, соответственно, к трате материальных и временных ресурсов.

Средний уровень налоговой нагрузки в РФ составляет примерно 24%, в то время как в США данный показатель равен 26,5%. КНР относится к числу стран с самым низким уровнем налоговой нагрузки, который составляет не более 15% [2; 9]. По данному показателю видно, что большей налоговой нагрузкой отличается США, однако по степени развития экономики, по качеству жизни населения и многим другим показателям она превосходит РФ и КНР. Но нельзя оставить без внимания тот факт, что 90% населения США живет за счет кредитов.

Таблица 1. Классификация налогов РФ, США и КНР по распределению компетенции по налоговому администрированию [авт.: 5; 6; 8]

№п/п	РФ	США	КНР
1	Налог на доходы физических лиц (ф. н.)	Налоги на доходы (налог на доходы физических лиц и корпорационный налог)	Налог на доходы физических лиц (р. н.)
2	Государственная пошлина (ф. н.)	Налог на социальное обеспечение (взнос)	Налог на прирост стоимости земли (р. н.)
3	Налог на прибыль организаций (ф. н.)	Налог на имущество юридических лиц	Налог на доходы предприятий (ф. н.)
4	Акцизы (ф. н.)	Акцизы	Налог на табачный лист (р. н.)
5	Налог на добавленную стоимость (ф. н.)	Налог с продаж	Налог на добавленную стоимость (ф. н.)
6	Налог на добычу полезных ископаемых (ф. н.)	Налоги на добычу и переработку нефти и иных полезных ископаемых	Ресурсный налог (р. н.)
7	Сборы за пользование объектами животного мира и за пользование объектами водных биологических ресурсов (ф. н.)	Налог на охрану окружающей среды	Сбор за занятие сельскохозяйственными пахотными землями (р. н.)
8	Водный налог (ф. н.)	Налог на ликвидацию безработицы	Налог на приобретение автотранспорта (ф. н.)
9	Налог на имущество организаций (р. н.)	Налог на имущество, переходящее в порядке наследования или дарения	Налог на предпринимательскую деятельность (р. н.)
10	Транспортный налог (р. н.)	Таможенные пошлины	Транспортный налог (р. н.)
11	Налог на игорный бизнес (р. н.)		Налог на использование городских земель (р. н.)
12	Земельный налог (м. н.)		Налог на городской ремонт и строительство (р. н.)
13	Налог на имущество физических лиц (м. н.)		Потребительский налог (ф. н.)
14			Гербовый сбор (р. н.)
15			Налог на недвижимость (р. н.)
16			Дополнительный сбор на образование (р. н.)
17			Налог на переход прав (р. н.)

Примечание: ф. н. — федеральные налоги и сборы; р. н. — региональные налоги; м. н. — местные налоги.

Показатель налоговой нагрузки позволяет оценить лишь общий уровень в целом, однако, сопоставляя значения налоговой нагрузки с объемами налоговых поступлений, можно заметить, что при 26,5% в США бюджет имеет наибольший доход. На наш взгляд, низкие показатели налоговых поступлений при достаточно высокой налоговой нагрузке в РФ связаны с тем, что значительная часть населения страны уклоняется от уплаты налогов, применяя незаконные механизмы. В КНР при самом низком значении налоговой нагрузки, налоговые поступления выше, чем в РФ, что связано с большой численностью населения и высоким уровнем государственного контроля.

Не менее важным является анализ структуры налогов. Выделение состава налогов позволит оценить состав объектов и операций, подлежащих налогообложению в этих странах, структуру взимаемых налогов с физических и юридических лиц.

В таблице 1 наглядно представлены виды налогов в РФ, США и Китае. Проведена классификация по распределению компетенции по налоговому администрированию. В таблице 1 отсутствует полный перечень всех налогов, так как именно предложенный состав налогов формирует доходную часть федерального бюджета каждой страны.

Из таблицы 1 видно, что только в РФ применяется деление налогов на 3 уровня (федеральные, реги-

ональные, местные), в КНР — только на 2, поскольку региональный и местный уровни представляют собой одну группу налогов. Отсутствие в США деления налогов во многом связано с тем, что в них не предусмотрено законодательством деление налогов по налоговому администрированию, однако есть возможность самостоятельного введения штатами налогов, не противоречащих федеральному налоговому законодательству. Аналогично осуществляется налогообложение на местном уровне. По этой причине налоговая система в США имеет очень сложную структуру. Еще одной особенностью американской системы налогообложения является отсутствие налога на добавленную стоимость, однако в штатах он порой представлен в форме налога с продаж, и в каждом штате ее налоговая ставка различна. В целом можно сделать вывод о том, что перечень налогов одинаков во всех трех странах, кроме части налогов, у которых лишь название отлично, и узкого круга специфических налогов, присущих лишь конкретной стране. Отсюда можно вывести и общий для всех трех стран состав объектов налогообложения, к которым относят доход, имущество, операции и т. д.

Следующая классификация произведена по распределению налоговых поступлений между бюджетами различных уровней, что представлено в таблице 2.

Таблица 2. **Распределение налоговых поступлений между бюджетами различных уровней в РФ, США и КНР [авт.: 1; 5; 8]**

Страна	Федеральный бюджет	Региональный бюджет	Местный бюджет
РФ	Налог на добавленную стоимость, водный налог	Налог на игорный бизнес, налог на имущество организаций, транспортный налог	Земельный налог, налог на имущество физических лиц
	Государственная пошлина		
	Налог на доходы физических лиц		
	Налог на прибыль организаций, акцизы, налог на добычу полезных ископаемых, сборы за пользование объектами животного мира и за пользование объектами водных биологических ресурсов		
США	Индивидуальный подоходный налог, налог на доходы корпораций, отчисления на социальное страхование, акцизы, налог с наследства и дарений, таможенные пошлины	Индивидуальный подоходный налог, налог на доходы корпораций, отчисления на социальное страхование, акцизы, налог с наследства и дарений, налог с продаж, налоги на движимую и недвижимую собственность	Индивидуальный подоходный налог, налог на доходы корпораций, отчисления на социальное страхование, акцизы, налог с наследства и дарений, налог с продаж, налоги на движимую и недвижимую собственность
КНР	Налог на приобретение автотранспорта, потребительский налог	Налог на прирост стоимости земли, сбор за занятие сельскохозяйственными пахотными землями, транспортный налог, налог на использование городских земель, налог на недвижимость, налог на переход прав	
	Налог на доходы физических лиц, налог на доходы предприятий, налог на добавленную стоимость, ресурсный налог, налог на предпринимательскую деятельность, налог на городской ремонт и строительство, гербовый сбор, дополнительный сбор на образование		

Отличительной чертой налоговой системы США является то, что в бюджет каждого уровня зачисляются поступления только от тех налогов, права по установлению и администрированию которых принадлежат правительству этого уровня. Таким образом, в США отсутствует практика, когда поступления от налогов, которые регулируются одним правительством, распределяются между различными бюджетами [4]. По этой причине одни и те же налоги могут взиматься на всех трех уровнях, но их налоговые ставки могут отличаться. Налог с продаж, который в США, по сути, заменяет налог на добавленную стоимость, формирует только региональный и местный бюджеты, являясь одним из главных источников доходов. Обобщая материал, можно отметить, что практика распределения налоговых поступлений между бюджетами является очень распространенной, однако в США отсутствие этой практики говорит о большей автономности территориальных субъектов.

По распределению налоговых поступлений между бюджетами различных уровней налоговые системы КНР и РФ более схожи, поскольку предусматривают часть налогов, которые полностью зачисляются в бюджеты отдельных уровней, и часть налогов, доходы от которых распределяются между бюджетами в определенных пропорциях [3].

Оценка уровня налоговых поступлений позволит сформировать более полную картину состояния бюджетов отдельных стран. Объем бюджета США в разы превосходит объемы бюджетов РФ и КНР. Однако, если проанализировать динамику доходов федерального правительства США, можно заметить, что на протяжении десяти лет, начиная с 1990 г., динамика была исключительно положительной, однако в 2000–2003 гг. и 2007–2009 гг. был спад [7; 11]. Такая неоднозначная динамика характерна была лишь для последних десяти лет.

Доходная часть бюджета КНР на протяжении двадцати лет стабильно увеличивалась и к 2010 г. достигла около 600 млрд. долл. [12]. Динамика доходов федерального бюджета РФ в 1998–2008 гг. носила положительный характер, но после был резкий спад, после которого к 2010 г. не удалось вернуться к предыдущим показателям [10]. По мнению авторов, подобная динамика во многом зависит от состояния экономики на тот или иной период, социальной сферы общества и многих других факторов, однако стабильный рост налоговых поступлений в КНР может говорить о высоком уровне организации, контроля и управлении как в целом страной, так и налоговой системой в частности.

Объем налоговых поступлений за 2013 г. был больше, нежели в 2012 г. на 19796 млн. руб. Объем федерального бюджета увеличился на 1941,2 млн. руб., хотя доля в общем объеме уменьшилась почти на 3%. Доля консолидированного бюджета субъекта выросла на 2,7%, что составило 17854,7 млн. руб. Общий объем налоговых поступлений за 2013 г. в США составил 2627,4 млрд. долл., в КНР — 5,5 трлн. юаней [12].

По мнению авторов, объем налоговых поступлений в США и КНР значительно выше благодаря распростра-

ненному применению прогрессивной системы налогообложения, в то время как в РФ практикуется использование в большей степени пропорциональной системы. Не менее значимым является контроль государства за выполнением налоговых обязательств гражданами страны. С этой точки зрения США и КНР также отличаются высокой степенью контроля, однако в России известно немало случаев ухода от уплаты налогов, и государство пока не может принять эффективных мер для предотвращения таких случаев.

В 2013 г. в РФ в целом наблюдается равномерные поступления от основных видов налогов, однако наибольшую прибыль приносит налог на прибыль организаций, налог на доходы физических лиц, налог на добавленную стоимость. Значимую долю в структуре составляют также налоги и сборы за пользование природными ресурсами, что объясняется тем, что РФ богата полезными ископаемыми, водными и биологическими ресурсами. Около 8% составляют акцизы и налоги на имущество. Большую часть бюджета США, как и в РФ, составляет индивидуальный подоходный налог — 43%, однако его доля здесь выше на 20%, отчисления на социальное страхование приносят бюджету 35% доходов, и на третьем месте по объему поступлений находится налог на доходы корпораций — 13%. Если анализировать структуру налоговых поступлений КНР, трудно не заметить максимальную долю налога на добавленную стоимость в системе поступлений (объединяя налог на добавленную стоимость и налог на добавленную стоимость импортированных товаров), далее идут налог на прибыль предприятий и налог на хозяйственную деятельность. Единый подоходный налог приносит бюджету КНР лишь 6% дохода, уступая потребителюскому налогу, доля которого 8%.

Из проведенного анализа следует, что самыми прибыльными для государств объектами налогообложения являются доходы как физических, так и юридических лиц (налог на доходы физических лиц, налог на прибыль организаций, налог на доходы корпораций, налог на прибыль предприятий) и операции (налог на добавленную стоимость).

Подводя итоги, можно отметить, что налоговые системы США, РФ и КНР имеют как свои характерные особенности, так и общие черты присущие для всех стран. Для всех стран характерно применение определенного перечня налогов, содержащих свои элементы, наличие нормативных документов, регулирующих отношения в сфере налогообложения, система классификации налогов. Основными объектами налогообложения являются, прежде всего, доходы физических и юридических лиц и операции с товарами, работами и услугами.

Отличительными особенностями налоговой системы США являются: отсутствие деления налогов на группы по распределению компетенции по налоговому администрированию, полное поступление налогов в определенный уровень бюджета, наличие заменяемого налога

на добавленную стоимость на налог с продаж на региональном и местном уровнях. В РФ по сравнению с США и КНР законодательно предусмотрено деление налогов на 3 уровня и применение пропорциональной системы налогообложения, в то время как в КНР деление осуществляется лишь на 2 уровня, и для КНР и США больше характерно использование прогрессивной системы налогообложения. Отличительной особенностью КНР также является то, что налоговое законодательство формируется за счет нормативных документов исполнительных и законодательных органов, отсутствует единый нормативный документ.

Таким образом, структура всех систем налогообложения схожа во всех трех странах, за исключением ряда особенностей, однако механизмы и инструменты ее функционирования отличаются, что и приводит к различным результативным показателям. По этой причине вполне целесообразно использовать методы и инструменты, применяемые в других странах, для решения проблем в РФ, такие как: прогрессивная система налогообложения, механизм государственного контроля за налоговыми поступлениями, и т.д. Использование опыта других стран позволит в короткие сроки при минимальных затратах решить серьезные трудности с наименьшими рисками.

Литература:

1. Бюджетный кодекс Российской Федерации (по сост. на 01 февраля 2015 г.). М.: Проспект: Кнорус. 2015. 320 с.
2. Лыкова, Л.Н. Налоговые системы зарубежных стран: учеб./Л.Н. Лыкова, И.С. Букина. М.: Юрайт, 2013. 428 с.
3. Митрофанова, И.А. Экономическая оценка налоговых рисков: межстрановые сравнения/И.А. Митрофанова, С.В. Хохлова // *Налоги и налогообложение*. 2013. № 1. с. 5–14.
4. *Налоги в США для юридических и физических лиц* [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://arttechnologies.ucoz.ru/publ/ssha/o_strane/nalogi_v_ssha_dlja_juridicheskikh_i_fizicheskikh_lic/187-1-0-729 (дата обращения: 08.12.2014).
5. *Налоговая система КНР* [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://pavel.bazhanov.pro> (дата обращения: 02.12.2014).
6. *Налоговый кодекс Российской Федерации: части первая и вторая* (по сост. на 01 февраля 2015 г.). М.: Омега-Л, 2015. 1056 с.
7. *Россия и страны мира. 2014: стат. сб./Росстат*. М., 2014. 382 с.
8. *Состав и структура налоговой системы США* [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.imi-samaga.ru/node/1832> (дата обращения: 09.12.2014).
9. Тлисов, А.Б. Зарубежный и отечественный опыт государственного управления процессом инновационного развития/А.Б. Тлисов, И.А. Митрофанова, С.В. Пошелюжный // *Финансовая аналитика: проблемы и решения*. 2012. № 16. с. 19–24.
10. *Федеральная служба государственной статистики* [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/ (дата обращения: 07.12.2014).
11. *Bureau of Economic Analysis* [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.bea.gov> (дата обращения: 07.12.2014).
12. *China tax blog* [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.chinataxblog.com/?cat=10> (дата обращения: 07.12.2014).

Декомпозиционный анализ процесса ипотечного кредитования: субъекты, объекты, типы и функции моделей взаимодействия

Михайлова Екатерина Николаевна, магистрант;
Аникин Александр Вячеславович, кандидат экономических наук, доцент
Нижегородский государственный университет имени Н. И. Лобачевского

В предложенной статье анализируется актуальная проблема современного общества — организация процесса ипотечного кредитования. В статье приводится авторская классификация объектов ипотечного кредитования, рассматривается субъектный состав данных кредитных отношений. Авторы выделяют функции существующих моделей взаимодействия субъектов ипотечного процесса. Рассмотрены положительные и отрицательные стороны организации ипотечного кредитования с помощью ссудо-сберегательных ипотечных институтов.

Ключевые слова: *двухуровневая (одноуровневая) модель ипотеки, модель ипотечного банка, объекты ипотечного кредитования, ссудо-сберегательный ипотечный институт, субъекты ипотеки.*

Жилье является одной из основных потребностей, обеспечивающих гражданам ощущение экономической стабильности и безопасности, стимулирующих их к эффективному и производительному труду. Функционирование предприятий и коммерческих организаций предполагает организацию бизнес-процессов в рамках локализованных физических пространств (например, осуществление торгово-закупочной деятельности немислимо без наличия склада для готовой продукции, либо для товара, предназначенного к реализации). Потребность в локализации данных бизнес-процессов предопределяет существование спроса на коммерческую недвижимость. Наличие у организации в собственности производственных или торговых зданий и сооружений, повышает устойчивость данной компании к рискам внешней среды и убыткам с ними связанными (например, разрыв контракта с арендодателем влечет возникновение расходов по поводу найма нового помещения, перевозки товара). Однако не все экономические субъекты могут позволить себе удовлетворение потребности, связанной с приобретением жилой или коммерческой недвижимости, за счет собственных средств. Для подобных субъектов актуальными становятся схемы приобретения недвижимости за счет заемных средств. Одной из разновидностей таких схем является ипотека.

Необходимость удовлетворения потребности субъектов в жилье требует внедрения различных механизмов ипотечного жилищного кредитования, таких как новые формы банковского ипотечного кредитования, развитие жилищных ссудо-сберегательных кооперативов. Реализация подобных новаций невозможна без применения научного подхода. Актуальность исследования ипотечного кредитования заключается в социальной значимости данного явления. В рамках данной статьи произведем декомпозиционный анализ процесса ипотечного кредитования. Суть указанного подхода заключается в детализации и классификации составных элементов ипотеки как процесса: объектов, субъектов, моделей взаимодействия финансовых отношений.

Ипотеку будем считать разновидностью финансовых взаимоотношений ссудного характера между субъектами-участниками по поводу целевого предоставления заемных средств на приобретение и (или) под залог объектов недвижимости. Объектами ипотечного кредитования (недвижимости), по нашему мнению, являются:

1. Земельные участки;
2. Объекты материального мира, созданные в результате деятельности человека:
 - 1) объекты, исключаяющие свое физическое перемещение в процессе эксплуатации (здания, сооружения, объекты незавершенного строительства): а) объекты жилого назначения (например, квартиры, дома, коттеджи, дачи, здания и сооружения, обслуживающие жилую недвижимость); б) объекты коммерческого назначения (например, офисные центры, торговые и производственные помещения, склады, и другие объекты сервисного обслуживания коммерческой деятельности);
 - 2) объекты, предусматривающие свое физическое перемещение в процессе эксплуатации (воздушные и морские суда, суда внутреннего плавания, космические объекты).

Объекты, составляющие последнюю категорию, относятся к недвижимости в силу закона. Объектами ипотечного кредитования теоретически также могут выступать недра, но вследствие ограничений, присутствующих в российском законодательстве, относить их к данной категории не следует. Во-первых, данные объекты недвижимости находятся в постоянной собственности государства, а, во-вторых, «участки недр не могут быть предметом купли, продажи, дарения, наследования, вклада, залога или отчуждаться в иной форме» [4, ст. 1.2].

Рассмотрим более подробно субъектный состав взаимоотношений, связанных с ипотечным кредитованием, выделив основных участников. **Заемщик** — субъект кредитных отношений, привлекающий ссудный капитал с целью создания, приобретения объектов ипотечного кредитования и (или) под залог указанных объектов. В качестве заемщика может выступать как юридическое, так

и физическое лицо, кредитоспособность которого удовлетворяет требования кредитной организации. **Кредитор и залогодержатель** — субъект (физическое или юридическое лицо), предоставляющее капитал в рамках долговой сделки, элементы которой (цель долгового финансирования, форма ограничения рисков) связаны с объектами ипотечного кредитования. **Залогодатель** — субъект, предоставляющий объект недвижимости в качестве залога, с целью минимизации рисков кредитора, выступающего залогодержателем. Как правило, в большинстве ипотечных сделок роль заемщика и роль залогодателя отведена одному и тому же лицу, однако в ряде случаев возможно разделение заемщика и залогодателя. **Субъекты инфраструктуры ипотечного рынка** — субъекты, с целью получения собственной выгоды осуществляющие функцию минимизации рисков и устранения информационной неопределенности участников, то есть функцию обеспечения благоприятных условий для заключения ипотечных сделок. К подобным субъектам следует относить страховые, оценочные компании, ипотечных брокеров. **Государство, органы местного самоуправления и их институты** — субъекты, олицетворяющие общество, обеспечивающие в общественных интересах благоприятные условия развития рынка ипотечного капитала, надежное и эффективное функционирование системы ипотечного кредитования на федеральном, региональном и местном уровнях.

Проанализируем основные модели взаимодействия субъектов и объектов при организации процесса ипотечного кредитования, акцентируя внимание на функциональный аспект. В настоящее время в мировой практике используются три основные модели ипотечного кредитования: одноуровневая (немецкая или сбалансированно-автономная), модель ипотечного банка и двухуровневая (американская или расширенно-открытая) [5], [6], [7]. Каждая модель характеризуется ориентацией на осуществление востребованных социумом функций на основе возмездности с учетом баланса экономических интересов общества [3, с. 24].

Одноуровневая модель взаимодействия ориентирована на реализацию следующих основных функций: 1) перераспределительная функция (характерна для ипотечных банков и ссудо-сберегательных кооперативов); 2) воспроизводственная функция (характерна для ссудо-сберегательных (строительно-сберегательных) кооперативов в рамках осуществления инвестиций в строительство). В одноуровневой модели ипотечного кредитования, кредитный договор заключается только между заемщиком и кредитором. Как отмечает Черепович А. В., ссудо-сберегательная модель основана на заключении контрактов, содержащих обязательства финансовой организации по предоставлению кредита на покупку жилья на заранее определенных условиях при выполнении будущим заемщиком неременного условия по накоплению согласованной суммы (первоначального взноса) за установленный период времени [7, с. 65]. Кредитором может являться как ссудо-сберегательный кооператив, так

и ипотечный банк. Заемщик накапливает капитал, который формирует первоначальный взнос. В процессе накопления первоначальных взносов заемщиков формируется капиталная база, которая перераспределяется и инвестируется в рамках ипотечного кредитования ссудо-сберегательным учреждением или банком. В данной модели использована цикличность обращения денежных средств. Средства, которые возвратил заемщик, используются для выдачи новых ипотечных кредитов новым заемщикам, сформировавшим первоначальный взнос.

Модель ипотечного банка следует рассматривать как производную модель от одноуровневой. Указанная модель предполагает возможность выпуска ипотечных облигаций, которые опосредованно обеспечены залогом на объекты ипотечного кредитования. Модель ипотечного банка предполагает формирование детерминированного контура финансового потока. Денежный отток, связанный с выплатой процентного дохода и основного долга по ипотечным облигациям, определен денежным притоком, генерируемым ссудным ипотечным портфелем. Облигации обеспечиваются правами требованиями по предоставленному ссудному капиталу, а возвратность выданных ипотечных ссуд обеспечена залогом недвижимости. Данная модель предполагает реализацию следующих функций: 1) перераспределительная функция; 2) функция финансового посредничества (представляет собой выпуск ценных бумаг, опосредованно обеспеченных ипотечным ссудным портфелем). Пилавова Э. Г. выделяет в качестве преимущества этой модели относительную простоту организации субъектно-объектного взаимодействия, нацеленного на формирование капиталной базы кредитора за счет ресурсов инвесторов [6, с. 40]. Это обуславливает привлекательность ее применения странами с неразвитой инфраструктурой организованного рынка ценных бумаг и финансового рынка в целом. Применение данной модели возможно в рамках отдельных региональных рынков, однако успех ее реализации будет зависеть от формирования кооперационных взаимодействий между банками (создание совместных гарантийных фондов, формирование кредитных синдикатов для финансирования ипотечных банков) [2, с. 4].

Двухуровневая модель ипотечного кредитования основана на том, что кредитором осуществляется возмездная переуступка права требования по ипотечным кредитам специальному субъекту. Указанная модель работает благодаря функционированию особых субъектов — агентств (фондов) ипотечного кредитования, специализирующихся на приобретении прав требования по ипотечным кредитам, выданным на рынке ссудного капитала, с последующей реализацией указанного права. Подобные институты в зависимости от степени участия государства следует относить к субъектам инфраструктуры ипотечного рынка или государственным институтам. Двухуровневый характер модели определяется системой финансовых взаимоотношений: на первом уровне расположены агентства ипотечного кредитования (формирующие фи-

нансовый мостик между ипотечными кредиторами и инвесторами), на втором уровне функционируют ипотечные банки. **Например, в РФ первый уровень соответствует государственной корпорации — Агентству по ипотечному жилищному кредитованию (АИЖК),** на втором уровне находятся **банки и иные кредитные организации, осуществляющие ипотечную деятельность.** Двухуровневая модель предполагает реализацию следующих функций: 1) перераспределительная функция; 2) страховая функция (передача кредитного риска через продажу ипотечного ссудного портфеля); 3) функция финансового посредничества. Ключевую роль в функционировании подобной системы играет секьюритизация ипотечного ссудного портфеля, приобретаемого агентством. Реализуется механизм аналогичный модели ипотечного банка только уже в масштабах ипотечного агентства: идет формирование ипотечных кредитных пулов и их продажа (продажа прав участия в них) вторичным инвесторам, либо выпуск ипотечных ценных бумаг под обеспечение прав требования по ипотечным пулам [8].

В период становления рыночной экономики в РФ были созданы предпосылки для формирования всех трех моделей. Двухуровневая модель базируется на взаимодействии АИЖК, региональных операторов и коммерческих банков. Функционирующий в стране финансовый рынок позволяет в полной мере реализовать модель ипотечного банка. Взаимодействие участников в рамках одноуровневой модели также возможно. Однако необходимость размещать денежные средства на длительный срок в условиях нестабильной ресурсной базы делает данную модель для коммерческих банков непривлекательной. Отсутствие же комплексного нормативного обеспечения, регламентирующего деятельность ссудо-сберегательных ипотечных учреждений, не позволяет в полной мере использовать преимущества кооперационных объединений.

Проанализируем перспективы развития в РФ ссудо-сберегательных кооперационных ипотечных объединений. В ходе анализа моделей ипотечного жилищного кредитования в РФ был сформулирован вывод о том, что одноуровневая система в нашей стране неэффективна в отношении банковских структур. Тем не менее, развитие данной модели становится возможным благодаря распространению ссудо-сберегательных институтов ипотечной направленности.

Первые ссудо-сберегательные программы, связанные со строительством жилья возникли в глубокой древности в Китае и Индии. Эффективность подобной формы финансового взаимодействия подтверждается распространением института ссудо-сберегательных кооперативов по всему миру. Подобные кооперативы широко распространены в развивающихся странах. Во многих развитых европейских экономиках помимо банковской ипотеки широко представлены услуги различных ссудо-сберегательных ипотечных институтов.

В условиях конкуренции, кроме обычного банковского сектора значительную часть рынка ссудного ка-

питала любой развитой страны занимает сектор небанковского кредитования, в том числе система кредитной кооперации. Кооператив, как форма организации деятельности, представляет собой добровольное объединение субъектов общества, которое создано для достижения каких-либо общих целей. Участники кооператива (пайщики) вносят долю (пай) и участвуют в управлении кооперативом, а также отвечают за риски и результаты функционирования организации. Отличием банковской деятельности от кредитной кооперации, является преимущественная ориентация на финансовое обслуживание членов кредитных коопераций. Основной целью кооператива является оказание кредитно-финансовых услуг своим членам в развитии их хозяйственной деятельности и повышении их материального благосостояния. Кредит выдается только в основном членам кооператива [5, с. 138].

Ссудо-сберегательный ипотечный институт (строительно-сберегательный кооператив, строительная сберегательная касса) — это институт ипотечного кредитования, реализующий кооперацию капиталов участников (членов), направленную на удовлетворение их потребности в жилье (за счет приобретения, строительства). Заключаемый договор между ссудо-сберегательным ипотечным институтом и его членами предусматривает предоставление кредита для приобретения жилья. При этом предоставление заемного капитала обусловлено не только залогом и обязательствами заемщика по обслуживанию долга, но и предварительным выполнением плана по накоплению сбережений, формирующих капитал кооператива.

Пиладова Э.Г. полагает, что ссудо-сберегательный строительный кооператив (стройсберкасса) является необходимым звеном в процессе становления ипотеки в России в современных условиях [6, с. 41]. Необходимость развития данных институтов обусловлена положительными эффектами ссудо-сберегательной стратегии [7, с. 72]: 1) стройсберкассы за счет узкой функциональной специализации и наличия финансовых программ накопления/заимствования снижают кредитные риски и преодолевают проблему недоверия населения, тем самым, вовлекая большее количество людей в систему ипотечного кредитования; 2) данные учреждения создаются не с целью максимизации прибыли, а для удовлетворения потребности их участников в заемном капитале, поэтому, привлекая ресурсы участников под невысокие проценты, в процентную ставку по ссудам не закладывается доля прибыли, что позволяет предоставлять кредиты по ставкам ниже рыночных условий; 3) стройсберкассы являются эффективным инструментом отбора надежных заемщиков, так как нередко организуются группой людей, поддерживающих постоянные межличностные контакты, что позволяет осуществлять кредитный мониторинг с учетом большего объема информации о субъекте [6, с. 41]. Отрицательные стороны ссудо-сберегательной модели: 1) возможности модели зависят от способности населения к сбережению; 2) реализация в инфляционной экономике затруднена по причине обесценения сбережений. [7, с. 72].

В РФ 28.02.2012 в Государственной Думе (ГД РФ) была инициирована работа по рассмотрению законопроекта «О строительных сберегательных кассах», предусматривающего создание уполномоченными банками специальных касс, функционирующих на принципах ссудо-сберегательных учреждений. Однако многие законодательские инициативы авторов законопроекта были плохо проработаны с точки зрения связанности с существующей законодательной базой и не учитывали рыночные особенности функционирования кредитной сферы. Поэтому, несмотря на социально ориентированную цель, связанную с развитием системы финансового обеспечения удовлетворения жилищных потребностей, указанный законопроект 17.10.2014 был отклонен в первом чтении ГД РФ [1].

Подводя итог, можно утверждать, что эффективность функционирования системы ипотечного кредитования определяется следующими факторами: многообразием объектов ипотечного кредитования, разнообразием субъектного состава, моделями субъектного взаимодействия в ходе организации ипотечного процесса. Следует под-

черкнуть, что модели взаимодействия субъектов различаются реализуемыми функциями в отношении достижения экономических целей социума. Следовательно, для достижения комплексных экономических целей общества и экономической стабильности в частности, существует потребность в функционировании всех трех моделей ипотечного взаимодействия субъектов. В России ориентация банков на двухуровневую модель и модель ипотечного банка способствует тому, что незанятую нишу кредитора в рамках одноуровневой модели могут заполнить ссудо-сберегательные ипотечные кооперативы и строительные сберегательные кассы. Однако, как показывает практика, данный процесс сдерживается неразвитостью нормативного регулирования. Совершенствование правового поля, направленного на формирование системы сберегательных строительных касс будет способствовать повышению стабильности банковской системы за счет привлечения ресурсов граждан в рамках целевых вкладов, экономическому росту, благодаря увеличению объемов финансирования строительной отрасли, и снижению уровня социальной напряженности.

Литература:

1. Автоматизированная система обеспечения законодательной деятельности Государственной Думы РФ. Официальный интернет-сайт Государственной Думы РФ. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://asozd2.duma.gov.ru>.
2. Аникин, А. В. Формы кооперационного взаимодействия региональных банков // Банковские услуги. — 2009. — № 10. с. 2–5.
3. Господарчук, Г. Г., Аникин А. В. Оценка уровня стабильности российской банковской системы // Деньги и кредит. — 2014 — № 5. с. 24–30.
4. Закон Российской Федерации от 21 февраля 1992 г. N 2395-1 «О недрах» (с изм. и доп.). Правовая система «Консультант Плюс» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://consultant.ru>.
5. Левина, Л. И., Симонова Н. Ю. Сравнительный анализ деятельности коммерческих банков и специализированных кредитно-финансовых институтов (кооперативов) на рынке ипотечного жилищного кредитования Г. О. Тольятти // Вестник Волжского университета им. В. Н. Татищева. — 2012. — № 1. с. 133–144.
6. Пилавова, Э. Г. Строительно-сберегательное общество как основной институт развития массового ипотечного жилищного кредитования в развитых и развивающихся странах // Вестник Челябинского государственного университета. — 2012. — № 1 (255). Право. Вып. 31. с. 39–41.
7. Черепович, А. В. Финансово-инвестиционные модели ипотечного жилищного финансирования // Вестник Волжского университета им. В. Н. Татищева. — 2012. — № 1. с. 63–73.
8. Финансовая интеграция как основа развития региональных рынков / Гуревич М., Господарчук Г., Малкина М., Яшина Н. // Рынок ценных бумаг. — 2003. — № 14 (245).

Проблемы внедрения энергосберегающих технологий в Республике Мордовия

Москалева Елена Геннадьевна, кандидат экономических наук, доцент;

Бутяева Анна Викторовна, студент;

Кожевникова Екатерина Евгеньевна, студент

Мордовский государственный университет имени Н. П. Огарева (г. Саранск)

В настоящее время энергосберегающие технологии являются одним из ключевых направлений развития энергетической политики России. Так как экономика страны характеризуется высокой энергоёмкостью, необходимыми мерами по обеспечению экономии энергии являются: ликвидация технологической отсталости промышленности, оснащение предприятий новым энергосберегающим оборудованием, модернизация сферы ЖКХ, внедрение энергосберегающих технологий, привлечение в энергосбережение должного объема инвестиций, работа с населением, борьба с бесхозяйственностью в использовании энергетических ресурсов. Ещё одним направлением, призванным в будущем заменить традиционные виды топлива, является переход на энергосберегающие технологии в рамках использования возобновляемых источников энергии, к которым относятся: твердая биомасса и животные продукты, промышленные отходы, гидроэнергия, геотермальная энергия, солнечная энергия, энергия ветра, энергия приливов морских волн и океана. Это даёт не только значительное уменьшение расходов на энергетические затраты, но и имеет большие экологические плюсы. Энергосберегающие технологии позволяют относительно простыми методами госрегулирования значительно снизить нагрузку на государственный и федеральные бюджеты, сдерживать рост тарифов, повысить конкурентоспособность экономики, увеличить предложения на рынке труда [5, С. 14].

Актуальна эта проблема и для Республики Мордовия, которая относится к энергодефицитным регионам РФ и вынуждена отвлекать значительные финансовые средства на закупку топливно-энергетических ресурсов. В то время, как технологии энергосбережения, сокращая расход энергоресурсов, повышают региональную энергоэффективность и напрямую влияют на уровень инвестиционного и энергетического потенциалов, которые, в свою очередь, активно способствуют процессам регионального развития и высоким темпам экономического роста [4, С. 180].

Текущее состояние энергетического комплекса характеризуется повышенным износом основных фондов, что является угрозой его энергобезопасности. Так, филиал ОАО «МРСК Волги» — «Мордовэнерго» имеет трансформаторное оборудование со сроком службы 35 лет (износ — 86%), коммутационные аппараты — 34 года (износ — 85%) и высоковольтные линии — 30 лет (износ 77%).

Низкая энергоэффективность порождает низкую конкурентоспособность промышленности. В условиях эконо-

мического кризиса 2008 — 2009 годов высокие удельные расходы энергоресурсов в промышленности дополнительно возросли из-за падения загрузки производственных мощностей более быстрыми темпами, чем снижалось энергопотребление. Это происходит на фоне падения цен на продукцию этих предприятий и роста цен на энергоносители. В итоге, доля энергетических издержек в структуре себестоимости промышленности резко выросла, а конкурентоспособность промышленности упала, что существенно осложняет ее выход из кризиса.

Низкая энергоэффективность ЖКХ и бюджетной сферы порождает высокую нагрузку коммунальных платежей на местные, республиканский и федеральный бюджеты и снижает финансовую стабильность. Более 15% расходов как республиканского бюджета Республики Мордовия, так и местных бюджетов приходится на оплату в той или иной форме жилищных и коммунальных услуг.

Реализации огромного потенциала энергосбережения мешают барьеры, которые имеют разную природу: ценовые и финансовые барьеры, связанные со структурой и организацией экономики и рынка; институциональные барьеры; социальные, культурные, поведенческие. Практически все они устранимы с помощью целевых мер политики по повышению энергоэффективности [2].

Рассмотрим основные проблемы внедрения энергосберегающих технологий в нашем регионе.

На производстве:

- использование устаревшего оборудования, не соответствующего требованиям энергоэффективности,
- применение устаревших технологий в производственном цикле,
- отсутствие финансовой возможности закупить новую технику и внедрять прогрессивные энергосберегающие меры,
- слабые организационные меры по обеспечению энергосберегающих мероприятий.

Проблемы энергосбережения в Мордовии в сфере жилищно-коммунального хозяйства:

- ветхий жилой фонд и ветхие инженерные коммуникации, вследствие которых происходят значительные потери тепла,
- нехватка источников финансирования работ по реконструкции и модернизации инженерных систем и зданий жилого фонда,
- невозможность установить поквартирные приборы учета расхода тепла (в домах застройки до 2000 га) из-за конструктивных особенностей систем отопления, а иногда и по причине изношенности внутрименовых сетей,

— слабая мотивация конечных потребителей к экономии энергетических ресурсов.

Проблемы энергосбережения в строительстве наблюдаются и в рамках программ реконструкции, и в части вопросов вновь возводимого жилья:

— не решена проблема использования современных систем вентиляции (с рекуперацией) в строящихся и реконструируемых зданиях (старые и неработающие системы приводят к дополнительным теплопотерям и ухудшению микроклимата в помещениях),

— использование в массовом строительстве дешевых стройматериалов, несмотря на налаженный в Мордовии выпуск энергосберегающих решений (производство теплоотражающих стекол, светопрозрачных конструкций, фотоэлектрических панелей, теплоизоляционных материалов),

— слабое использование в строительстве альтернативных источников энергии (солнечные коллекторы и батареи, тепловые насосы, ветровые генераторы),

На общерегиональном уровне

— нехватка узкопрофильных квалифицированных специалистов в области энергосбережения по отраслям (строительство, жилищно-коммунальное хозяйство и пр.),

— недостаточно четко проработанные законодательные акты в области энергосбережения,

— отсутствие программ по поддержке производителей энергосберегающей продукции,

— отсутствие норм, регламентирующих вопросы энергосбережения в строительстве,

— недостаток опыта финансирования энергосберегающих проектов со стороны банков.

Решение проблемы энергосбережения требует комплексного и системного подхода, в связи с чем необходимо повысить уровень согласованности действий по ряду направлений: нормативно-правовое обеспечение, организация и управление, научное обеспечение, технические и технологические меры, тарифное регулирование, производство энергосберегающего оборудования, экономическое стимулирование энергосбережения, подготовка кадров. Решение проблемы требует применения организационно-финансовых механизмов взаимодействия, координации усилий, концентрации ресурсов субъектов экономики с учетом создаваемой единой системы управления политикой повышения энергоэффективности в Российской Федерации. Существенное снижение нерационального потребления энергии во всех сферах жизнедеятельности не может быть обеспечено самостоятельно собственниками объектов и сооружений. Задача кардинального повышения уровня энергоэффективности может быть решена только программно-целевыми методами.

Во исполнение законодательства об энергосбережении в Республике Мордовия с 2001 г. реализуются индивидуальные программы, направленные на энергосбережение и повышение энергоэффективности. Основные программные мероприятия по энергосбережению и повышению энергетической эффективности учитывают

комплекс энергосберегающих работ, предусмотренных в пилотных проектах, реализующихся в Республике Мордовия [4, С. 14].

За период 2001 — 2005 гг были реализованы следующие энергосберегающие технологии:

— бюджетная сфера — завершен перевод котельных с твердого топлива на природный газ. Затраты на топливо для бюджетных организаций снизились в среднем на 25–30 %;

— реальный сектор экономики — ввод дополнительных генерирующих мощностей с использованием современных энергетических газотурбинных установок, создание энергоэкономичных источников света, светильников, полупроводниковых приборов, преобразовательной техники, в том числе энергоэффективного частотно-регулируемого электропривода.

В 2006–2010 гг были реализованы такие мероприятия энергосберегающего характера:

— повышение энергетической эффективности уличного освещения городов и районных центров;

— энергосбережение в муниципальном образовании с последующим созданием демонстрационной зоны высокой энергоэффективности (на базе Рузаевского района);

— повышение эффективности энергоресурсоснабжения г. Саранска с последующим созданием на базе МУ «ДЕЗ ЖКХ Пролетарского района ГО Саранск» демонстрационной зоны высокой энергоэффективности;

— комплексные энергосберегающие мероприятия в ОАО «Саранскабель», предприятиях АПК, запуск в 2010 г. первой в регионе сельской мини-ГЭС мощностью 0,4 МВт, построенная на плотине Токмовского гидроузла.

В результате данных мероприятий были достигнуты такие показатели как: снижение расхода энергоресурсов в социальной сфере на 22–24 % и энергоёмкости промышленности на 21 %.

В период с 2011 по 2015 года были реализованы следующие мероприятия:

— бюджетная сфера — ремонт системы отопления, водоснабжения и теплотрассы, заменена приборов учета, ремонт котельных (с заменой котлов отопления на энергоэффективные), замена оконных и дверных блоков, утепление зданий, приобретение и установка энергосберегающих ламп;

— промышленность — мероприятия по эффективным системам производственного освещения, сжатого воздуха, теплоснабжения, модернизации технологических процессов, пилотный проект «Новый свет»;

— строительство — реконструкция компрессорной станции и систем сжатого воздуха потребления;

— торговля и предпринимательство — мероприятия по эффективным системам производственного освещения, теплоснабжения, по регулированию электропривода, модернизация технологических процессов;

— сельское хозяйство и продовольствие — замена ламп накаливания на энергоэффективные источники света; реконструкция электрических сетей и модерни-

зация котельного оборудования, ГУП РМ «Тепличное» ввело в эксплуатацию три газопоршневых генератора мощностью 3177 кВт; обновление тракторного парка;

энергетика — замена проводов на перегруженных линиях ВЛ 10кВ, 0,4кВ; замена теплоизоляционных конструкций подземных и надземных трубопроводов с частичной перекладкой, заменена 6175 приборов учета.

Полученный экономический эффект в ходе реализации проектов и технологий составил: в промышленности — экономия 2689,2 тыс. руб. или 700174 кВт/ч; в строительстве — экономия 300 тыс. кВт/ч; в сельском хозяйстве и продовольствие — экономия 172,1 тыс. кВт/ч.; в энергетике: замена проводов — экономия 849,68 кВт/ч или 1363,79 тыс. руб., снизились потери в сетях на 57,8 млн. кВт. ч; замена теплоизоляционных конструкций — экономия 1126,49 тыс. руб.; заменена приборов учета — экономия 2891,51 тыс. руб.

Однако, мероприятия программ в организациях бюджетной сферы и реального сектора экономики реализовывались лишь частично в связи с недостаточностью бюджетного финансирования, а также низкой эффективностью привлечения дополнительных источников финансирования, в частности внебюджетных (ресурсов предприятий) — у предприятий попросту отсутствовали средства на проведение энергосберегающих мероприятий. Полученные результаты предопределили необходимость дальнейшей разработки и реализации подобных программ в РМ.

23 декабря 2013 г. Постановлением №583 Правительством РМ была утверждена новая программа «Энергосбережение и повышение энергетической эффективности в Республике Мордовия» на 2014–2020 гг. с общим объемом финансирования в 4930,72 млн. руб. В качестве целевых индикаторов и показателей госпрограммы обозначены:

— снижение энергоёмкости ВРП не менее чем на 24% на I этапе (2014–2016 гг.) и 29% на II этапе (2017–2020 гг.) (по сравнению с 2013 г.);

Литература:

1. Федеральный закон от 23.11.2009 №261-ФЗ «Об энергосбережении и о повышении энергетической эффективности и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации» [Электронный ресурс] // Гарант: [сайт информ.-правовой компании]. — [М., 2015]. — Режим доступа: http://base.garant.ru/12171109/1/#block_100#ixzz3Q3Sjr2wh
2. Постановление Правительства РМ от 23.12. 2013 №583 «О Государственной программе РМ «Энергосбережение и повышение энергетической эффективности в Республике Мордовия» на 2014–2020 годы» [Электронный ресурс] // Официальный сайт органов государственной власти РМ. — Режим доступа: <http://minenergo.e-mordovia.ru/content/view/3492>
3. Аверина, О. И., Москалёва Е. Г., Морозкина Т. С. Критерии оценки энергетической эффективности // Молодой учёный. — 2014. — №8 (67). — с. 427–429.
4. Баев, И.А. Региональные резервы энергоэффективности/И.А. Баев, И.А. Соловьева, А.П. Дзюба // Экономика региона. — 2013. — №3 (35). — с. 180–189.
5. Бусалова, С.Г. Финансовое обеспечение программ в сфере энергосбережения и энергоэффективности в Республике Мордовия/С.Г. Бусалова, Н.Н. Семенова, О.П. Федоткина, Ю.Ю. Филичкина [Электронный ресурс] // Управление экономическими системами. — 2013. — №9. — Режим доступа <http://www.uecs.ru/marketing/item/2322-2013-09-03-07-14-34>

— обеспечение экономии первичной энергии в раз-
мере не менее 299 тыс. тонн условного топлива к 2016 г.,
не менее 697 тыс. тонн условного топлива к 2020 г [2].

Между тем, чтобы добиться указанных целевых ориентиров, необходимо учесть ошибки прошлых лет в реализации мероприятий по внедрению технологий энергосбережения. В этой связи, считаем необходимым для реализации важнейших направлений программы энергосбережения и повышения энергоэффективности в РМ: установить жесткий контроль над целевым использованием бюджетных инвестиций и расходованием вы-
ручки от продажи энергии; обеспечить соответствующий уровень платежеспособности потребителей энергетических ресурсов; воспитать культуру разумного энергопотребления и энергосбережения у всех слоев населения — от руководителей всех уровней до жителей, использующих энергию для своих нужд. Это все стратегические задачи региона, решить которые сложно без соответствующих мер на уровне отдельных хозяйствующих субъектов республики. Последние, в условиях наличия финансовых ограничений, должны проводить ранжирование энергосберегающих мероприятий с целью выбора для внедрения оптимальных с точки зрения экономической целесообразности технологий энергосбережения.

Итак, в Республике Мордовия предпринимаются существенные усилия по внедрению в различные сектора экономики технологий энергосбережения, подтверждением чему служит реализация соответствующих республиканских программ. Достигнутые по итогам них результаты свидетельствуют о целесообразности повышения эффективности мер в области энергосбережения с целью обеспечения устойчивого развития экономики республики и технологического перевооружения региона. Выбор приоритетных направлений энергосбережения, как со стороны руководства республики, так и со стороны хозяйствующих субъектов, должен производиться с учетом стратегических альтернатив развития.

6. Коршунова, Л. А. Проблемы энергосбережения и энергоэффективности в России / Л. А. Коршунова, Н. Г. Кузьмина, Е. В. Кузьмина // Известия Томского политехнического университета. — 2013. — №6. — Том 322. — с. 22–25.
7. Логинова, Е. В., Москалева Е. Г. Влияние мероприятий по энергосбережению на финансовые результаты предприятия // Экономика и социум. 2015. №1 (14). — <http://www.iupr.ru>
8. // Экономика и социум. 2015. №1 (14). — <http://www.iupr.ru>
9. Москалёва, Е. Г., Горбункова А. О. Энергосбережение и повышение энергоэффективности на предприятии Республики Мордовия // Экономика и социум. 2015. №1 (14). — <http://www.iupr.ru>
10. // Экономика и социум. 2015. №1 (14). — <http://www.iupr.ru>
11. Москалева, Е. Г., Дергунова Е. О. Стратегия управления эффективным ресурсопотреблением // Экономика и социум. 2015. №1 (14). — <http://www.iupr.ru>
12. Энергосбережение как фактор устойчивого развития Республики Мордовия / Е. Г. Москалёва, Н. А. Гришунина // Молодой ученый. — 2015. — №3 (83). — с. 461–464.

Проблемы и перспективы развития энергосбережения в российской строительной отрасли

Москалева Елена Геннадьевна, кандидат экономических наук, доцент;
Чегодайкина Юлия Алексеевна, студент;
Шукшина Мария Алексеевна, студент
Мордовский государственный университет имени Н. П. Огарева (г. Саранск)

В последнее время все более остро встает вопрос проблемы энергосбережения в связи с исчерпанием запасов топлива и повышением тарифов на тепловую и электрическую энергию. Одним из самых активных потребителей энергии в нашей стране является строительный комплекс. В данной статье рассмотрены проблемы энергосбережения в строительной отрасли и предложены основные направления их решения.

Ключевые слова: *строительный комплекс, технологии, энергетический ресурс, энергосбережение, энергоэффективность.*

В настоящее время возрос спрос на энергоресурсы и повышения тарифов на них, а также произошло ухудшение экологии, сокращение запасов нефти, угля и газа — особое значение приобретают вопросы энергосбережения.

Энергосбережение — реализация организационных, правовых, технических, технологических, экономических и иных мер, направленных на уменьшение объема используемых энергетических ресурсов при сохранении соответствующего полезного эффекта от их использования (в том числе объема произведенной продукции, выполненных работ, оказанных услуг). [1]

Проблема энергосбережения актуальна для всего мира. Разработка и внедрение новых энергосберегающих технологий — это главная задача в современном мире. Сегодня большинство стран мира разрабатывают и реализуют стратегии повышения эффективности использования энергетических ресурсов.

Регулирование деятельности в сфере энергосбережения и стимулирования предприятий к внедрению энергоэффективных технологий в России отражается в Федеральном Законе №261-ФЗ от 23.11.2009 г. «Об энергосбережении и о повышении энергетической

эффективности и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации».

Энергетический ресурс (или энергоресурс) — это носитель энергии, энергия которого используется или может быть использована при осуществлении хозяйственной и иной деятельности, а также вид энергии (атомная, тепловая, электрическая, электромагнитная энергия или другой вид энергии). [1]

В развитых странах на строительство (включая эксплуатацию) расходуется около половины всей энергии, в развивающихся странах — примерно треть, что связано с различными потребностями в быту, в частности наличием в развитых странах большего количества бытовой техники: холодильников, кондиционеров, СВЧ-печей, стиральных машин и т.п. В России на строительство тратится примерно 40–45% всей вырабатываемой энергии, что делает энергосбережение в строительной отрасли чрезвычайно актуальным.

Энергосбережение в России активно развивается, появляются новые технологии энергосбережения, разработаны и выявлены основные направления энергосбережения, ведется внедрение и установка нового энергосберегающего оборудования, появились такие ры-

ночные сферы как «энергосбережение бизнес» и «энергосбережение компании». Все это — новое в энергосбережении России, поэтому необходимо постоянное поддержание и стимулирование энергосбережения государством. [2, с. 427]

На сегодняшний день в России работа по энергосбережению в строительстве сталкивается со многими проблемами. В значительной степени это происходит потому, что Россия пытается за 2–3 года пройти тот путь, на который развитые страны затратили более 30 лет.

Одним из самых активных потребителей энергии в нашей стране является строительный комплекс. Возможностей экономии энергии в данной сфере великое множество, одним из таких являются энергосберегающие технологии в строительстве. [8, с. 461] Однако мероприятия по энергосбережению в строительстве является сложным и трудоемким процессом и сталкивается с такими проблемами, как:

- федеральные законы, постановления правительства, необходимые подзаконные акты, по данному вопросу имеют многочисленные недоработки;

- большинство региональных программ имеют неточности и необъективны из-за недостатка статистических данных, требуемых для определения показателей энергосбережения;

- методики по составлению энергетических паспортов зданий и проведению энергетического аудита формальны и практически не оказывают влияния на реальный уровень энергосбережения в стране;

- до сих пор нет собственной системы стандартов и строительных норм и правил, которые направлены на энергосбережение. Их разработка потребует значительных средств и времени;

- недоступность финансовых ресурсов, в т. ч. и в силу высоких процентных ставок по кредитам;

- структура рынка, где основную роль играют крупные компании, незаинтересованные во внедрении новых энергосберегающих технологий;

- новые технологии, направленные на энергосбережение, тяжело продвигаются из-за того, что продукция, изготавливаемая с их использованием, является более дорогой по сравнению с обычной;

- фактически отсутствуют квалифицированные специалисты по энергосбережению, имеющие представление о новых энергоэффективных тенденциях и технологиях и умеющие с ними работать;

- отсутствие эффективной системы мотивации и базы инновационных технологий и др. [3, с. 364]

В России нет понимания того, что решение проблемы сокращения энергетических затрат должно быть только комплексным, а улучшение отдельно взятого элемента не позволит кардинально снизить энергопотребление.

Существует большое количество разнообразных методов повышения рационального использования имеющихся энергетических ресурсов и мощностей. И чем раньше предприятие станет использовать энергос-

берегающие технологии, тем быстрее оно получит положительный эффект от этих мероприятий, который будет выражен в конкретных финансовых показателях.

В России за последние 20 лет налажен выпуск многих энергосберегающих конструкций и материалов, используемых в строительстве, в частности: практически с нуля создано производство современных светопрозрачных конструкций, объем выпуска которых превышает тот, что имеется в Германии, уступая только Китаю и США; запущены многие линии по выпуску теплоотражающих стекол; налажен массовый выпуск теплоизоляционных материалов; начато строительство завода по выпуску фотоэлектрических панелей; разработаны и производятся системы вентилируемых фасадов.

Однако в массовом строительстве, как правило, используются самые дешевые и, соответственно, наименее эффективные материалы. [4]

Для того, чтобы в России наиболее эффективно использовался процесс энергосбережения, необходимо ориентироваться на опыт зарубежных стран в области энергетической эффективности в строительстве. Исходя из этого, можно выделить следующие направления:

- необходима разработка программы, аналогичной программе ЕС «20–20–20»;

- опыт разработки зарубежных федеральных законов в области энергосбережения будет очень полезным при их применении в качестве рамочных показателей энергетической эффективности для отдельных элементов зданий и удельных тепловых нагрузок на здания различного назначения;

- следует признать положительным зарубежный опыт энергоаудита существующих зданий и энергетической экспертизы проектов;

- проводить совместную оценку возможности и целесообразности применения в российских климатических условиях новых (как российских, так и европейских) разработок и технологий;

- осуществлять строительство энергоэффективных домов, в которых установлены металлопластиковые окна, стеклопакеты с использованием энергосберегающих стекол, а также внутренняя и наружная теплоизоляция стен. Такие дома позволяют существенно экономить средства на их эксплуатацию, так как имеют более высокие показатели по сохранению постоянной температуры в сравнении с классическими технологиями строительства;

- подготовить критерии оценки энергетической эффективности проектов при строительстве новых и реконструкции существующих домов;

- необходимо формирование органов, контролирующих выполнение застройщиками требований энергоэффективности, а также создание системы мониторинга эффективности внедрения энергосберегающих технологий. Помимо этого, требуется разработка мер персональной ответственности за несоблюдение застройщиками стандартов энергетической эффективности. [5]

На пути повышения энергоэффективности и энергосбережения в сфере строительства встречается достаточно много преград. Это недостаток мотивации, информации, финансовых ресурсов, организации и координации, навыков проектирования, контроля качества и соблюдения технологии строительства или реконструкции, опыта эксплуатации энергоэффективных зданий. [7, с. 339]

Для реализации политики повышения энергоэффективности и энергосбережения требуются значительные финансовые, организационные и информационные ресурсы, в том числе и бюджетные. В России существенно меньше осуществляют вложения средств на повышение энергоэффективности, чем США, ЕС и Китай. [6]

Таким образом, потенциал энергосбережения в России огромен, и это обусловлено не только мас-

штабами страны. Нам необходимо выработать культуру и понимание бережного отношения к своим ресурсам, а также осознать, что энергосбережение — не только выгодно, но экономически просто необходимо. С одной стороны, это повышает конкурентоспособность российского бизнеса, снижая его издержки, с другой — огромный потенциал для развития новых энергосберегающих технологий. Однако для достижения такого результата необходимы длительные совместные усилия ученых, архитекторов, проектировщиков, специалистов по теплоснабжению, энергетиков, специалистов строительной индустрии, руководителей строительных комплексов и ЖКУ, шаг за шагом последовательно каждый на своем участке повышающие энергетическую эффективность строительного комплекса.

Литература:

1. Федеральный закон от 23 ноября 2009 г. N 261-ФЗ «Об энергосбережении и о повышении энергетической эффективности и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации» [электронный ресурс]: (с изм. и доп.) // «Гарант»: справ.-правовая система.
2. Аверина, О. И., Москалёва Е. Г., Морозкина Т. С. Критерии оценки энергетической эффективности // Молодой ученый. — 2014. — №8 (67). — с. 427–429.
3. Анализ реализации приоритетного направления развития «Энергосбережение и новые технологии» на примере Республики Мордовия/Е. Г. Москалева, А. А. Ганина// Экономика и социум. — 2014. — №1–1 (10). — с. 363–366.
4. Москалева, Е. Г., Дергунова Е. О. Стратегия управления эффективным ресурсопотреблением// Экономика и социум. 2015. №1 (14). — <http://www.iupr.ru>
5. Воробьева, Т. С., Москалева Е. Г. Энергетический менеджмент как одно из направлений повышения уровня энергоэффективности Российской экономики // Экономика и социум. 2015. №1 (14). — <http://www.iupr.ru>
6. Логинова, Е. В., Москалева Е. Г. Влияние мероприятий по энергосбережению на финансовые результаты предприятия // Экономика и социум. 2015. №1 (14). — <http://www.iupr.ru>
7. Москалева, Е. Г., Малышева О. О. Технологии энергосбережения — залог устойчивого развития Республики Мордовия // «Экономика и социум». — 2014. — №1–2 (10). — с. 339–342.
8. Энергосбережение как фактор устойчивого развития Республики Мордовия/Е. Г. Москалёва, Н. А. Гришунина // Молодой ученый. — 2015. — №3 (83). — с. 461–464.

Основные проблемы и пути совершенствования интернет-банкинга в России

Назаренко Виктория Александровна, студент;

Бочкова Елена Владимировна, кандидат экономических наук, преподаватель

Кубанский государственный университет (г. Краснодар)

В настоящее время интернет-банкинг является удобным способом осуществления операций в любой точке мира. Он привлекает пользователей своей простотой использования и рядом других причин. Удобные и функциональные системы интернет-банкинга сегодня есть у подавляющего числа кредитных организаций. Управлением банковским счетом с помощью персонального компьютера или мобильного телефона уже никого не удивит. Однако, операции, связанные с Интернетом, всегда несут в себе опасность, и поэтому, осуществляя какую-либо

операцию, необходимо быть максимально внимательным. Интернет-банкинг последние несколько лет достаточно активно развивается на рынке банковских услуг России. Все больше кредитных организаций начинают предоставлять данный вид услуг. Однако, несмотря на быстро набирающую популярность интернет-банкинга среди населения, существует множество недостатков этой услуги.

Одной из важнейших проблем, которую сегодня необходимо решать отечественным банкам, является слабое развитие интернет-банкинга в розничном банковском

секторе на фоне увеличивающейся конкуренции со стороны небанковских платежных интернет-систем. Данную проблему можно решить только усиленным инвестированием и развитием системы дистанционного банковского обслуживания (ДБО).

Серьезным препятствием на пути разработки и внедрения интернет-банкинга — кадровая проблема. Качество и оперативность решения любой задачи напрямую зависит от квалификации специалистов, которые за нее берутся. Для разработки и сопровождения систем интернет-банкинга сегодня необходимы программисты (причем работающие не только в области интернет-технологий), системные администраторы, веб-дизайнеры, веб-программисты, эксперты по компьютерной и коммуникационной защите, экономисты, маркетологи, юристы [2]. Проблему формирования штата для подразделения интернет-банкинга в случае отсутствия кадров должной квалификации мы предлагаем решать посредством проведения профессиональной переподготовки. Причем, проводить перекавалификацию рекрутов-IT-специалистов эффективнее, чем переобучать работников банка.

На пути развития интернет-банкинга стоит и психологическая проблема — финансовая неграмотность населения. Многие люди до сих пор не понимают специфику деятельности банка, не разбираются в предлагаемых продуктах, а использование интернет-банкинга еще более усугубляет эту ситуацию.

По данным исследовательской компании ComScore в 2013 г. в России процент пользователей, которые не понимают или опасаются использовать услугу интернет-банкинга, составил 43% [3]. В целях повышения привлекательности банка в глазах клиентов банка мы предлагаем проводить бесплатные консультации и обучающие семинары по использованию услуг интернет-банкинга, а также оказание клиентам помощи специалистов по программному обеспечению в целях повышения защиты во избежание доступа злоумышленников к их счетам. Данная практика, в свою очередь, должна способствовать существенному снижению кражи денег клиентов и, следовательно, значительному снижению появления в СМИ сообщений о хищениях средств в банке, что способствует повышению доверия клиентов, а также пользователей интернет-банкинга конкурентов.

Кроме того, еще одна из наиболее актуальных проблем интернет-банкинга в России касается вопросов безопасности систем интернет-банкинга — аутентификация клиента в системе. Необходимо отметить, что сегодня не существует единого универсального способа обеспечения надежности компьютеризованной банковской деятельности, критериями которой являются: надежная и устойчивая методология выявления, оценивания и анализа рисков. В настоящее время большинство отечественных кредитных организаций уделяют недостаточно внимания вопросам управления банковскими рисками, связанными с их деятельностью в рамках интернет-банкинга, и не имеют методик. Основными технологиями обеспе-

чения безопасности в современных платежных системах являются:

- шифрование данных при помощи SSL-протокола;
- использование виртуальной клавиатуры в системах интернет-банкинга;
- использование электронной цифровой подписи, удостоверяющей личность владельца счета;
- использование системы временных паролей для подтверждения финансовых операций.

По данным компании «Лаборатория Касперского», с атаками на онлайн-счета сталкивается 62% пользователей интернет-банков во всем мире. В России эта цифра выше — 72% [4]. В настоящее время популярным является использование двухфакторной аутентификации с помощью USB-токенов (физическое устройство, используемое для упрощения авторизации) или смарт-карт [1]. В такие устройства вирусам проникнуть очень сложно, так как они хранятся отдельно от компьютера. При необходимости совершения сделки устройство подключается к компьютеру, и в нем генерируется нужный разрешающий код для доступа к банковскому счету. В данных устройствах защищенное хранение ключей и сертификатов реализовано на аппаратном уровне. Но и этот метод не гарантирует защиту от потерь. Можно рекомендовать банкам внедрять многофакторную систему аутентификации, использующую помимо смарт-карт, одноразовые пароли.

Эффективное использование интернет-банкинга невозможно без четкой экономической проработанности проектов по внедрению и продвижению интернет-услуг. Здесь особое значение имеет правильное понимание роли и места интернет-банкинга для конкретного банка. Интернет-банкинг — это виртуальный автоматизированный операционный зал банка, который может приносить реальную прибыль, поэтому банку необходимо иметь стратегию развития своего виртуального офиса. Важно включить стратегию развития удаленного банковского сервиса в список приоритетных направлений развития бизнеса банка. И это будет оправданно, поскольку интернет-банкинг — это ключевая услуга, качество которой будет определяющим для клиентов при принятии решения о выборе банка. Чем шире функциональные возможности системы интернет-банкинга, тем более полноценна и востребована такая система. Ограничение функциональных возможностей банковского интернет-сервиса снижает привлекательность подобных систем, поскольку за некоторыми из банковских услуг клиенту все-таки придется посетить банк. В связи с этим банки, пытаясь сделать систему интернет-банкинга конкурентоспособной, стараются надолго ее практически всем спектром услуг.

Нельзя не отметить проблему непроработанного законодательного регулирования систем ДБО и нестабильность правовой системы. Одна из наиболее явных проблем — отсутствие действующего закона об электронной цифровой подписи (ЭЦП). Сегодня российское законодательство предусматривает возможность при работе с банками использовать аналог собственноручной подписи

Таблица 1. Основные проблемы интернет-банкинга в России и пути их решения

Проблема	Способ решения
Конкуренция со стороны небанковских платежных интернет-систем	Усиленное инвестирование и развитие системы дистанционного банковского обслуживания (ДБО)
Отсутствие кадров должной квалификации	Повышение квалификации работников — переподготовка кадров
Финансовая неграмотность населения	Бесплатные консультации и обучающие семинары по использованию услуг интернет-банкинга
Безопасность систем интернет-банкинга	Внедрение многофакторной системы аутентификации, использующей одноразовые пароли
Непроработанное законодательное регулирование	Своевременное принятие указов Банка России

или ЭЦП (сертификата). Принятие Закона об ЭЦП выдвинуло новые требования к технологиям, в том числе и банковским. Аутентификация субъектов при их дистанционном взаимодействии получила значительный импульс в результате принятия этого закона. Во многих реализациях банковского программного обеспечения аутентификация пользователя осуществляется по ЭЦП или с применением цифрового сертификата. Это означает, что появилась насущная необходимость в удостоверяющих центрах, которые замыкают цепочку сотрудничества. Закон РФ «Об электронной цифровой подписи» вступил в силу несколько лет назад [5], но публичные удостоверяющие центры так и не заработали. В результате суды столкнулись с исками, в которых истцы требовали признать использование ЭЦП не имеющим юридической силы.

Сегодня банкам необходимо не только своевременное реагировать на принимаемые Банком России положения, но и активно способствовать ему в их разработке, для обеспечения успешного развития и повышения эффективности деятельности систем ДБО.

Основные проблемы отечественного интернет-банкинга и способы их решения систематизированы в таблице 1.

В отечественном интернет-банкинге можно выделить следующие тенденции:

- большинство действующих систем явно не охватывает весь спектр банковских операций, причем некоторые системы усечены до чисто информационного уровня, без возможности проведения клиентом каких-либо транзакций;

- системы электронного банкинга недостаточно интегрированы: имеются примеры, когда в банке действуют системы Интернет-банкинга и Интернет-трейдинга, но между собой они практически никак не связаны;

- большинство банков не желают вводить в действие системы интернет-банкинга комплексно для обслуживания и физических, и юридических лиц.

Названные проблемы являются российской спецификой. В основном же тенденции развития российского интернет-банкинга схожи с общемировыми. Одна из основных проблем практического внедрения систем интер-

нет-банкинга — обеспечение информационной безопасности.

Интернет-банкинг создает новые возможности для клиентов банков по работе с перечисленными ниже финансовыми инструментами:

- оперативное управление своими счетами с помощью банковских карт, что обеспечивает развитие новых финансовых схем и повышает эффективность управления; в результате этого существенно упрощается организация расчетов клиентов системы интернет-банкинга с любыми интернет-магазинами во всемирной сети, обеспечивается интеграция системы интернет-банкинга с существующими системами Интернет-торговли и происходит интеграция банков в мировую банковскую систему;

- обслуживание расчетных и текущих счетов для комплексного обслуживания юридических лиц, включая практически все возможные операции;

- развитие депозитарных операций в режиме реального времени — в интеграции с другими блоками Интернет-банкинга;

- работа с ценными бумагами на биржевом и внебиржевом рынках; речь идет не об отдельной системе Интернет-трейдинга, а о единой системе интернет-банкинга, в которую органично интегрирован соответствующий блок для работы и на вексельном рынке с организацией, торговыми площадками, работающими в режиме online;

- привлечение дополнительных средств и кредитование населения.

Большое внимание для такой системы должно уделяться простоте, доступности и привлекательности пользовательского интерфейса, обеспечению «естественности» всех операций.

Таким образом, на основе вышесказанного, можно сделать вывод о том, что в России развитие интернет-банкинга сдерживают следующие проблемы:

- во-первых, несовершенство законодательной базы (чем успешно пользуются банки на данный момент);

- во-вторых, недоверие клиента к услугам, предоставляемым через Интернет. Основные опасения связаны с обеспечением безопасности электронных платежей и сохранением конфиденциальной информации;

— в-третьих, недостаточный уровень компьютерной грамотности, не позволяющий активно работать с новым программным обеспечением;

— в-четвертых, ограниченный спектр банковских услуг, используемых населением, слабое оперирование современными финансовыми инструментами.

Литература:

1. Жарковская, Е. П. Банковское дело. Учебник 6-е издание, М.: ОМЕГА-Л, 2008.
2. Черкасова, Е. А., Кийкова Е. В. Информационные технологии в банковском деле. М.: Академия, 2011.
3. Опрос среди граждан РФ услуги «интернет-банкинг». Сайткомпании ComScore. Декабрь 2014. URL: <http://www.comscore.com/rus/Insights/Market-Rankings/Russia-December-2014>.
4. Статистика атак на онлайн-счета. Лаборатория Касперского. URL: <http://www.kaspersky.ru/internet-security-center>.
5. Федеральный Закон «Об электронной цифровой подписи» от 10 января 2002 г. № 1-ФЗ.

Сущность управленческого решения

Нарижняк Мария Олеговна, студент

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса, филиал в г. Находке

Руководители компаний полагают, что лучший метод обеспечить себе уверенное будущее — это получить прибыль, все остальное является лишь средством ее достижения.

Для них важен только конечный результат — прибыль. Прибыль здесь является основным мотивом собственника, критерием инвестиционной привлекательности и кредитоспособности. Так всем понятно, что рациональное управление и взаимоотношения с потребителем, его удовлетворенность, является главным источником сегодняшнего и будущего дохода, залогом стабильности предприятия. Высокая конкурентоспособность предприятия, выступающая гарантом выполнения обязательств перед участниками бизнеса, заинтересованными в его работе, а также государством, является залогом стабильного уровня прибыли предприятия. Но для оценки управления важным фактором является не прибыль, а «управленческие решения» способствующие стабильному получению этой прибыли.

Корни управленческих решений уходят во внешнюю среду, где в случае необходимости и наличия возможности формируются управленческие задачи. Управленческие задачи приводят в действие процесс принятия решения, который способствует достижению поставленных задач в заранее определенных ценовых и временных рамках. Будет управленческое решение иметь успех или нет, зависит от принятия или непринятия управленческого решения. Для потенциальных акционеров и инвесторов привлекательность заключается в том, что будет делать организация, и каким будет ее развитие, а также какая будет у нее прибыль. Важным является и то, как руководитель решает вопросы инвесторов, акционеров, партнеров, сотрудников, покупателей и а также в какой степени руководство сможет выполнить свои обязательства, при этом обеспечивая развитие и функционирование компании.

Таким образом, выходит, что управленческое решение зависит от окружающей среды, которая является основополагающей для его конечной оценки.

Разработка управленческих решений является важным управленческим процессом. Понятие «управленческое решение» определяется как явление и как процесс.

Управленческое решение имеет несколько определений.

Так Российской социологической энциклопедией дается определение управленческого решения как «формально зафиксированный проект какого-либо изменения в организации, в осуществлении которого помимо субъекта решения участвуют и другие члены организации. Такое решение есть элемент отношений руководства — подчинения, то есть принимается «за других» и выступает как фактор власти в организации. Принятие такого решения означает определение необходимости и цели предполагаемого изменения, а также включение его в систему организационных отношений; осуществление управленческого решения подразумевает наличие в нем плана, а затем и самой деятельности по достижению цели». [3, с. 117]

Лазарев трактует понятие управленческое решение как «творческое, волевое действие субъекта управления на основе знания объективных законов функционирования управляемой системы и анализа информации о ее функционировании, состоящее в выборе цели, программы и способов деятельности коллектива по разрешению проблемы или изменению цели». [1, с. 94]

В учебнике Пироговой дается такое понятие управленческого решения: «Управленческое решение — это результат анализа, прогнозирования, оптимизации, экономического обоснования и выбора альтернативы из множества вариантов достижения конкретной цели системы менеджмента». [2, с. 125]

Решение называется управленческим, если оно разрабатывается и реализуется для социальной системы и направлено на:

- стратегическое планирование;
- управление управленческой деятельностью;
- управление человеческими ресурсами (производительность, активизация знаний, умений, навыков);
- управление производственной и обслуживающей деятельностью;
- формирование системы управления компании (методология, механизм);
- управленческое консультирование;
- управление внутренними и внешними коммуникациями.

Руководитель должен быть знаком с разными типами решений, для того, чтобы правильно принимать управленческие решения и приводить их в жизнь не нанося вред организации. Существуют различные способы классификации управленческих решений, но большее внимание уделяется факторам содержания решения, то есть, является ли оно важным или нет, сложным или обыденным; частоты принятия решения, является ли оно специальным решением или периодическим; конечного результата решения.

В связи с данными факторами управленческие решения делятся на традиционные и нетрадиционные. Традиционные решения, это решения, которые ранее неоднократно использовались. В таком случае лучше выбрать один из использовавшихся вариантов. Нетрадиционные, это нестандартные управленческие решения. Они разрабатываются для поиска новых вариантов управленческого решения.

У традиционных управленческих решений может быть уже определенный заранее алгоритм принятия. Например, при составлении графика ремонта машин и оборудования, исходят из норматива, который определяет соотношение между количеством оборудования и количеством ремонтных рабочих.

При использовании традиционных управленческих решений, по причине уменьшения вероятности допущения ошибки, уровень эффективности управления повышается, а также и из-за экономии времени, на разработке решений.

Высшей формой считаются решения, принадлежащие к нетрадиционному типу. Тем не менее, большинство решений, принимаемые руководством компаний, являются решениями традиционного типа. Эти решения чаще всего принимаются на более низком уровне управления.

Решения нетрадиционного типа, принимаются руководителями соответствующего уровня. Бывает так, что такие решения рассматриваются как решения традиционного типа. В таком случае имеется недооценка сложности данного решения и важности его итога. Это может вызвать неудачные конечные результаты при принятии данного решения. Поэтому определение типа решения, и его правильное использование очень важный аспект управления.

Все решения должны быть трезво оценены руководителем, менеджером, и максимально подобраны для положительного конечного результата.

Решения нетрадиционного типа обязательно являются собственно управленческим решением. Решения нетрадиционного типа являются решениями такого типа, если оно направлено на выполнение задачи, которая принесет пользу всей организации на длительный срок; если исход решения содержит высокую степень неопределенности, из-за неточной информации, ограничениями во времени и стоимости; если решение включает в себя перемены в структуре всей компании или в некоторых подразделениях; и так далее.

В Америке принятия управленческих решений связаны в основном с экономической сферой. Даже если конкретные случаи их влияют на государственную политику, на скорость технологического прогресса, на общественную, окружающую и культурную среду, а так же на условия, в которых работают люди, эти полномочия все равно являются экономическими. Здесь лица, которые принимают управленческие решения в правительственных организациях, используют свои властные полномочия, чтобы управлять совокупными ресурсами, получая результат выполнения поставленных задач, в организациях, представителями которых они являются. За счет контроля расходования миллиардов долларов лица, принимающие управленческие решения имеют высокие властные полномочия. Эти полномочия можно определить полномочиями, связанными с управленческими решениями. Их проявления могут иметь и положительный, и отрицательный эффект.

В большинстве работ по управленческим решениям описывается, то, что момент выбора находится в пределах комбинированного процесса принятия решений. Согласно этому, управленческое решение составляет из себя ряд функций, которые взаимосвязаны между собой, и вместе составляют процесс принятия решений.

Ниже приведены некоторые из них:

1. Постановка задач по управлению. Принятие решений начинается с постановки задач, и данный конкретный цикл заканчивается, когда выполнена задача, которая послужила началом данного цикла.

2. Поиск вариантов. Такой поиск заключается в сканировании внутренней и внешней среды с целью получения необходимой информации, затем использующейся для выработки набора вариантных решений, которые, как представляется на данном этапе, могут привести к выполнению поставленной задачи или к достижению цели.

3. Сравнительный анализ и оценка имеющихся вариантов. Производится сравнение и оценка имеющихся вариантов с использованием соответствующих методов и критериев.

4. Выбор. Менеджер, принимающий решение, выбирает подходящий образ действий из ряда вариантов, то есть он принимает решение.

5. Реализация принятого решения на практике. Решение переводится из плоскости абстрактного умопостроения в плоскость профессиональной реальности.

6. Последующий анализ и контроль. Необходимо убедиться в том, что принятое решение действительно приведет к исходу, удовлетворяющему тем задачам по управлению, которые и привели к началу данного процесса.

Экономическая часть управленческих решений заключается в том, что на реализацию управленческих решений необходимы финансовые и материальные затраты.

Организационная сущность управленческих решений предполагает привлечение персонал компании к работе.

Правовая сущность заключается в точном соблюдении уставных и других документов самой организации, законодательных актов РФ, а так же международных обязательств.

Технологическая сущность управленческого решения заключается в обеспечении персонала необходимыми техническими, информационными средствами для реализации управленческого решения.

Литература:

1. Лазарев, В. Н. Управленческие решения: текст лекций/В. Н. Лазарев. — Ульяновск: УлГТУ, 2011.
2. Пирогова, Е. В. Управленческие решения. Учебное пособие — Ульяновск: 2010.
3. Российская социологическая энциклопедия/Под общей редакцией академика РАН Г. В. Осипова, 1998.
4. Управленческие решения: учебное пособие/Н. В. Злобина. — Тамбов: Изд-во Тамб. гос. техн. ун-та, 2007. Изд-во Тамб. гос. техн. ун-та, 2007.
5. Фатхутдинов, Р. А. Управленческие решения: учебник/Р. А. Фатхутдинов. — М.: Инфра — М, 2005.

Международные контейнерные перевозки в логистических цепях поставок

Нестеров Евгений Валерьевич, студент
Государственный университет управления (г. Москва)

Контейнерные перевозки товарных грузов успешно применяются не только на внутренних рынках, но и на международной арене. Именно благодаря контейнерам этот способ перевозки стал столь популярен в национальных и международных логистических цепях поставок [7–9].

Контейнеризация — процесс транспортировки товаров в специализированных жестких металлических боксах и мягких контейнерах разных типоразмеров и параметров для сыпучих материалов. Контейнеризация в настоящее время представляет собой одно из самых перспективных направлений развития транспортировки вещественных и материальных товарных продуктов.

Перевозка грузов с помощью контейнеров позволяет грузоотправителю не заботиться о специальной транспортной упаковке товарных продуктов; также контейнерные перевозки снижают стоимость перевозки груза, поскольку

Факторами, влияющими на качество принятия управленческих решений, являются: применение научных подходов и принципов, методов моделирования, автоматизация управления, мотивация качественного решения и др.

Обычно в принятии решения присутствуют три момента: интуиция, суждение и рациональность. При принятии интуитивного решения люди основываются на собственном ощущении того, что их выбор правилен. При принятии решений, основанных на суждении, присутствует «шестое чувство», посещаемое представителями высшего уровня власти. Управляющие среднего уровня больше полагаются на технику и получаемую информацию. Высокое значение, активизирующее процесс принятия решения, имеют современные средства оргтехники. Для этого необходимо хорошо знать технологию использования технических средств, математику и программирование. Исходя из всего вышесказанного, можно сделать вывод, о том, что процесс принятия управленческого решения, это творческая работа руководителя, которая подкрепляется хорошим логическим решением, для вывода положительного конечного результата.

позволяют не переупаковывать груз при мультимодальных (не менее, чем одним видом транспорта) перевозках. Контейнеризация широко используется в товаропроводящих сетях [10], имеет положительную динамику роста, как показывают данные внешнеторговой статистики [11].

По классификации назначения выделяются специализированные и универсальные контейнеры. С помощью универсальных контейнеров можно перевозить широкий спектр товаров, тех товаров, погрузка, транспортировка и выгрузка которых не требует особенных транспортных условий. Например, это могут быть жидкие или единичные товары, которые можно любым способом поместить в контейнер. Так, в универсальных контейнерах перевозятся товары широкого потребления, одежда, бумага, мелкие товары, которые сами по себе упакованы в отдельную упаковку, например, бытовая техника, лампы, телефоны и прочие.

Универсальные контейнеры, как правило, находятся в собственности транспортных организаций и практически не имеют порожнего пробега (то есть почти все время в пути эти контейнеры загружены в прямом и обратном направлении).

В специализированных контейнерах перевозится один определённый вид грузов, который может требовать определенных условий транспортировки: температура, давление, влажность, газовая среда и так далее. Таким образом, выделяются термосы, обогреваемые контейнеры, охлаждаемые, а также, те, которые могут охлаждать и нагревать одновременно. К грузам, требующим специальные условия транспортировки относят скоропортящиеся продукты, растения и самый сложный в перевозке груз — живой груз. Специализированные контейнеры, как правило, находятся в собственности предприятий, которые производят груз, перевозимый в контейнерах [1].

Этот вид контейнеров имеет порожний пробег равный половине общего их пробега. Например, предприятие, производящее охлажденное мясо, имеет специальные контейнеры, которыми отправляет свои грузы. Покупателю отправляются заполненные контейнеры, а пустые контейнеры возвращаются производителю, поскольку эти контейнеры специального назначения, то переправить их обратно с другим грузом нельзя, отсюда возникает большой порожний пробег.

Контейнеры также классифицируют по применению на различных видах транспорта. Выделяют основные контейнеры, которые могут использоваться на любом виде транспорта, кроме воздушного (морском, автодорожном, железнодорожном), что, кроме прочего, способствует развитию мультимодальных перевозок.

Пример

Немецкая фирма BMW использует следующую схему доставки автомобилей: на заводе в Штутгарте, где собирается большая часть автомобилей, готовая продукция загружается в специализированные контейнеры и отправляется на грузовых автомобилях до железнодорожной станции, где контейнер перегружают на железнодорожный состав, откуда контейнеры с автомобилями доставляются до станции назначения, затем вновь увозятся на автомобилях до автосалонов, где новенькие автомобили находят своих конечных покупателей [2].

Также, выделяют контейнеры для использования на воздушном транспорте. Основное отличие «воздушных» контейнеров заключается в том, что они приспособлены именно для воздушных судов. Самолеты отличаются от остальных видов транспорта конструкцией, именно поэтому нельзя в круглый самолет засунуть квадратный контейнер, не оставив при этом много свободного места, так, если вписать в окружность квадрат, то значительная часть полезного объема не будет использована. Поэтому для воздушного транспорта используются контейнеры специальной формы, они не отличаются от контейнеров других видов своими характеристиками, кроме формы.

Пример

Крупнейший авиаперевозчик «Трансаэро» перевозит не только пассажиров, но и грузы, оборудовал свои самолеты таким образом, что в него можно погрузить несколько стандартных контейнеров, а незаполненное место занять специализированными контейнерами, которые позволяют оптимально использовать полезно пространство воздушного судна [3].

Еще одним важным видом контейнеров являются герметичные контейнеры. Во-первых, этот контейнер лучше сохраняет внутренние условия и параметры, такие как температура, давление, влажность, газовая среда. Во-вторых, в таких контейнерах перевозятся опасные грузы, поскольку опасные вещества не могут проникнуть в окружающую среду. В-третьих, если в герметичном контейнере разобьется внутренняя тара, то такой контейнер спасет мир от ужасного загрязняющего содержимого.

Где же хранятся, заполняются, разгружаются и обслуживаются контейнеры? Все это происходит в контейнерном терминале. Контейнерный терминал это отдельно находящийся специальный погрузочно-складской комплекс, который принадлежит предприятию, или находящийся отдельно от предприятия, который предназначен для того, чтобы выполнять логистические операции по преобразованию потоков груза. Главная задача любого контейнерного терминала — это преобразование контейнеропотоков, которое означает передачу контейнеров с одного вида транспорта на другой. Это делается затем, чтобы обеспечить наиболее эффективное и оптимальное перемещение (транспортировку) контейнера и груза в нем.

Для выполнения этих функций в контейнерном терминале имеются склады, оборудованные специальными устройствами для перегрузки и внутренней транспортировки контейнеров. Эти склады могут размещаться в порту, в аэропорту, на железнодорожной станции, и на других производственных площадках. Такие склады могут быть открытого и закрытого типа. Также в состав контейнерного терминала входят подъездные пути для различных видов транспорта, поскольку основной задачей терминала является перегрузка контейнеров с одного вида транспорта на другой, служебные и технические здания, здания администрации, топливозаправочные пункты, таможенный пункт. Для обеспечения безопасной работы терминал включает в себя пожарный пункт и систему охраны. Контейнерный терминал — это более широкое понятие, нежели склад или простая площадка для погрузки и разгрузки, это целый комплекс специализированных строений, предназначенный для полноценной работы [4].

Российский рынок контейнеров развит достаточно слабо, так в России контейнерами перевозится примерно десять процентов грузов, в то время, как в более развитых странах доля перевозок контейнерами может достигать пятидесяти процентов. Это объясняется тем, что РФ мало приспособлено

блена к относительно новому рынку контейнерных перевозок. Более семидесяти процентов контейнерных терминалов находится на европейской части России. Это связано с тем, что Россия медленно приспосабливается к изменениям, и как следствие становление рынка контейнеров в России будет длиться еще достаточно длительное время.

Основная проблематика современных Российских контейнерных перевозок — большой порожний пробег контейнеров. Именно на территории РФ не только специализированные контейнеры, но и контейнеры, предназначенные для разных видов грузов (универсальные контейнеры) имеют порожний пробег, порой достигающий 1/3 от пройденного расстояния. (Согласно отчетам российских контейнероперевозящих фирм) [5]. Казалось бы, ничего страшного, подумаешь, 1/3 расстояния не приносит прибыли, зато остальные 2/3, а это 67% расстояния, приносят прибыль, которой хватает не только хозяину фирмы, сидящему на Кипре, но и на развитие фирмы (увеличение перевозок, усовершенствование технологий т.д.). На самом же деле, эта 1/3 составляет целые 33% недополученной прибыли. А представьте, что Вашу зарплату урежут на 33%, и, к примеру, вместо 50000 рублей, вы будете получать 33500, ничего так, 16500 просто в никуда, даже не на пожертвования детям-инвалидам. Но, ведь мы не просто недополучаем прибыль, а еще несем расходы, на перевозку, на обслуживание, даже если это составляет всего 7% [6], то прибавив 7% к 33% получим целых 40% недополученной прибыли. Снова вернемся к вычислениям из нашей зарплате, отнимем 40% от 50000, в сухом остатке — 30000. Всего лишь, вместо возможных 50000. 20 тысяч ежемесячно, это неслабый смартфон. В год, это четверть миллиона, а на эти деньги можно и подержанный автомобиль купить, и за учебу в приличном вузе заплатить. Вот вам 1/3 порожнего пробега.

На мой взгляд, изучение причин и устранение порожних пробегов контейнеров по территории РФ очень важны, над этим обязательно надо работать, проводить комплексный анализ организации [12–13], осуществлять логистический консалтинг [14] и выяснять, почему так,

и что надо улучшить, чтобы не было потерь 40% прибыли. К возможным причинам такого большого порожнего пробега можно отнести неразвитую логистику, ее структурные элементы и системы; причиной этого также является недостаточная профессиональная квалификация сотрудников, которые скорее всего не работают по профильной специальности, то есть не обладают специальными знаниями в данной области, откуда и проистекает недополучение прибыли компанией — и все это не считая малой экономической и финансовой грамотности штатного персонала, который работает на данных предприятиях [8].

Основные экономические причины, такие как, например, высокая конкуренция, крупные монополии, да, тоже имеют вес и играют определенную роль, но истинная и самая важная причина кроется в самой организации: если организация, видя, что может получать прибыль больше, чем получает, и этого не делает, то встает вопрос о правильности мотивации персонала управляющими кадрами. Конечно, быть может это фирма-«Робин Гуд», которая оставляет простор для получения прибыли конкурентами, но фирма, которая не стремится максимизировать свою прибыль, не является оптимальной, а как следствие будет поглощена более крупной и рациональной компанией.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что контейнерные перевозки — весьма перспективное направление грузоперевозок, которое позволяет быстрее и качественнее доставлять товарный груз, включая и участников Евро-Азиатского Таможенного союза [15]. Перспектива развития контейнерных перевозок существует, перспектива длительная и требует времени, значительных материальных вложений для создания контейнерной инфраструктуры. В РФ мы имеем плохо организованную и неоптимизированную работу компаний, занимающихся контейнерными перевозками. Возможно, проблема заключается в «молодости» такого вида перевозок в России. Мое личное мнение изложено выше, и безусловно, оно может не совпадать с мнением читателей, поэтому приглашаю заинтересованных специалистов к конструктивному профессиональному диалогу.

Литература:

1. Журнал «Умный логист» Рынок логистики в условия экономического кризиса. Интервью с генеральным директором City Express. От 16.01.2015 № 11/1, стр. 2.
2. Интервью Директора по маркетингу Оливера Радемахера
3. (Oliver Rademacher) телеканалу ZDF (Германия).
4. Статья «Контейнерные грузоперевозки. Современно, удобно, надежно» от 24.03.2015 Кузнецова А. В.
5. Дональд Уотерс Логистика. «Управление цепью поставок» Перевод с английского. Изд-во «Юнити», 2003 год, стр. 402–431.
6. Интервью Игоря Куротченко информационному агентству «РЖД партнер» 2013 год.
7. Исследование РБК «Грузоперевозки уходят в минус» от 14 ноября 2014 года. Изд-во «Открытые системы», 2014 год, стр. 23
8. Логистика и управление цепями поставок. Теория и практика. Основы логистики. Аникин Б. А.; Родкина Т. А.; Волочиенко В. А.; Заичкин Н. И.; Межевов А. Д.; Федоров Л. С.; Вайн В. М.; Воронов В. И.; Водянова В. В.; Гапонова М. А.; Ермаков И. А.; Ефимова В. В.; Кравченко М. В.; Серова С. Ю.; Серышев Р. В.; Филиппов Е. Е.; Пузанова И. А.; Учирова М. Ю.; Рудая И. Л. Учебное пособие/Москва, 2014.

9. Логистика: тренинг и практикум. Аникин Б. А., Вайн В. М., Водянова В. В., Воронов В. И., Гапонова М. А., Ермаков И. А., Ефимова В. В., Заичкин Н. И., Кравченко М. В., Пузанова И. А., Родкина Т. А., Серова С. Ю., Серышев Р. В., Федоров Л. С. Учебное пособие/Москва, 2014.
10. В. И. Воронов, А. В. Воронов, В. А. Лазарев, В. Г. Степанов. Международные аспекты логистики: Учебное пособие./Владивосток: Изд-во ВГУЭС, 2002. — 168 с.
11. Воронов, В. И., Воронов А. В. Международные товаропроводящие сети. Маркетинг. 2013. №6 (133). с. 20–28.
12. Воронов, В. И., Воронов А. В., Ермаков А. А. Внешнеторговая статистика в развитии международного маркетинга и логистики. Маркетинг. 2014. №1 (134). с. 90–96.
13. Мацинина, С. С. Анализ объектов управления контейнерными перевозчиками в логистических цепях поставок продукции. РИСК: Ресурсы, информация, снабжение, конкуренция. 2011. №3. с. 82–85.
14. Мацинина, С. С. Организация управления интермодальными контейнерными перевозками в логистических цепях поставок продукции. Диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук/Государственный университет управления. Москва. 2011. №3.
15. Воронов, В. И., Пичейкина А. С. Основные аспекты логистического консалтинга. Вестник университета (Государственный университет управления). 2007. Т. 1. №19. С 151–159.
16. Лазарев, В. А., Воронов В. И. Трансграничная логистика в Таможенном союзе России, Белоруссии и Казахстана [текст]: учебное пособие: Гриф УМО по образованию в области менеджмента для студентов высших учебных заведений, обучающихся по направлению «Менеджмент» — 080200/Государственный университет управления, Институт управления на транспорте, в индустрии туризма и международного бизнеса ГУУ. — М.: ГУУ. — М.: ГУУ. 2013. — 173 с.

Процесс принятия решений при управленческом учете

Обидов Расул Абдулхаевич, преподаватель;
Рахматов Камолиддин Уралович, преподаватель
Гулистанский государственный университет (Узбекистан)

Поскольку информация, которую готовят бухгалтеры Аналитики, должна рассматриваться в свете ее конечного влияния на результат принятого решения, то что хорошо разбираться в управленческом учете, необходимо понимать сущность процесса принятия решения.

В графическом виде модель этого процесса показана на рис. 1.1. Первые пять ее этапов представляют непосредственно процесс принятия решения или, как его еще называют, процесс планирования. Планирование включает осуществление выбора из имеющихся альтернативных вариантов. Последние два из представленных на схеме этапов отражают процесс управления, включающий измерение показываемых фактических результатов и их корректировку, что позволяет реализовать выбранный вариант стратегии согласно принятому плану. Рассмотрим каждый из этапов процессов принятия решений и управления.

Определение целей. Прежде чем принять правильное решение, необходимо определить цель или основное направление, которые позволят принимающему решение оценить предпочтительность одного варианта действий по сравнению с другими. Следовательно, первым этапом процесса принятия решения должно быть определение целей или задач организации.

Что должно быть такими целями и задачами — вопрос далеко не простой, и по поводу него ведется активная по-

лемика. Экономическая теория обычно исходит из того, что компании стремится получить максимальную прибыль для своих владельцев. Для определения цели максимизации прибыли используются различные доводы. С юридической точки зрения, владельцами открытого акционерного общества являются держатели обыкновенных акций, и поэтому управление этой организацией должно осуществляться менеджерами в интересах этих акционеров. Еще одним аргументом в защиту приоритета прибыли является утверждение, что максимизация прибыли в конечном счете приводит к максимизации общего экономического благосостояния всего общества. Другими словами, улучшая собственное положение, тем самым мы работаем на благо всех остальных людей — членов этого же общества. Кроме того, вполне разумным представляется мнение, что интересы компании тем легче осуществить, чем выше у нее будут прибыли. Поэтому максимизация прибыли является для дальнейшего рассмотрения по крайней мере полезным допущением.

Причины для выбора максимизации прибыли в качестве CF основной цели деятельности компании следующие.

1. Маловероятно, что какая-либо другая цель позволит столь же полно оценить возможность организации продолжить свою деятельность в будущем.

2. Скорее всего обеспечить на практике максимизацию приведенной стоимости будущих поступлений на-



личных средств затруднительно, однако при выработке принципов, необходимых для достижения данной цели, поймем, как следует увеличивать будущие поступления наличных средств.

3. Данная цель позволяет акционерам как одной из групп, участвующих в коалиции с оспариваемыми интересами, знать, во что компании обойдется осуществление других задач, так как распределение наличных средств среди всех участников коалиции становится известным для всех.

Поиск альтернативных вариантов действий. Второй этап принятия решений — это поиск возможных вариантов действий (или стратегий), при помощи которых можно добиться осуществления поставленных целей. Если менеджеры уделяют основное внимание текущему ассортименту выпускаемой продукции и уже имеющимся рынкам и при этом допускают снижение рыночной доли и поступлений денежных средств, возникает опасность, что в будущем компания не сможет генерировать достаточно денежных средств, необходимых для выживания в конкурентной борьбе. Для максимизации будущих поступлений важно, чтобы руководство компании умело своевременно выявлять потенциальные возможности и угрозы, возникающие в окружающей среде, в которой она действует, оперативно принимать необходимые меры для защиты компании от неожиданностей, возможных в будущем. В частности, компании целесообразно рассмотреть один или несколько вариантов действий, а именно:

1) разработка новых видов продукции для продажи на уже имеющихся рынках;

2) разработка новых видов продукции для продажи на новых рынках;

3) разработка новых рынков для уже имеющихся видов продукции.

Поиск альтернативных вариантов действий включает и получение информации об ожидаемой конъюнктуре и перспективах изменения окружающей среды, в которой действует бизнес; это наиболее сложный и наиболее важный этап процесса принятия решения.

Сбор данных, связанных с альтернативными действиями. После того как потенциальные сферы деятельности определены, менеджеры должны оценить возможные темпы роста этих видов деятельности, способность компании выйти на заданный показатель рыночной доли, а также поступления денежных средств для каждого альтернативного вида деятельности при различных внешних условиях. Поскольку проблемы, связанные с принимаемыми решениями, часто проявляются в условиях неопределенности, необходимо рассмотреть ряд факторов, которые не могут контролироваться лицами, принимающими решения, причем такие факторы могут влиять на каждый из альтернативных вариантов решений. Такие неподконтрольные факторы и называются внешними условиями. Примеры таких условий: экономический бум, высокий уровень инфляции, снижение деловой активности, конкурентоспособность и др.

Выбор оптимального варианта действий из альтернативно возможных. На практике принятие решения включает сравнение конкурирующих альтернативных вариантов действий и выбор из них того, который наилучшим образом отвечает потребностям организации. Если пред-

положить, что цель — получение в будущем максимальных чистых поступлений наличных средств, то выбор варианта должен основываться на сравнение различий между потоками наличности. Следовательно, к каждому альтернативному варианту необходимо применить простейший анализ чистых поступлений наличных средств. После этого все альтернативные варианты ранжируются по размерам этих чистых поступлений и выбираются те, у которых эти показатели максимальны, конечно, с учетом дополнительных качественных факторов.

Реализация принятых решений. После того как альтернативные варианты действий выбраны, их необходимо реализовать как часть процесса составления сметы. Смета (бюджет) — это финансовый план, составляемый для осуществления различных решений, принятых менеджерами. Сметы учитывают поступления в организацию наличных средств и платежи из нее, а также поступления от реализации продукции и затраты. Все сметы сводятся в единый документ, в котором в обобщенном виде выражаются намерения организации и ожидаемые результаты деятельности. Такой документ называется обобщенной финансовой сметой и состоит из сметного счета прибылей и убытков, расчета движения наличных средств и балансового отчета. Составление сметы предназначено для того, чтобы каждый сотрудник организации знал о роли, ко-

торую он должен играть при реализации решений, принятых высшим руководством.

Сопоставление фактических и планируемых результатов. Принятие мер по устранению отклонений от плана. Последние этапы модели процесса принятия решения, показанной на рис. 1.1, сравнения фактических и запланированных результатов, а также мер по устранению отклонений от плана, если они возникнут, относятся к процессу осуществления контроля в компании. Управленческая функция процесса контроля и регулирования включает измерение результатов деятельности, предоставление сведений о них и выработку корректирующих мер, направленных на то, чтобы цели были достигнуты и планы реализованы. Другими словами, задача процесса контроля и регулирования — обеспечить такую работу, чтобы первоначальные планы были выполнены.

Для мониторинга за показателями функционирования бухгалтер готовит отчеты об исполнении сметы и предоставляет их соответствующим менеджерам, ответственным за реализацию тех или иных решений. Эти отчеты, содержащие данные о сопоставлении фактических и запланированных результатов, должны готовиться систематически. Данные этих отчетов путем сопоставления планируемых и фактических результатов обеспечивают обратную связь.

Роль лизинга в инфраструктуре сельского хозяйства

Умаралиев Олим Раушанович, преподаватель;
Обидов Расул Абдулхаевич, преподаватель
Гулистанский государственный университет (Узбекистан)

Лизинг — это совокупность экономических и правовых отношений, возникающих в связи с реализацией договора лизинга, в том числе с приобретением предмета лизинга. В соответствии с Гражданским кодексом Республики Узбекистан договор финансовой аренды является разновидностью договора аренды.

По договору финансовой аренды арендодатель обязуется приобрести в собственность указанное арендатором имущество у определенного им продавца и предоставить арендатору это имущество за плату во временное владение и пользование для предпринимательских целей. Арендодатель в этом случае не несет ответственности за выбор предмета аренды и продавца.

Несмотря на то, что предмет лизинга является собственностью лизингодателя, по общему правилу риск случайной гибели или порчи предмета лизинга переходит к лизингополучателю в момент передачи ему имущества продавцом.

По окончании срока договора лизинга лизингополучатель может вернуть предмет лизинга лизингодателю или приобрести его в собственность в соответствии с ус-

ловиями договора. Чаще всего в договоре лизинга предусматривается обязанность лизингополучателя по окончании срока договора выкупить лизинговое имущество по остаточной стоимости.

Предметом договора лизинга могут быть любые непотребляемые вещи, используемые для предпринимательской деятельности, кроме земельных участков и других природных объектов.

В агропромышленном комплексе лизинг широко используется в качестве альтернативы купле-продаже для приобретения сельхозтоваропроизводителями сельскохозяйственной техники и высокотехнологичного животноводческого оборудования. Лизинг позволяет приобрести необходимый товар в рассрочку, хотя и с наценкой.

В Узбекистане функционирует очень много лизинговых компаний. Среди них особое место в сельхозлизинге имеет Акционерная Лизинговая Компания «Узсельхозмашлизинг». АЛК «Узсельхозмашлизинг» была создана в 30 октября 1999 года. Учредители компании — юридические и физические лица.

Акционерная Лизинговая Компания «Узсельхозмашлизинг» ориентирована на предоставление в лизинг сельскохозяйственной техники, производителям сельскохозяйственной продукции (ширкатные и фермерские хозяйства, МТП и АМТП) со стабильной производственной и финансовой деятельностью.

Компания открыта к сотрудничеству и решению задач в поиске оптимальных способов финансирования материально-технических потребностей своих клиентов.

Основным направлением деятельности компании является поставка на условиях лизинга широкого спектра сельскохозяйственной техники, отечественного и зарубежного производства.

В условиях модернизации экономики одним из важнейших направлений деятельности АЛК «Узсельхозмашлизинг» является участие в программе технического перевооружения отечественных производителей сельскохозяйственной продукции (ширкатные и фермерские хозяйства МТП и АМТП), масштаб деятельности и народно-хозяйственная значимость которых позволяет минимизировать финансовые риски при реализации лизинговых проектов.

Компанией «Узсельхозмашлизинг» налажены деловые связи с ведущими зарубежными и отечественными производителями и поставщиками сельскохозяйственной техники, что дает широкий спектр выбора объекта лизинга наиболее привлекательный для клиентов компании.

Сегодня компания готова реализовывать конкретные схемы и взаимовыгодные проекты, это откроет новые возможности для иностранного предпринимателя для осуществления своего бизнеса в Республике Узбекистан.

Средний возраст специалистов компании около 30 лет — компания предложит эффективные и комфортные условия и механизмы финансирования потребностей клиентов, ведь компания работает исключительно на своего клиента. «Узсельхозмашлизинг» в 2014 году поставил на лизинговой основе более 4,5 тысячи единиц сельхозтехники, 40 видов для 4 тыс. фермерских хозяйств.

Как сказано выше, основной задачей акционерной лизинговой компании (АЛК) «Узсельхозмашлизинг», является обеспечения фермерских хозяйств республики сельскохозяйственной техникой на основе лизинга.

В соответствии с постановлением Кабинета Министров страны «О мерах по обеспечению села сельскохозяйственной техникой на условиях лизинга» (от 02.11.2000 г.) фермерским хозяйствам предоставлены льготные условия для пользования лизингом. Так, предоплата составляет 15% от стоимости лизингового объекта, срок эксплуатации которого установлен на 10 лет. При этом годовой процент выплат по лизингу не превышает 50% от ставки рефинансирования Центрального банка страны.

Для оказания лизинговых услуг во всех областных центрах, а также в Республике Каракалпакстан созданы 13 региональных филиалов и 1 дочернее предприятие АЛК

«Узсельхозмашлизинг». В 2014–2016 годах планируется открыть районные подразделения областных филиалов.

Постановлением Президента Узбекистана «О Программе дальнейшей модернизации, технического и технологического перевооружения сельскохозяйственного производства на 2012–2016 годы» (от 21.05.2012 г.) усилена роль компании «Узсельхозмашлизинг» в этих процессах. Кроме того, постановлением главы государства «О мерах по дальнейшему повышению уровня капитализации акционерной лизинговой компании «Узсельхозмашлизинг» (от 16.04.2013 г.), её уставный фонд увеличен с 10 млрд. 900 млн. сумов до 50 млрд. сумов.

Важно отметить и диверсификацию лизингового бизнеса компании. Помимо фермерских хозяйств, она оказывает профильные услуги машинно-тракторным паркам, «Агротехсервисам», а также территориальным предприятиям компаний «Уздонмахсулот», «Узкимёсаноат» и Ассоциации «Узпахтасаноат».

Всего за период деятельности, компанией предоставлены лизинговые услуги более 37 тыс. сельскохозяйственных предприятий и передано в лизинг свыше 49 тыс. 660 единиц техники на 1 трлн. 108 млрд. сумов.

В общем объеме оказанных лизинговых услуг, портфель лизинга по состоянию на 1 января 2014 г., достиг 454 млрд. сумов, что на 43,1% превысило показатель годом ранее.

За последние 6 месяцев компанией уже передано в лизинг более 1 тыс. 850 единиц техники на общую сумму свыше 100 млрд. 500 млн. сумов.

В 2015 г. компания «Узсельхозмашлизинг» планирует оказать сельскохозяйственным товаропроизводителям лизинговых услуг на 10% больше, чем в минувшем. При этом, намечено увеличить объем передачи в лизинг пахотных тракторов, силосоуборочных и кормоуборочных комбайнов.

В настоящее время «Узсельхозмашлизинг» активно сотрудничает с производителями сельскохозяйственной техники из Федеративной Республики Германии и Голландии. Очень хорошо себя зарекомендовали на полях Узбекистана пропашные тракторы марки «Орион», ТС-135 и ТС-100. Для их обслуживания имеются сервисные центры.

В качестве заключения можно сказать, что проведенный нами анализ деятельности лизинговых компаний Узбекистана показывает тенденцию наращивания капитала лизинговыми компаниями республики, привлекательные условия для участников лизинговых операций с точки зрения льгот по налогообложению предопределяет появление новых лизинговых компаний и все большее вовлечение лизинговую деятельность коммерческих банков страны. Наблюдаемые тенденции развития лизингового сектора, увеличение количества его участников дают основания прогнозировать рост рынка лизинговых услуг в 2015 году на 10 процентов по сравнению с 2014 годом.

Особенности масложировой промышленности и их влияние на организацию учета затрат и калькуляцию себестоимости продукции

Обидов Расул Абдулхаевич, преподаватель;
Хасанова Н.

Гулистанский государственный университет (Узбекистан)

Масложировая промышленность на территории Узбекистана развивалась с давних пор. Уже в древности хлопковое масло изготавливали с помощью специального прессового станка джуваз, который приводили в движение лошади. В качестве сырья использовались семена кунжута, льна, хлопчатника, арахиса и др. культур. В 1913 году на территории Узбекистана действовали 30 мелких маслобойных заводов, которыми было выработано 65 тыс. тонн растительного масла.

Современная масложировая промышленность — технически развитая отрасль, предприятия которой имеют возможность перерабатывать ежегодно до 3,0 млн. тонн масличных семян.

Масложировая промышленность работает по схеме безотходного производства, т. е. такие побочные продукты как шрот, шелуха, соапсток и др. образуются при производстве основной продукции масложировой промышленности, также используются для тех или иных благородных целей.

Растительное масло получают методом прессования и экстракции с последующей рафинацией и дезодорацией.

Кроме рафинированного и дезодорированного растительного масла предприятиями отрасли вырабатывается маргариновая продукция, майонез, глицерин, туалетное и хозяйственное мыло, отход рафинации растительных масел — соапсток используют для получения дистиллированных жирных кислот, олеиновой и пальмитиновой кислот, различных флотоагентов. Однако в данной работе будут использоваться только такие продукты масложировой промышленности как, хлопковое масло, соевое масло, рафинированное масло, хозяйственное мыло и др.

Табачная промышленность Узбекистана — более молодая отрасль. Фабрика по выпуску табачных изделий в Ташкенте была построена в 1925 году, работающая на привозном сырье. С 1927 года табак начали возделывать в Самаркандской области, постепенно расширяя плантации, что привело к необходимости строительства ферментационного производства. В 1941 году был введен в эксплуатацию табачно-ферментационный завод в г. Самарканде, а несколько позже и в г. Ургуте общей мощностью 30 тыс. тонн ферментированного табака в год.

Сегодня табачная промышленность республики претерпела глубокую реконструкцию. В 1998 году в г. Самарканде вступила в строй новая, оснащенная современным оборудованием, сигаретная фабрика мощностью 20 млрд. сигарет в год. Одновременно была выведена из эксплуатации фабрика в г. Ташкенте, спустя 70 лет оказавшаяся, по сути, в центре города.

В настоящее время отраслью производится около 10,7 млрд. штук сигарет и 10,8 тыс. тонн ферментированного табака ежегодно.

В данной работе производство табачной продукции, а также майонеза и глицерина рассматриваться не будет, так как объект работы (Гулистан Экстракт Ёг) не предусматривает производство этих видов продукции.

К особенностям производства масложировой продукции необходимо отнести такое явление, как образование побочного продукта при производстве основного продукта. Согласно договоров, между предприятием ОАО ИИ «Гулистан Экстракт Ёг» и фермерами, поставляющими семена хлопчатников, побочные продукты (шрот, шелуха) является на 100% реализуемыми фермерам. Т. е. фермеры поставляют сырье в виде семян хлопчатника на предприятие, а затем получают готовое масло, а также побочные продукты в виде шрота и шелухи.

В масложировой отрасли образуется значительное количество побочных продуктов и отходов в виде шротов и жмыхов масличных культур, соапстока и др.

Жмых и шрот. Жмых получают при увеличении масличных культур. В результате обслуживания семян экстрагированием с помощью растворителей образуется шрот. Значительно увеличен кормовой потенциал республики за счет использования в комбикормовой промышленности тостированных шротов, кормовая ценность которых по сравнению с обычными выше примерно на 10–15%.

Хлопковый шрот используется как компонент в комбикормах, а хлопковая шелуха — в качестве грубого корма для животноводства.

Жмых и шрот некоторых масличных культур используется в пищевых целях, а также в хлебопекарном, кондитерском и других производствах.

Соапсток — нерастворимое в натуральном жире мыло, образуемое в процессе щелочной рафинации растительного масла и других жиров при нейтрализации. Соапсток обладает высокой адсорбирующей способностью и представляет собой сложную эмульсию, содержащую мыло, жир и примеси. Существующие технологии переработки соапстока предусматривают извлечение 85–90% нейтрального жира, возвращаемо в производство для рафинации масла. Оставшаяся часть используется для варки хозяйственного мыла.

Одним из направлений утилизации полезных веществ соапстока является получение глицерина в результате расщепления жиров и жирных кислот в мыловарении.

Жирные кислоты с успехом могут применяться для производства олифы, при этом обеспечивается большая однородность и улучшение качества готовой продукции.

Соапсточные жиры следует использовать не только в традиционных, но и в новых направлениях — в качестве добавки к комбикормам, для производства поверхностно-активных веществ, обладающих моющей способностью в виде с повышенной жесткостью, на получение текстильно-вспомогательного вещества, заменяющего кокосовое масло [1].

Необходимо еще раз отметить, что реализация побочной продукции значительно снижает себестоимость основной продукции на сумму реализации побочной.

К числу особенностей, возникающих при производстве масложировой продукции, которые находят отражение в учете затрат и калькулировании себестоимости продукции, относятся следующие:

— комплексное использование сырья, что учитывается при определении основного объекта калькулирования, соотношения основной, попутной продукции и отходов (растительное масло, шрот (жмых), лузга; рафинированное масло, фосфатидный концентрат, соапсток; жирные кислоты и глицерин и др.);

— в организациях, вырабатывающих несколько видов масложировой продукции (масложиркомбинатах, жиркомбинатах), существует так называемый внутривозвратный оборот продукции, когда при производстве продукции может использоваться как сырье, приобретенное у поставщиков, так и выработанное в самой организации (растительное масло, используемое для производства саломаса; растительное масло и саломас, используемые для производства маргарина, пищевых жиров, мыла и т. п.) [2].

Объектом выпускной квалификационной работы является предприятие масложировой промышленности ОАО ИИ «Гулистан Экстракт Ег»

ОАО ИИ «Гулистан Экстракт Ег» относится к масложировой промышленности, которая в свою очередь относится к маслосебяющей промышленности Узбекистана.

По характеру потребления сырья предприятие «Гулистан Экстракт Ег» относится к обрабатывающим производствам, то есть перерабатывает сырьё растительного происхождения. По назначению готовой продукции, предприятие относится к группе, которая направляет свою продукцию для непосредственного потребления населением, а отходы — в качестве сырья направляет другим предприятиям. Предприятие по продолжитель-

ности работы — относится к группе круглогодичного (постоянного) действия. Продолжительность работы в течение суток — непрерывность действия. Способ получения готовой продукции — извлечение растительного масла из маслосемян (хлопчатника, бобы сои, подсолнечника, сафлора). По уровню механизации и автоматизации производственных процессов предприятие считается комплексно-автоматизированным, то есть, автоматизированы все процессы основного и вспомогательного производств.

Эффективность производства продукции во многом зависит от качества поступающего на переработку сырья (масличности семян), сорности, порчи, а также от степени обеспеченности предприятия в нужном количестве необходимым сырьем.

Производственная мощность ОАО «Гулистан Экстракт Ег» по проекту составляет 1200 тонн в сутки, после реконструкции мощность завода составляет 900 тонн в сутки хлопковых семян и 450 тонн в сутки бобов сои. Мощность завода принято измерять не в количестве выпускаемой продукции, а в количестве переработанных семян. Производственная мощность завода определяется по техническим нормам производительности ведущего технологического оборудования. В целях более точного и эффективного использования производственных мощностей наряду с переработкой семян хлопчатника, ведется завоз и переработка бобов сои, семян подсолнечника, семян сафлора.

Качество производимой продукции проверяется в лаборатории на основе анализа готовой продукции. На данный момент в продукции предприятия имеются большие потребности, это означает, что продукция предприятия конкурентоспособна.

Основной деятельностью предприятия является производство масложировой продукции: масло растительное, шрот, шелуха, мыла хозяйственное 60% и другие виды товаров народного потребления.

Масло растительное вырабатывается и реализуется как в разлив, так и фасованном виде. Семена хлопчатника для производства масла поставляет «Хлопкопромсбыт» и ДФХ области, а бобы сои в соответствии контракта по импорту. Производимая масложировая продукция обеспечивает внутренний рынок, а также экспортируется в ближнее и дальнее зарубежье [3].

Литература:

1. Хасанджанов, К. А. Экономические основы повышения уровня использования побочной продукции и отходов плодоовощеводства в условиях рынка. Т., 2002 год.
2. Халилов, И. А. Особенности калькуляции масложировой продукции.
3. Данные бизнес-плана ОАО «Гулистан Экстракт Ег».

Социально-демографическое состояние Курской области

Пенькова Наталия Валерьевна, студент;
Ильина Елена Геннадьевна, студент;
Вареник Ая Валерьевна, студент
Курский государственный медицинский университет

В статье исследованы состояние и тенденции развитие социально-демографического потенциала области на основе статистического анализа наиболее важных показателей естественного движения населения.

Ключевые слова: демография, уровень рождаемость и смертности, естественный прирост, младенческая смертность, Курская область.

Статистика населения всегда играла важную роль в управлении государством. В наши дни статистическое изучение населения не только не утратило своей актуальности, но и приобрело первостепенное значение в связи со сложной демографической ситуацией в России. В связи с этим целью исследования явилось изучение демографических изменений в регионе на основе математико-статистических методов.

На современном этапе развития общества, наше государство вплотную подошло к решению проблемы естественного движения населения. В решении проблем демографии играют важную роль регионы, где основной упор делается на увеличение численности населения за счет процессов воспроизводства в большей степени и внешнего миграционного притока в меньшей. Составляющие компоненты естественного движения населения являются важнейшими факторами формирования исследуемого процесса, и демографической ситуации в целом, также, оказывают влияние на многие стороны общественной сферы жизнедеятельности — экономику, политику, социальную.

Естественное движение населения представляет собой сложную многоуровневую категорию, подразумевающую целую систему статистических показателей, характеризующих структуру и динамику демографических процессов населения на общероссийском и региональном уровнях.

Сложившуюся демографическую ситуацию в Курской области можно проанализировать исходя из представленных ниже данных системы относительных показателей за период с 2000 по 2014 года. Численность постоянного населения области на 1 января 2014 г. составила 1 118 915 чел. Сокращение численности населения и отрицательное значение коэффициента естественного прироста наблюдается за весь период исследования, что может быть обусловлено миграцией населения Курской области в более привлекательные области.

Анализируя данные по шкале оценки общих показателей естественного движения населения можно заключить, что за последние годы показатель рождаемости увеличился, но прирост остается на низком уровне и не превышает 15 человек на 1000 человек населения. Для аппроксимации показателя рождаемости целесообразно использовать, по мнению Зюкина Д.А. [2, 3], кривые насыщения, описывающие процесс, имеющий предел роста в исследуемом периоде, которые эффективно применяются в демографии, при изучении потребностей в товарах и услугах (в расчете на душу населения), при исследовании эффективности использования ресурсов и т.д. Построенная степенная модель позволяет говорить о том, что показатель рождаемости будет увеличиваться, но с постепенным замедлением (рисунок 1).

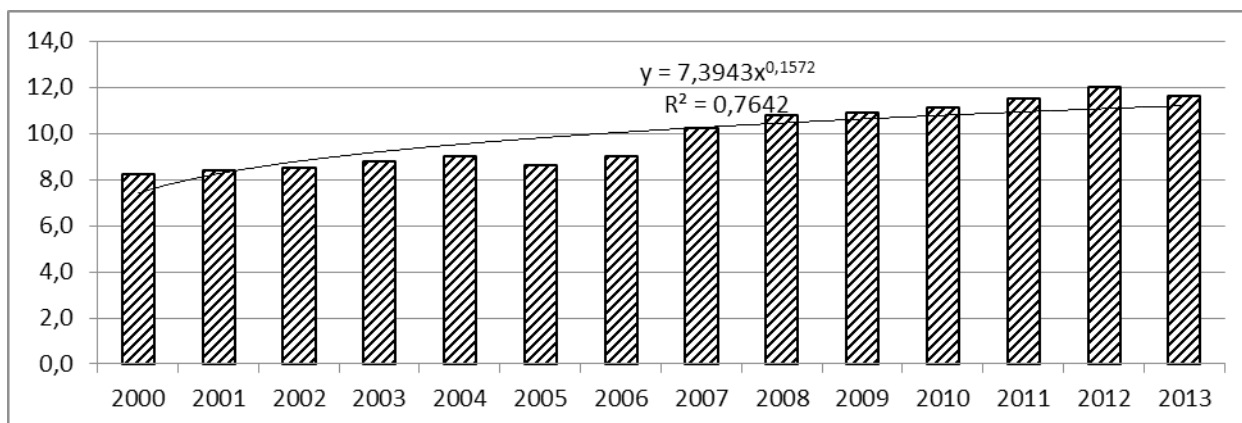


Рис. 1. Динамика уровня рождаемости в Курской области за 2000–2013 гг.

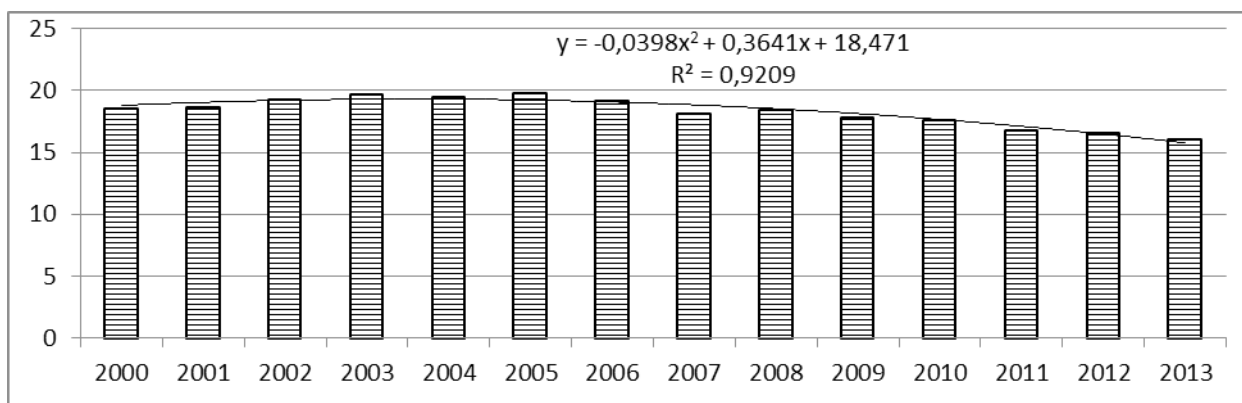


Рис. 2. Динамика уровня смертности в Курской области за 2000–2013 гг.

В кризисном 2008 году наблюдается обратная ситуация. Уровень смертности увеличился на 1,6%, но не превысил уровня базисного значения (19,5%). Относительно него, смертность сократилась на 5,1%. Общий коэффициент смертности находится на высоком уровне, несмотря на то, что его значение с каждым годом уменьшалось, т. к. средний темп убыли равнялся 1,36% в год. Параболическая модель аппроксимации свидетельствует об переломе тенденции роста смертности в 2005–2006 гг., после которых показатель начал сокращаться (рисунок 2).

Принято считать, что уровень и динамика смертности зависят, прежде всего, от изменения условий и, особенно, образа жизни населения и в меньшей мере от успехов здравоохранения. Тем не менее, сокращение уровня смертности достигается за счет положительных результатов региональных медицинских учреждений при лечении основных категорий (сердечнососудистых, онкологических) заболеваний, которые по статистике являются основными причинами смертей не только в Курской области, но и по России в целом [9].

В исследуемом периоде коэффициент рождаемости имеет тенденцию роста, однако его значение, по прежнему, остается низким, не позволяющее достигнуть даже границ простого воспроизводства населения. За рассмо-

тренный период коэффициент младенческой смертности сократился на 47,1% и остановился на уровне, который признается достаточно низким. Что касается коэффициентов брачности и разводимости, то присутствует закономерность — число браков значительно увеличивалось в года, которые предшествовали високосным (таблица 1).

По результатам проведенного по основным показателям естественного движения населения межрегионального сравнительного анализа Курской области и регионов ЦФО подведем итоги.

Рождаемость в Курской области по сравнению с другими субъектами ЦФО на высоком уровне, значительно превышая средний уровень (2-е место). В свою очередь, уровень смертности превышает аналогичный показатель в большинстве регионов ЦФО (занимает 13 место), уступаю и среднему показателю по РФ. В результате этого, по уровню естественной убыли Курская область является медианной среди регионов ЦФО при сопоставимом значении с Брянской, Воронежской, Орловской областями. Средняя продолжительность жизни постепенно увеличивается, как и в других регионах ЦФО; по этому показателю Курская область занимает 11-е место [4, 5].

Уровень младенческой смертности в области также выше, чем по федеральному округу и по России в целом,

Таблица 1. Показатели естественного движения населения Курской области в 2000–2013 гг.

Показатель	Годы					
	2000	2005	2010	2011	2012	2013
Приходится на 1000 человек населения:						
— родившихся	8,2	8,6	11,1	11,5	12	11,6
— умерших	18,6	19,8	17,6	16,8	16,6	16,1
— естественного прироста	-10,4	-11,8	-6,5	-5,3	-4,6	-4,5
Суммарный коэффициент рождаемости, чел	1,28	1,22	1,55	1,61	1,7	1,74
Коэффициент младенческой смертности, %	14	12,2	7,9	7,7	7,5	7,4
Коэффициент брачности, %	6,5	7,4	8,3	9,4	8,2	8,5
Коэффициент разводимости, %	4,9	4,6	4,7	5,2	5	4,2
Показатель устойчивости браков, шт.	1,3	1,6	1,8	1,8	1,6	2
Специальный коэффициент брачности, %	7,5	8,6	9,6	10,9	9,6	10,3
Специальный коэффициент разводимости, %	5,7	5,3	5,4	6	5,8	6,2

и она замыкает рейтинг с Костромской, Рязанской и Тверской областями. За рассмотренный период коэффициент младенческой смертности сократился на 47,1%. На основании шкалы оценки младенческой смертности, предложенной А. М. Мерковым и Б. Ц. Урланисом [1], можно сделать вывод о том, что коэффициент младенческой смертности в регионе, составляющий менее 10%, является все же относительно низким. Уровень брачности в регионе достаточно высокий, но не превышает показателей по стране. В рейтинге она занимает 8 место после Ярославской области за ней Орловская и Калужская области. Относительно разводов, то в целом в ЦФО ситуация напряженная и Курская область не исключение. В рейтинге она занимает только лишь 17 место. В среднем за изучаемый период на 1 развод приходилось 1,7 браков, т.е. примерно 59%, в то время как еще в 2004 году эта цифра была значительно больше, на уровне 75% разводов [6, 7].

Таким образом, на основании вышесказанного, демографическая ситуация в Курской области не является бла-

гоприятной. Несмотря на то, что рождаемость увеличивается она остается на низком уровне. Уровень смертности снижается, но находится на достаточном высоком уровне и значительно превышает уровень рождаемости. Также в области достаточно высокий уровень младенческой смертности. Необходимо отметить, что на протяжении всего периода исследования рождаемость в регионе росла, возможно это вызвано государственными программами по стимулированию рождаемости. И численность населения с каждым годом сокращается, за исследуемый период она сократилась на 7,8%. На фоне соседних регионов и регионов ЦФО, в состав которого входит Курская область, она занимает далеко не последнее место, но понятно, что проблемы есть и их необходимо решать для достижения более высоких результатов. Ведь именно реализация демографической политики позволит решить региону и другие назревшие проблемы. От этого будет зависеть экономическое будущее и процветание Курской области.

Литература:

1. Демография: Учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 080601 — «Статистика» и др. экономическим специальностям/Л. П. Харченко. 2-е изд., стер. М.: Омега-Л, 2007. 350 с.
2. Зюкин, Д. А. Оценка перспектив развития сельскохозяйственного производства по инновационному сценарию на основе нелинейной эконометрической модели/Д. А. Зюкин, Н. А. Пожидаева // Вестник Курской государственной сельскохозяйственной академии. 2014. №5. с. 30–31.
3. Зюкин, Д. А. Эффективность процесса оптимизации ресурсов в системе финансирования здравоохранения в регионе/Д. А. Зюкин, М. А. Куркин // Экономика и предпринимательство. 2014. №9. с. 287–290.
4. Куркина, М. П. Методические подходы к оценке управления воспроизводством человеческого потенциала региона/М. П. Куркина, Д. А. Зюкин // Государство и общество: вчера, сегодня, завтра. Серия: Экономика. 2013. №8. с. 74–86.
5. Куркина, М. П. Оценка показателей развития базового человеческого потенциала в регионах ЦФО // Казанская наука. 2014. №9. с. 222–224.
6. Куркина, М. П. Оценка социального потенциала региона // Казанская наука. 2014. №7. с. 194–196.
7. Куркина, М. П. Цивилизационный и системный подходы к управлению воспроизводством человеческого потенциала // Научный альманах Черноземья. 2014. №2. с. 82–86.
8. Пенькова, Н. В. Биологические факторы повышения эффективности интенсификации производства/Н. В. Пенькова, Е. Г. Ильина // Научный альманах Черноземья. 2014. №3. с. 68–71.
9. Рыбаковский, Л. Л. 20 лет депопуляции в России. — М.: Экон-информ, 2014. — 231 с.

Динамика иностранных инвестиций в российскую экономику в современных условиях

Петрова Виктория Олеговна, магистрант

Научный руководитель: Абрамов Валерий Леонидович, доктор экономических наук, профессор
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации (г. Москва)

На сегодняшний день происходят стремительные перемены во всех сферах жизни, в том числе и в экономике — не только в России, но и во всем мире. Компании обеспокоены тем, как правильно вложить средства и не потерять то, что заработано.

Неотъемлемой частью нормального функционирования и развития экономики являются инвестиции. Инвестиционная деятельность влияет на объем общественного производства и занятость, способствует улучшению экономической ситуации в стране и росту ВВП, стимулируя

повышение уровня жизни населения. Для обеспечения бесперебойной и эффективной реализации инвестиционного процесса необходимы соответствующие условия. Подобная задача особо актуальна для обеспечения экономического роста в России: создание новых производственных мощностей, обновление основных фондов — залог реализации модернизации и инновационного прорыва.

Одна из основных целей правительства — привлечение прямых иностранных инвестиций, поскольку они являются ключевым фактором экономического процветания. Для этого необходимо отодвигать препятствия для инвестирования в российскую экономику и вместе с тем, стимулировать интерес иностранных компаний для привлечения их вложений. Так, после 18 лет переговоров, Россия в 2012 году присоединилась к Всемирной торговой организации, что послужило ознаменованием более открытого интереса страны во внешней торговле. За последние десятилетия был достигнут значительный прогресс в создании более конкурентоспособной и инвестиционно привлекательной бизнес-среды в России, что привело к увеличению объема прямых иностранных инвестиций в 2008 году до 103,8 млрд. долл. (рис. 1). Тем не менее, необходимо отметить, что эскалация геополитической напряженности, в результате наложения санкций в отношении России, может крайне негативно повлиять на бизнес-среду в России в будущем.

Таким образом, появляются ограничения для иностранного инвестирования в стратегически и национально важные сектора российской экономики. В 2014 году ситуация осложнилась введенными санкциями государств ЕС и США в отношении России в ответ на русско-украинские трения, а также появлением ограничений в финансовом, оборонном и энергетическом секторах экономики. Всё это приводит к значительному сдерживанию прямых иностранных инвестиций — многие иностранные ком-

пании прекращают или начинают откладывать на неопределенный срок операции и сделки, связанные с российскими предприятиями.

В период 2008–2013 годов приток прямых иностранных инвестиций увеличился с 103,8 млрд долларов до 170,2 млрд долларов [1], что является хорошей динамикой. Такой приток связан, во-первых, с развитием новых возможностей и развития более открытого подхода России к прямым иностранным инвестициям, во-вторых, с привлечением иностранных инвесторов в виду Олимпиады в Сочи-2014.

Действительно, показатель интенсивности прямого иностранного инвестирования в 2013 году в России составлял 3,8% от общего объема ВВП и был значительно выше среднего показателя по Восточной Европе, который определялся на уровне 2,6% в том же году. Тем не менее, в будущем, введенные против России санкции достаточно негативно повлияют на приток прямых иностранных инвестиций — в частности, со стороны ЕС, который является крупнейшим торговым партнером России (с учетом 53% от общего объема экспорта и 41,8% от общего объема импорта в 2013 году). Поскольку ЕС является основным внешнеторговым партнером России, то в настоящее время инвестиционное сотрудничество России и стран ЕС имеет место в различных отраслях экономики, но наиболее активно оно осуществляется в ТЭК. К сожалению, до сих пор отраслевая структура внешней торговли РФ и ЕС с точки зрения модернизации российской экономики далека от совершенства. Большую часть экспорта РФ в ЕС представляют энергоносители и полезные ископаемые (82,9% в 2013 г.), что составляет треть всех поставок такого рода в ЕС. Преобладание энергоносителей в экспортной структуре внешней торговли делает крайне актуальным и в то же время затруднительным вопрос сотрудничества РФ и ЕС в энергетической сфере. Хотя в последнее время



Рис. 1. Интенсивность ПИИ в России в 2008–2013 гг [2]

Россия стремится диверсифицировать свои экспортные возможности, а ЕС — расширить список поставщиков ресурсов, на сегодняшний день наблюдается устойчивая взаимозависимость России и ЕС в этом сегменте.

Экспорт энергоносителей составляет большую часть общего объема экспорта России в страны ЕС, что отражается и на инвестиционном сотрудничестве сторон. Так российские и европейские ТНК играют ключевую роль в создании трансевропейских газопроводов — «Южный» и «Северный» потоки. Вместе с тем данный процесс достаточно противоречив: российские ТНК стремятся войти на внутренний рынок энергоносителей стран ЕС, но страны ЕС препятствуют этому для сохранения, по их мнению, относительной энергетической независимости от России.

Вся современная экономическая политика в России нацелена преимущественно на крупный, а не средний и малый бизнес. Не случайно, МИД России уже подписал соглашения о сотрудничестве не только с рядом коллективных предпринимательских организаций, но и отдельно с «Внешэкономбанком», ОАО «РЖД», РАО «ЕЭС России», затем с ведущей частной ТНК — «Лукойлом». Данные соглашения предполагают расширение дипломатической поддержки деятельности крупнейших российских компаний в иностранных государствах, активное участие российских посольств в реализации совместных зарубежных проектов.

По-видимому, стремление увязать ПИИ с внешней политикой России перенято у США, что трудно признать удачным решением, так как во многих регионах, где развивается инвестиционная экспансия основной части российских ТНК, нет столь четкой сцепки частных экономических интересов и государственных действий. Такой подход вряд ли встретит понимание в ЕС, где стимулирование собственных ПИИ увязывается не с каким-то политическим прорывом, а с диверсификацией в целом востребованных на мировых рынках экспортных поставок.

Другой немаловажной проблемой развития инвестирования в российский бизнес является отток капитала. Заработанную прибыль российские предприниматели предпочитают инвестировать в компании и недвижимость за рубежом. В основном, это теневой сектор экономики, который провоцирует нелегальный вывоз капитала из России. Из-за теневого оттока из страны уходят мил-

лиарды долларов, которые могли бы быть инвестированы в социальные сферы экономики, инновационный сектор, инфраструктуру.

Данные по чистому ввозу и вывозу капитала частным сектором в Россию представлены в Таблице 1.

В 2008 году за границу было вывезено более 130 млрд. долл. Это вполне объяснимо мировым финансово-экономическим кризисом. В 2009 и 2010 годах темпы вывоза капитала снижаются, однако в 2011 и 2012 годах динамика ухудшается. Это связано с политической нестабильностью — предприниматели недоверчиво относятся к действиям правительства, что вызывает увеличение темпов оттока капитала за рубеж. Как раз, в 2011–2012 годах проходили парламентские и президентские выборы.

В современных условиях из-за экономических санкций \$ 40 млрд притока западного капитала было недополучено. Все экономические показатели России в 2014 году оказались хуже прогнозов: рост ВВП составил 0,6% вместо планировавшихся 2,5%, инфляция достигла 11,4% вместо планировавшихся 5%, а отток капитала достиг \$ 151,5 млрд [4], что в 6–6,5 раз больше планов (\$ 20–25 млрд).

Что же дальше ожидает экономику страны при снижении притока инвестиций и увеличении оттока национального капитала? Сможет ли Россия без серьезных потерь обойтись внутренними вложениями, не приведет ли это к снижению роста экономики?

Характерными признаками инвестиционного климата России являются экономическая и правовая нестабильность; негибкая налоговая система; недостаточный уровень развития элементов рыночной инфраструктуры; нехватка информации у иностранных инвесторов о возможностях инвестирования капитала; труднодоступная для понимания регламентация прав собственности на землю, имущества предприятий и т.д. Таким образом, как мы можем заметить, даже несмотря на санкции, экономика нашей страны является неостаточно инвестиционно-привлекательной для иностранных инвесторов. Можно сделать вывод о том, что следует сосредоточиться на внутреннем потенциале — привлекать в экономику собственные инвестиции. Однако, всё затрудняется накоплениями российского населения — около 40% населения ежемесячно сберегают свободные средства. Большая часть сбережений, в основном, находятся в коммерческих

Таблица 1. Чистый ввоз/вывоз капитала частным сектором в 2008–2013 годах, млрд. долларов США [3]

Год	Чистый ввоз/вывоз капитала частным сектором — всего	Чистый ввоз/вывоз капитала банками	Чистый ввоз/вывоз капитала прочими секторами
2008	-133,6	-55,2	-78,3
2009	-57,5	-32,2	-25,3
2010	-30,8	15,9	-46,7
2011	-81,4	-23,9	-57,4
2012	-53,9	18,5	-72,4
2013	-61	-7,5	-53,5

банках, которые, по идее, и должны стать источником инвестиций. Так ли это? К сожалению, по статистике, основная часть активов направляется на кредитование физических, а не юридических лиц. Это вполне объяснимо, т.к. банки получают большую доходность и возможность покрыть риски с помощью высоких процентов. Постоянно возрастающий потребительский спрос на кредитование в России не позволяет снизить процентные ставки, а минимальные затраты на оформление кредита приводят к тому, что по-прежнему, физические лица кредитуются больше, чем юридические. Что касается кредитования юридических лиц в России, коммерческие банки утверждают о высоких затратах на их кредитование, следовательно, появляются и высокие процентные ставки, которые не могут позволить себе потенциально кредитруемые организации, по причине их низкой рентабельности.

Что касается другого источника потенциальных инвестиций — средств предприятий — как показывает российская практика, затраты при производстве (особенно, на заработную плату топ-менеджменту) настолько велики, что значительно уменьшает прибыль, а это в свою очередь, означает недостаточный размер отчислений для развития производства. Наконец, третьим источником инвестирования является государство. С одной стороны, государство

обеспечивает достаточно большими ресурсами определенные инвестиционные проекты, которые помогают развиваться российскому бизнесу, и поддерживает экономику. Но в отличие от инвесторов, получение прибыли — не является целью государства. С другой стороны, если бы подобные инвестиции исходили от иностранных инвесторов, т.е. через прямые иностранные инвестиции в отдельные секторы экономики, это также привело бы к развитию бизнеса, а следовательно, получению прибыли, но уже в виде дивидендов и увеличения налогов, так как предприятия развивались бы, обеспечивали рабочие места и выпускали продукцию, тем самым увеличивая собственную прибыль, как источник дивидендов и налогов.

Можно сделать вывод о том, что по прогнозам экспертов, для поддержания роста российской экономики необходимо 45–50 млрд долларов в год иностранных инвестиций [5]. Если разумно подходить к аккумулированию денежных сбережений и стимулировать борьбу с оттоком капитала, появится возможность снизить первостепенное значение иностранных инвестиций. Для этого необходимо время и неимоверные усилия, однако результат оправдывает ожидания и национальная экономика сможет развиваться и динамично функционировать даже при сокращении объемов иностранных инвестиций.

Литература:

1. По данным Росстат — http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/enterprise/investment/nonfinancial/
2. По данным Euromonitor International, 2014 — <http://www.euromonitor.com/russia>
3. По данным платежного баланса Российской Федерации, взятым с официального сайта Банка России. Дата последнего обновления: 19 января 2015 года — http://www.cbr.ru/statistics/print.aspx?file=credit_statistics/capital_new.htm
4. Игорь Герасимов, Григорий Набережнов. Чистый отток капитала из России в 2014 году составил \$ 151,5 млрд. РБК (16 января 2015).
5. Экономический прогноз, Институт экономической политики имени Е. Т. Гайдара, июль 2014.

Предприятия транспортировки нефти на современном этапе: проблемы и перспективы развития

Плюхина Наталья Анатольевна, студент
Владивостокский государственный университет экономики и сервиса

Любая организация, и организация сферы нефтепродуктов — не исключение, ставит целью максимизацию прибыли и формирование устойчивого развития в перспективе.

Рассматривая вопрос устойчивого развития, необходимо затронуть финансовую устойчивость.

Финансовая устойчивость — экономическая характеристика, которая свидетельствует о стабильном экономическом положении организации, в частности: о пре-

вышении доходов над текущими расходами, о том, что организация может свободно распоряжаться денежными средствами и эффективно их использовать; о бесперебойном процессе производства продукции и о ее реализации.

Устойчивое развитие — процесс изменений, в котором эксплуатация ресурсов, направление инвестиций, ориентация развития и институциональные изменения согласованы друг с другом и укрепляют нынешний и будущий по-

тенциал для удовлетворения человеческих потребностей и устремлений.

Фактически речь может идти не о немедленном прекращении экономического роста вообще, а о прекращении, на первом этапе, нерационального роста использования ресурсов окружающей среды. Последнее трудно осуществить в мире растущей конкуренции, роста таких нынешних показателей успешной экономической деятельности как производительность и прибыль.

Экономический подход к концепции устойчивости развития основан на теории максимального потока совокупного дохода Хикса-Линдаля, который может быть произведен при условии, по крайней мере, сохранения совокупного капитала, с помощью которого и производится этот доход. Эта концепция подразумевает оптимальное использование ограниченных ресурсов и использование технологий, включая добычу и переработку сырья, создание экологически приемлемой продукции, минимизацию, переработку и уничтожение отходов.

При решении вопросов о том, какой капитал должен сохраняться (например, физический или природный, или человеческий капитал) и в какой мере различные виды капитала взаимозамещаемы, а также при стоимостной оценке этих активов, особенно экологических ресурсов, возникают проблемы правильной интерпретации и счета. Появились два вида устойчивости — слабая, когда речь идет о неуменшаемом во времени природном и произведенном капитале, и сильная — когда должен не уменьшаться природный капитал (причем часть прибыли от продажи невозобновимых ресурсов должна направляться на увеличение ценности возобновимого природного капитала).

Предприятие финансово устойчиво, если обеспечивается рост прибыли, капитала, а также наблюдается платёжеспособность организации.

Оценить финансовую устойчивость организации можно с помощью абсолютных и относительных показателей.

К абсолютным можно отнести запасы и источники, которые покрывают эти запасы.

Относительная оценка подразумевает расчет ряда коэффициентов. Чаще аналитическими процедурами занимаются непосредственно экономисты организации. С точки зрения комплексного анализа, для оценки финансовой устойчивости можно выделить ряд коэффициентов:

- коэффициент финансового рычага;
- коэффициент финансовой независимости;
- коэффициент маневренности;
- коэффициент мобильности.

Коэффициент ликвидности, несмотря на значимость и важность, все же является косвенным показателем финансовой устойчивости.

Также можно обозначить факт, что финансовая устойчивость характеризует финансовое состояние организации [1].

Для определения положения компании проводится анализ ее финансового состояния: в ходе расчетов, интер-

претации и оценки финансовых показателей обнаруживаются уязвимости предприятия, для устранения которых затем разрабатывается ряд мер, а также выявляются резервы повышения эффективности производства.

Анализ может проводиться как по отдельным службам предприятия, так и по инвесторам, поставщикам, контролирующим органам на основе отчетности.

В первом случае целью будет обеспечение непрерывности входящего потока финансов и дальнейшее их распределение таким образом, чтобы получить максимальную прибыль; во втором — поиск возможности наиболее выгодного вложения средств и исключение потерь [2].

Рассмотрев определение устойчивого развития, стоит перейти к раскрытию вопроса об организациях, связанных с транспортировкой нефтепродуктов.

Нефтяная промышленность России является стратегическим форпостом страны, основой стабильности и базисом для развития современной экономики. Современный мир невозможно представить без продуктов переработки нефти: топливо для космических ракет, дорожные покрытия и медикаменты, игрушка в руках ребенка — все это продукция нефтяной отрасли в России и в зарубежных странах.

Нефтяные компании России связаны сложнейшим комплексом взаимодействий, обеспечивая путь нефти. Предприятия нефтяной индустрии решают десятки важнейших задач, в том числе за счет развитой системы дочерних компаний и предприятий. Их деятельность не может обойтись без привлечения небольших нефтяных компаний, специализирующихся на сервисном обслуживании, строительстве буровых и подсобных сооружений, ремонте скважин, прокладке трубопроводов и других специализированных функциях.

При всем стремлении к универсальности, естественные монополии обладают определенной спецификой, заданной природными и экономическими условиями. Каждая нефтяная компания имеет область деятельности, отличную от других, будь то разработка месторождений на шельфе, проектирование нефтеперерабатывающих заводов, либо транспортировка нефти. Некоторые из них распространяют свое влияние на всю территорию России и частично зарубежные страны; иные компании обладают строго районированной ресурсной базой.

Учитывая узкую направленность и специфику деятельности, необходимо отметить:

- данные организации являются по своей сути монополистами на рынке;
- являются подконтрольными государству;
- учитывая специфику деятельности, тарифы, формируемые выручку, также контролируются государством.

Таким образом, организации, транспортирующие, перерабатывающие нефть являются монополистами, не требующими дополнительного продвижения на рынке.

Что касается финансовой устойчивости данных предприятий, то необходимо отметить, что в развитии таковых заинтересовано государство и, учитывая спрос на оказы-

ваемые услуги, услуги данных предприятий будут востребованы всегда.

Несмотря на значимость и важность предприятий транспортировки нефти, все же возникают проблемные аспекты деятельности, такие как:

— сложные вопросы в связи с организацией крупных холдингов и правосубъектности данных организаций;

— отсутствие четкого и логического законодательства в сфере правоотношений транспортировки нефти, по сути, данные правоотношения регулируются, прежде всего, ведомственными нормативными документами;

— существует вопрос легализации остатков нефти, которая скапливается в трубопроводе и учитывается как норма естественной убыли;

— невозможность компании, транспортирующей нефть доказать и обосновать вопрос качества нефти.

Таким образом, все вышеприведенные вопросы, касающиеся с первого взгляда в большей мере правового аспекта.

Но учитывая, что тарифы достаточно высоки и предприятия-заказчики учитывают все проблемные и спорные аспекты, существует риск снижения спроса и возникновения спорных ситуаций.

Таким образом, характер развития правоотношений в сфере транспортирования нефти по магистральным трубопроводам на современном этапе доказывает, что проблемы, вставшие перед хозяйствующими субъектами, не могут быть решены без вмешательства государства.

Существует мнение о том, что договором транспортировки оформляются отношения по переработке, и объектом выступает передаваемая в систему магистральных нефтепроводов нефть непосредственно отправляющей стороны, то есть выступает в качестве вещи.

В ходе отношений по транспортировке отправитель нефти, передавая одну нефть, приобретает право собственности на другую нефть, полученную в результате ее смешения в нефтепроводе, что рассматривается как процесс переработки.

Постоянные усовершенствования структуры федеральных органов исполнительной власти, регулирующих деятельность транспортировки нефти (наряду с отсут-

ствием федерального закона) приводят к тому, что зачастую у предприятий нет полного понимания того, к какому же органу нужно обращаться при решении той или иной проблемы.

В 2011 г. Правительством Российской Федерации принимается два постановления, регулирующие предпринимательскую деятельность в сфере нефтеснабжения.

Постановлением от 17 февраля 2011 г. № 90 утверждаются Правила подключения объектов нефтедобычи к магистральным нефтепроводам в Российской Федерации и учета субъектов предпринимательской деятельности, осуществляющих добычу нефти. Наиболее важным значением в плане исследуемых отношений имеет второе Постановление Правительства от 29 марта 2011 г. № 218, которым утверждены Правила обеспечения недискриминационного доступа к услугам субъектов естественных монополий по транспортировке нефти (нефтепродуктов) по магистральным трубопроводам в Российской Федерации [3].

Названными Правилами определено, что услуги по транспортировке нефти (нефтепродуктов) предоставляются оператором на основании договора об оказании услуг по транспортировке нефти (нефтепродуктов) по магистральным трубопроводам, заключаемого с потребителем (п. 6).

Под оператором понимается субъект естественной монополии, обеспечивающий оказание услуг по транспортировке нефти (нефтепродуктов) по магистральным трубопроводам; под потребителем — лицо, являющееся собственником нефти (нефтепродуктов) либо владеющее ею на ином законном основании, удовлетворяющее требованиям названных Правил и получившее в установленном порядке доступ к услугам по транспортировке нефти (нефтепродуктов) по магистральным трубопроводам.

Но данных актов недостаточно, чтобы раскрыть спорные вопросы, к тому же государству необходимо уделить внимание не только законодательной основе, но и функции контроля. Именно данные аспекты позволяют сохранить привлекательность, монопольность деятельности, а значит и устойчивость на рынке, в том числе и финансовой.

Литература:

1. С.Е. КОВАН. Финансовая устойчивость предприятия и ее оценка для предупреждения его банкротства/Е.С. Кован//. — Экономический анализ: теория и практика». — № 15. — 2012.
2. Гражданское право: Учебник. В 3-х т. Т. 2. — 4-е изд., перераб. и доп./Отв. ред. А.П. Сергеев, Ю.К. Толстой. М.: Изд-во «Проспект», 2013. с. 90.
3. Л.И. Шевченко. Развитие законодательства, регулирующего отношения по транспортировке нефти в системе магистральных нефтепроводов, и его влияние на теоретические представления об их правовой сущности/Л.И. Шевченко// Юридический мир. — 2013. — № 5 Режим доступа: <http://www.center-bereg.ru/k248.html>.

Целесообразность строительства железнодорожного тоннеля между островом Сахалин и материком

Полулех Светлана Сергеевна, магистр
Государственный университет по землеустройству (г. Москва)

В статье рассматривается влияние строительства сухопутного железнодорожного перехода (тоннеля), соединяющего остров Сахалин с материком, на развитие прилегающих территорий с экономической, политической и социальной точек зрения.

Ключевые слова: Сахалин, пролив Невельского, строительство, железнодорожный тоннель.

Сахалин — крупнейший остров России, омываемый двумя морями — Охотским и Японским, является одним из самых богатых источников природных ресурсов нашей страны, однако до сих пор не имеет развитой инфраструктуры и, самое главное, соединения с материком.

На сегодняшний день на остров можно попасть только самолётом или на пароме. Железная дорога острова Сахалин соединена с железнодорожной сетью континентальной России 267 километровой паромной переправой Ванино — Холмск, введенной в эксплуатацию в 1973 году. На данный момент на линии работает четыре железнодорожных парома, каждый из которых вмещает 26 вагонов.

Жесткая зависимость только от одного вида транспорта, наложенная на экстремальные климатические условия, приводит к серьезным экономическим и социальным проблемам. Деятельность паромной переправы нестабильна, поскольку полностью зависит от погодных условий. Инфраструктура морского транспорта в части паромной переправы была заложена в 70-х годах прошлого века

и в настоящее время является устаревшей, экономически затратной и недостаточно эффективной [1].

Реализация проекта строительства линии материк — Сахалин предусмотрена Стратегией развития железнодорожного транспорта в Российской Федерации до 2030 года, утвержденной распоряжением Правительства Российской Федерации от 17 июня 2008 года N 877-р, Стратегией социально-экономического развития Дальнего Востока и Байкальского региона до 2025 года, утвержденной распоряжением Правительства Российской Федерации от 28 декабря 2009 года N 2094-р.

Основной объем грузовых и пассажирских железнодорожных перевозок на острове обеспечивает Сахалинская железная дорога (рис. 1), которая характеризуется следующими данными:

- ширина железнодорожной колеи 1067 мм;
- эксплуатационная длина — 804,9 км;
- дорога однопутная;
- 34 действующие станции;

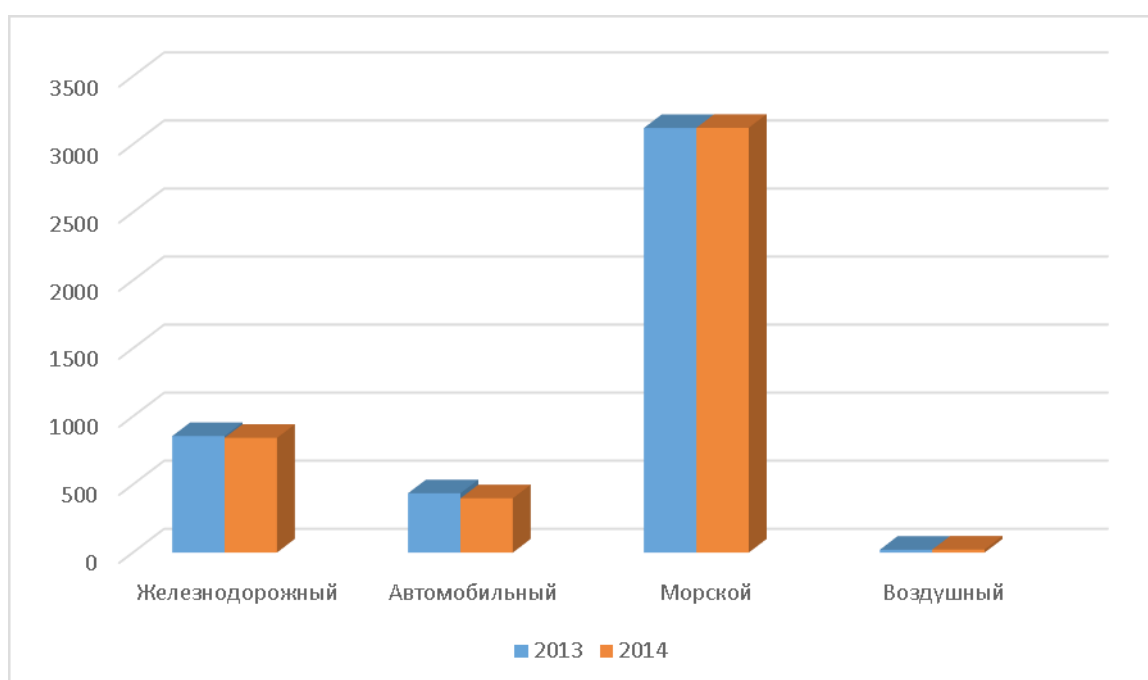


Рис. 1. Грузооборот по транспорту за 2013–2014 годы (млн. тн/км)

— тяга поездов — тепловозная;

— объем грузовых перевозок в год составляет около 3,5 млн. тонн, пассажирских перевозок 1,1 млн. человек;

По прогнозным оценкам к 2020 году потребность в перевозках грузов между Сахалином и материком может возрасти до 7 млн. тонн, к 2025 году — до 9 млн. тонн.

Прогнозируемый рост грузопотока в основном связан с увеличением добычи и сбыта угля, добываемого в Углегорском районе, и необходимостью завоза в Сахалинскую область грузов для строительства новых крупных объектов электроэнергетики и перерабатывающей промышленности.

Строительство линии Селихин — Ныш вызовет резкое увеличение роста прямых железнодорожных перевозок, позволит сократить время доставки грузов и снизить себестоимость железнодорожных перевозок. Создание неразрывной сети железных дорог Дальневосточного экономического района приведет к ускоренному экономическому развитию Сахалинской области [2].

Строительство сухопутного железнодорожного перехода между Сахалином и материком станет толчком к интенсивному развитию не только Сахалинской области, но и Хабаровского и Приморского краёв.

Начнём с того, что реализация такого грандиозного проекта предполагает создание новых рабочих мест. В ближайшей перспективе железнодорожный транспорт как был, так и останется самым доступным видом транспорта в межрегиональном сообщении для большей части населения страны и в особенности для населения восточных регионов. Доступность Центра и время нахождения в пути являются важными составляющими оценки комфортности условий жизни населения и конкурентоспособности регионов. Строительство Сахалинской железнодорожной магистрали позволит связать кратчайшим и надежным путем пятисоттысячное население острова с Центром страны. Как следствие, отчасти будет решена проблема занятости за счет развития производственной и социальной инфраструктуры, повысится уровень жизни населения, а также заселенность малообжитых районов страны.

Если же подойти к рассмотрению данного вопроса с политической точки зрения, то можно говорить о том, что соединение материка с островом будет способствовать укреплению государственного территориального устройства страны, ее целостности и повышению обороноспособности: обеспечению хорошей связи мест дислокации частей вооруженных сил России с базами снабжения, высокой маневренности войск. Фактор немаловажный, поскольку в настоящее время сложилась неблагоприятная ситуация, заключающаяся в том, что обеспеченность подвоза и эвакуации стратегических сил и средств резко ограничена, что не позволяет систематически наращивать группировку войск в необходимых объемах. Сахалинская магистраль позволит надежно обеспечить массовые воинские перевозки, перемещение тяжелого вооружения и грузов, требующих особых условий транспортировки.

Согласитесь, ведь в этом отношении весьма непросто заменить железные дороги другим видом транспорта.

В случае более масштабного видения Сахалинская магистраль с тоннелем может стать связующим звеном, гарантирующим России стратегический выход в один из трех основных центров мировой экономики, а именно на восток — в регион АТЭС, что приведет к упрочнению нашей страны в мирохозяйственной системе.

Стоит отметить, что в строительстве тоннеля через Татарский пролив заинтересована не только Россия, но и Япония, которая активно участвует в разработках многих стратегических проектов. Одним из них является проект стыковки железных дорог Японии с российскими путем соединения тоннелями (мостами) Сахалина с материком и системой японских островов [3].

Реализация проекта в долгосрочной перспективе позволит использовать благоприятное транспортно-географическое положение России в осуществлении международных транзитных и экспортно-импортных перевозок в направлении Япония — Россия — страны Западной Европы. К 2030–2040 гг. при достижении темпов развития ВВП от 4,5 до 5,5% потребуются усиление ряда участков Транссибирской магистрали на подходах к Хабаровску, Владивостоку и Находке и переключение до 50–60 млн. т на БАМ с превращением ее в двухпутную электрифицированную магистраль [4].

Также стоит отметить, что обеспечение надежной транспортной связи Сахалина с материком в конечном счете приведет к повышению конкурентоспособности хозяйственного комплекса Дальнего Востока России. Это будет происходить путем рационализации распределения транспортных потоков, улучшению условий участия региона в международном, межрегиональном и внутрирегиональном разделении труда. Все это определится созданными в результате реализации мероприятий по развитию транспортной системы дальневосточного региона условиями для решения многих экономических задач России в пределах Сибири и Дальнего Востока, среди которых можно выделить следующие: повышение уровня ресурсообеспеченности страны и доступности глубинных территорий, а также расширение активно-экономического пространства Российской Федерации. Не стоит забывать и об огромных запасах леса, угля на острове, ведь организация производства на основе добываемого сырья могла бы послужить предпосылкой для образования территориально-транспортно-производственного комплекса [3].

Строительство новой железной дороги позволит эффективнее использовать возможности Байкало-Амурской магистрали. Тоннель через пролив Невельского освободит производственные мощности морских портов материка от перевалки грузов, следующих на Сахалин, Камчатку и в Магадан для обработки экспортно-импортных отправок, появится возможность использовать незамерзающие порты Сахалина для транспортного обслуживания Магадана, Камчатки, восточного сектора Арктики [3].

Литература:

1. Об утверждении государственной программы Сахалинской области «Развитие транспортной инфраструктуры и дорожного хозяйства Сахалинской области на 2014–2020 годы» [Текст]: постановление Правительства Сахалинской области от 6 августа 2013 г. № 426. — Электрон. текстовые дан. — Режим доступа: docs.cntd.ru/document/460156226, свободный.
2. Официальный сайт Губернатора и Правительства Сахалинской области. — Электрон. текстовые дан. — Режим доступа: <http://www.admsakhalin.ru>, свободный.
3. Минин, С. В. Оценка влияния альтернативных вариантов транспортного соединения острова Сахалин с материком на устойчивое развитие прилегающих территорий: диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук. Сибирский государственный университет путей сообщения, Новосибирск, 2001.
4. Кобыловский, Г. П., Пузанов, Н. Я., Зенкин, А. А., Шишков, Ю. Ф., Плаксий, В. Я. Транспортная система Дальневосточного экономического района и перспективы ее развития в связи с Проектом [Электронный ресурс]/Г. П. Кобыловский, Н. Я. Пузанов, А. А. Зенкин, Ю. Ф. Шишков, В. Я. Плаксий. — Электрон. текстовые дан. — Режим доступа: <http://www.mostsakhalin.ru/publications/9tes.php>, свободный.

Устойчивое развитие малого бизнеса и частного предпринимательства — приоритетная задача улучшения экономики региона

Райимбердиева Ойниса Рахманкуловна, кандидат экономических наук, доцент;
Бекмухамедова Барно Уктамовна, старший преподаватель
Гулистанский государственный университет (Узбекистан)

Малый бизнес и частное предпринимательство — это сфера приложения труда и источник доходов значительной части населения. Это наиболее гибкая часть рынка труда, поглощающая основную массу трудовых ресурсов невысокой квалификации и с недостаточным опытом, желающих иметь гибкий рабочий день. Часто только здесь могут найти работу социально уязвимые слои населения: женщины, молодые люди, впервые ищущие работу, имеющие невысокий уровень образования и трудового опыта.

Социальная роль малого бизнеса и предпринимательства не менее значима, чем экономическая. Малое предпринимательство создаёт условия для расширения занятости и роста доходов населения, формирует особый социальный климат, сглаживая острые углы возможных противоречий между слоями и стратами общества, оказывает существенное воздействие на развитие конкуренции, а значит на формирование конкурентных цен на товары, от чего выигрывают и потребители и общество в целом, способствует расширению услуг предоставляемых в сферах здравоохранения и образования. (3)

Малый бизнес служит потенциально эффективным средством развития деловых и предпринимательских навыков у населения, повышения степени его адаптированности к рыночным отношениям, позволяя гражданам стать собственниками не только своей рабочей силы, но и имущества, в том числе и производственного назначения. Он создает базу для формирования среднего класса — социального слоя, способного обеспечить прогрессивное развитие общества, заинтересованного в демократии и социальной стабильности.

В Узбекистане разрабатываются и принимаются различные меры, направленные на улучшение деловой среды для дальнейшего развития малого бизнеса и частного предпринимательства. К их числу относятся снижение административных барьеров входа в рынок и выхода из него, совершенствование системы правовой защиты предпринимателей, сокращение вмешательства государственных органов в деятельность предприятий, снижение налогового бремени и упрощение системы налогообложения, предоставление различных льгот и преференций, расширение доступа к финансовым и материально-техническим ресурсам.

Одним из приоритетных направлений углубления экономических реформ в Узбекистане является дальнейшее развитие малого бизнеса и частного предпринимательства, как важного сектора экономики, производящего значительную часть ВВП республики, обеспечивающего занятость населения и рост его благосостояния.

Как отмечает Президент Республики Узбекистан И. А. Каримов: «Малый бизнес и частное предпринимательство уже сегодня становятся не только основным звеном, обеспечивающим занятость населения и источником его доходов, но и важнейшим фактором устойчивости экономики, гарантом и опорой социальной и политической стабильности, активной движущей силой продвижения страны по пути прогресса». (4)

После трансформации экономической системы Узбекистана одной из приоритетных задач в области экономики стало формирование класса реальных собственников и развитие малого бизнеса и частного предпринимательства, как неотъемлемой части рыночной экономики.

В этой связи внимание отечественных экономистов было направлено на изучение особенностей функционирования и развития предприятий малого бизнеса и определение роли данного сектора в экономике.

Роль малого бизнеса в экономике определяется его способностью быстро адаптироваться к изменчивым условиям на рынке и возможностью производить значительную часть ВВП, обеспечивать занятость, способствовать росту благосостояния населения и обеспечению социальной стабильности. (3)

В 2011 году, ознаменованным Президентом Республики Узбекистан годом «Малого бизнеса и предпринимательства» одной из приоритетных задач является дальнейшая поддержка малого бизнеса, развитие которого содействует созданию новых рабочих мест, воспроизводству производства и в условиях модернизации экономики формирует доходы более 70% занятого населения.

Значительный вклад в создание благоприятных условий для развития малого и среднего бизнеса создан в ходе реализации Государственной и региональных программ поддержки развития малого бизнеса и частного предпринимательства. Созданная благодаря этому система поддержки малого и среднего бизнеса позволяет предпринимателю получать не только финансовую помощь, в том числе на льготных условиях через коммерческие банки и специально организованные фонды, но и пользоваться услугами института инфраструктуры с сетью региональных подразделений. (1)

Большое внимание в Узбекистане уделяется формированию институциональной и рыночной инфраструктуры, поддерживающей развитие малого бизнеса и частного предпринимательства. Важнейшим инструментом рыночного ценообразования и обеспечения равного доступа к высоколиквидным сырьевым ресурсам и товарам является товарно-сырьевая биржа. Мы имеем сегодня в своем активе хорошо отработанный механизм биржевой торговли, позволяющий любому предпринимателю иметь равный и беспрепятственный доступ к сырьевым ресурсам через биржевые торги. (4)

Когда идет речь о Шелковом пути, каждый хоть на миг мысленно представляет караван навьюченных верблюдов, едва шагающих по жаркой пустыне голодной степи. Сырдарьинская область когда-то действительно считалась самой труднопроходимой частью этой исторической дороги. Но сегодня любой человек, посетивший этот регион, невольно поражается масштабам проделанной здесь работы, направленной в первую очередь на развитие отраслей экономики и повышение уровня благосостояния населения.

Сырдарьинскую область, кардинально преобразившуюся с обретением Узбекистана государственной независимости, по праву можно назвать цветущим краем на Великом шелковом пути, где сегодня динамично развиваются перспективные отрасли экономики, включая аграрный сектор, строятся современные объекты социальной инфраструктуры, жилые дома по типовым проектам.

Можно с гордостью отметить, что в Сырдарьинской области в 2014 году число субъектов малого бизнеса и частного предпринимательства превысило 7 тысяч, тогда как в 2010 году их было всего 2500. По итогам минувшего года доля малого бизнеса в валовом региональном продукте составила 67,7 процента.

В Сырдарьинской области в 2014 году обеспечены стабильные темпы роста экономики. Рост валового регионального продукта составил 7 процентов по сравнению с 2013 годом. Благоприятные условия для предпринимателей способствуют развитию производства, сферы оказания услуг и сервиса. В частности, в минувшем году с использованием банковских кредитов в области осуществлен 1471 проект. За счет этого было создано 15939 новых рабочих мест, что стало важным вкладом в создание определенных в программе занятости 40122 новых рабочих мест. (5)

За последние годы в области особое внимание уделялось производству экспортоориентированной продукции. В 2014 году была экспортирована продукция 10 видов на общую сумму 54,5 миллиона долларов.

Стабильный рост экономики области способствует повышению благополучия населения. Так, в минувшем году за счет всех источников финансирования было построено и реконструировано 45 объектов для подачи питьевой воды, 14 общеобразовательных школ, 6 профессиональных колледжей, 2 учреждения здравоохранения и 6 сооружений детского спорта. (5)

Из региона животноводческо-хлопководческой направленности Сырдарьинская область превратилась за годы независимого развития Узбекистана в цветущий уголок с ухоженными парками и скверами, современными красивыми зданиями, развитой инфраструктурой.

На сегодняшний день в области действует более 20 крупных промышленных предприятий, в числе которых ОАО «Sirdaryo IES», производящее одну треть всей вырабатываемой в стране электроэнергии, совместные предприятия «Mili Guliston Textile», «Peng Sheng», ООО «Бахт-Тексфарм» «Helios Gulistan International» и другие.

За короткое время в регионе налажен выпуск мобильных телефонов, фармацевтических изделий, профнастила, полиэтиленовых труб, полипропиленовых мешков, керамической плитки, шелковых тканей, лакокрасочных материалов и другой востребованной продукции. Вместе с тем динамичное развитие получили транспорт, энергетика, малый бизнес и частное предпринимательство. Поддержка субъектов частного сектора со стороны государства придала мощный импульс развитию предпринимательского движения, способствовала созданию рабочих мест, повышению уровня благосостояния населения.

В рамках программы социально-экономического развития на 2013 – 2015 годы только за шесть месяцев текущего года в городах и районах области реализовано свыше 650 различных проектов стоимостью более 225 миллиардов сумов, что позволило, к примеру, наладить выпуск текстильной продукции ООО «Бек-Текс», упаковочных

изделий ООО «Poly tex Sirdaryo», тентов и модной одежды ООО «Oqoltin MS», стеновых материалов на частной производственной фирме «Боёвут бунёдкор», полипропиленовых мешков на СП ООО «Sirdaryo mega Luks». (5)

Последнее из названных производств оснащено новейшим оборудованием и обладает годовой мощностью до 2400 тонн готовых изделий. В 2013 году его коллектив, насчитывающий в своих рядах около ста человек, изготовил продукции более чем на 15 миллиардов сумов и намерен в текущем году существенно увеличить достигнутые показатели.

Проделанный анализ показал, что за короткое время существенно изменилась и структура экономического потенциала области. Если, к примеру, доля сельского хозяйства в ВВП в 2000 году составляла 43,7 процента, то в 2013 году, уступая место отраслям промышленности, она снизилась до 38,1 процента. А доля промышленного производства возросла с 6,2 до 17,7 процента.

Одним словом, малый бизнес и частное предпринимательство по своей сути служат постоянно расширяющейся базой для формирования среднего класса, а как известно, средний класс является основой любого демократического общества. Именно за счет развития этой сферы создается тот социальный слой общества, который заинтересован в общественно-политической, социальной, экономической стабильности в обществе, является активной движущей силой продвижения страны по пути прогресса и демократических преобразований. (4)

Как известно, привлечение иностранных инвестиций является важным фактором для внедрения современных технологий, развития отраслей экономики, освоения выпуска импортозамещающей и экспортоориентированной продукции, создания новых рабочих мест. С учетом этого в Сырдарьинском районе по инициативе Президента страны был создан филиал СИЗ «Джизак», ставший стартовой площадкой для реализации целого ряда перспективных проектов. Здесь уже создано совместное узбекско-китайское предприятие «Peng Sheng», и с его участием реализовано пять проектов по организации современных производств по выпуску обуви, переработке кожи, производству керамических плит, мобильных телефонов, кормов для домашних животных. В общей сложности на их реализацию было привлечено более 48 миллионов долларов.

Сегодня на базе СП «Peng Sheng» осуществляется работа по вводу в строй еще двух новых линий для выпуска сантехнического оборудования и переработке отходов продукции животноводства. Также разрабатываются проекты по созданию производства, специализирующегося на изготовлении гранитных плит с годовой мощностью в шесть миллионов квадратных метров и современного овощехранилища.

Кардинальные перемены за годы независимого развития Узбекистана произошли и в аграрном секторе экономики региона, где созданы современные фермерские хозяйства, 1400 из которых обрели в нынешнем году статус многопрофильных.

Динамично развиваются в регионе животноводство, птицеводство, рыбоводство, пчеловодство, садоводство и виноградарство, успешно внедряются новые агротехнические технологии, такие, как капельное орошение, постоянно обновляется парк сельскохозяйственной техники. Фермеры, которых сегодня по праву многие называют земледельцами новой формации, успешно освоили переработку сырья, в частности, овощей и фруктов, мяса и молока. Создали хорошо оснащенные помещения для их хранения. Около двадцати руководителей фермерских хозяйств в этом году побывали в Китае и ряде европейских стран, где широко рекламировали свою продукцию и обменивались опытом с зарубежными коллегами. Например, в 2014 году 1422 фермера представили свои бизнес-планы по преобразованию хозяйств в многопрофильные. На их реализацию будет направлено 29 миллиардов сумов кредитных средств. В первом квартале филиалы коммерческих банков уже предоставили аграриям кредиты в объеме 7,5 миллиарда сумов.

Важно отметить, что Указ Президента страны от 22 октября 2012 года «О мерах по дальнейшему совершенствованию организации деятельности и развитию фермерства в Узбекистане» открыл земледельцам широкие возможности для расширения сферы своей деятельности, что в итоге позволило им создать к концу прошлого года более 5500 рабочих мест.

Большое внимание уделяется и мелиоративному состоянию орошаемых земель, что по оценкам специалистов, это позволило улучшить состояние почвы более чем на 100 тысячах гектаров, повысить урожайность выращиваемых культур.

Чтобы в полной мере ощутить масштабы перемен, произошедших в регионе за годы независимости, необходимо еще раз вспомнить, какой была Сырдарья на заре независимости.

Из года в год здесь падала урожайность хлопка и других сельскохозяйственных культур, снижались объемы производства молока и мяса, а доля промышленных предприятий составляла в валовом региональном продукте менее 12–15 процентов. Многие жители кишлаков и даже областного центра не имели доступа к чистой питьевой воде, а их дома не были газифицированы. Теперь все эти недостатки и неудобства остались в прошлом. В рамках проекта по совершенствованию системы питьевого водоснабжения Гулистана только за период с 2006 по 2010 годы были проложены магистральный и сервисный трубопроводы общей протяженностью свыше 120 километров, отремонтировано 26 и построено 20 дренажных систем, очищены ирригационные лотки. Это позволило вывести сточные воды за пределы города, обеспечить население чистой питьевой водой. (5)

За последние годы в Узбекистане был проведен ряд мероприятий, способствующих развитию малого предпринимательства, ведь именно оно играет ключевую роль в развитии экономики в целом. Предпринимательская активность является одним из основных элементов экономи-

ческого роста страны, а также возможностью регулярного заработка для ее гражданина.

Обретение независимости и выбор пути собственного развития поставил на повестку дня перед Узбекистаном задачу точного определения стартовых условий и первоочередных направлений активизации экономических преобразований. Для достижения главной цели реформы —

построения правового демократического государства на основе устойчивой рыночной экономики с открытой внешней политикой — необходимо четко осознать особенности формирования и развития предпринимательства в Узбекистане с тем, чтобы этот важнейший системный процесс получил максимальный динамизм.

Литература:

1. И. А. Каримов. Наша цель — решительное продвижение по пути развития, демократического обновления и модернизации страны. Доклад Президента И. А. Каримова на торжественном собрании посвященном 22-годовщине принятия Конституции Республики Узбекистан. // Народное слово, 6 декабря 2014 года. №237.
2. Указ Президента И. А. Каримова «О мерах по дальнейшему совершенствованию организации деятельности и развитию фермерства в Узбекистане». 22 октября 2012 года.
3. М. В. Власова Основы предпринимательской деятельности. Экономическая теория, маркетинг, финансовый менеджмент. — М.: Финансы и статистика, 2002.
4. И. А. Каримов. Выступление Президента Республики Узбекистан на открытии международной конференции «О роли и значении малого бизнеса и частного предпринимательства в реализации социально-экономической политики в Узбекистане». Ташкент 14.09.2012.
5. Речь Хокима Сырдарьинской области О. Ашурматова. «Об итогах социально-экономического развития Сырдарьинской области за 2014 год, а также важнейших направлений и приоритетных задач экономической программы на 2015 год».

Проблемы развития молодежного предпринимательства

Романцова Дарья Викторовна, магистрант;
Денисевич Елена Ивановна, кандидат исторических наук, доцент
Дальневосточный федеральный университет (г. Владивосток)

На примере Приморского края Дальневосточного федерального округа проведен анализ проблем развития молодежного предпринимательства. Определены основные причины, сдерживающие молодежь заниматься предпринимательской деятельностью. Перечислены формы поддержки молодежного предпринимательства на региональном уровне.

Ключевые слова: молодежное предпринимательство, причины незаинтересованности, формы поддержки предпринимательства.

В современном мире молодым людям не просто определиться с деятельностью, которой в дальнейшем им придется заниматься. Еще сложнее решиться заниматься предпринимательской деятельностью. Многие об этом задумываются, но мало тех людей, у кого предпринимательство — цель, которую они хотят реализовать. В то же время, молодежь — это люди, в которых заложен большой потенциал, у них есть стремление к переменам. Чаще всего именно молодые люди творчески подходят к решению тех или иных проблем, они амбициозны и полны энергии. Молодежное предпринимательство находится в центре интересов современного общества, затрагивает жизнь всего населения. Вряд ли многие сектора экономики могли бы функционировать без нескончаемого потока продукции и услуг, в котором задействованы молодые предприниматели.

Для формирования экономики любой страны развитие молодежного предпринимательства является одним из важных моментов. Молодежь — самая активная часть общества, которая быстро реагирует на любые изменения в жизни и которая эффективно воспринимает полезные их стороны. Поэтому можно говорить о том, что молодежь обладает куда большим потенциалом и способностью к предпринимательской деятельности, чем другие возрастные группы.

Привлечение молодых людей к предпринимательской деятельности — это не только увеличение доли малого бизнеса, но ещё и решение проблемы занятости молодёжи.

В настоящее время в большинстве стран наблюдается определенный спад развития молодежного предпринимательства. Все меньше и меньше молодых людей открывают собственное дело.

Значительная часть молодежи проявляет высокую активность в предпринимательской деятельности, но по причине отсутствия реального механизма поддержки молодежного предпринимательства большинство начинаний либо закрывается в течение первых нескольких месяцев работы, либо уходит в сторону теневого бизнеса. Молодые предприниматели остро нуждаются в экспресс-обучении основам предпринимательской деятельности, консультационном обслуживании, помещениях, оснащенных современными средствами связи и оргтехникой, бухгалтерских и многих других услугах на льготных условиях. Общество нуждается в развитии молодежного предпринимательства, поощрении и распространении его цивилизованных форм.

Но даже тогда, когда молодежь решается заниматься предпринимательской деятельностью, преодолевая сомнения и заручившись желанием создать свое дело, ей приходится столкнуться с рядом других проблем [4, с. 209]. В частности, порой неэффективная работа инфраструктуры поддержки и развития молодежного предпринимательства, слабая информационная поддержка, отсутствие федеральной законодательной базы, регулирующей молодежное предпринимательство и механизмы поддержки и развития молодежного предпринимательства.

Надо отметить, что сейчас создаются различные целевые программы для оказания помощи молодёжному предпринимательству на региональном уровне. Так, в Приморском крае есть Общественная организация «Приморский центр поддержки молодежного предпринимательства», представительство Ассоциации Молодых Предпринимателей России, программа «Молодежный бизнес России в Приморском крае» при Центре Развития Предпринимательства, проект Поддержки и развития молодежного предпринимательства в Приморском крае при Дальневосточном центре развития гражданских инициатив и социального партнерства. Созданы площадки Инновационного Бизнес — инкубатора при Владивостокском государственном университете экономики и сервиса и Бизнес — клуб при Дальневосточном Федеральном Университете. Данные программы направлены на обучение, консультации и выдачу субсидий молодым предпринимателям для развития собственного бизнеса.

В Приморском крае из общего числа предпринимателей всего 27% предпринимателей в возрасте от 18 до 30 лет [2], в стране этот показатель составляет 37% [2]. Но почему же, даже имея такие программы, развитие молодежного предпринимательства остается на недостаточно высоком уровне? Для поиска ответа на данный исследовательский вопрос было проведено полевое исследование.

Вначале была поставлена проблема исследования, затем сформулирована цель исследования, выбран объект исследования, определены методы исследования и выборка респондентов.

Проблема исследования — уровень развития молодежного предпринимательства в Приморском крае. Имея возможности, молодежь не торопится заниматься бизнесом. Необходимо определить причины, которые оста-

навливают молодых людей заниматься предпринимательской деятельностью.

Цель исследования заключалась в определении причин незаинтересованности молодежи в возрасте от 18 до 30 лет в предпринимательской деятельности.

Объектом исследования была молодежь в возрасте от 18 до 30 лет, проживающая на территории Приморского края.

Для опроса респондентов была определена выборка. Общее количество молодежи в Приморском крае 552184 человек. Доверительная вероятность составила 95%, доверительный интервал 5%, требуемый объем выборки 384 человека [5, с. 256].

Опрос проходил в марте 2015 г. среди молодежи Приморского края.

Данные распределились следующим образом (рис. 1).

Рассмотрим каждый вариант с позиции причинно-следственных связей. Отсутствие опыта/знаний в той или иной сфере. Не стоит бояться тысяч выпускников различных бизнес-школ, академий и экономических ВУЗов. Часто специальные знания не позволяют им открыть даже небольшой киоск. При этом многомиллионные компании создаются людьми, не имеющими бизнес — образования. Это свидетельствует о том, что в бизнесе важны не сами знания, а понимание сути его процессов вкупе с опытом. Но разве можно в каком-то университете научиться опыту или купить книгу, которая точно поможет добиться успеха в бизнесе? Что-то о таком еще никто не слышал. Если же специальные знания необходимы для решения конкретных задач, то рынок труда переполнен безработными выпускниками тех самых бизнес-школ. Они всегда будут заняты узкопрофильными задачами за ежемесячную зарплату.

У такого варианта, как отсутствие стартового капитала, чаще всего есть внешняя причина: большой успех серьезных предпринимателей. За успехом стоит кропотливый каждодневный труд, который никому не виден. Бизнес со стартовым капиталом — разновидность стереотипного мышления, шоры, шаблон. Люди, желая заработать денег, действуют одинаково, подражают кому-то и (или) ищут бизнес, в области, в которой они разбираются. Отсюда стандартная схема: займи — купи — продай. И отсюда же устоявшийся стереотип: для того чтобы зарабатывать деньги, нужен стартовый капитал.

Однако создать свое дело можно без стартового капитала. Если идея получит свое быстрое распространение, серьезный доход не заставит себя ждать. Лучший способ открыть свое дело без денег — начать оказывать какую-то дорогостоящую услугу или отыскать интересный, нужный товар с отсрочкой платежа.

Найти выгодные источники финансирования сегодня несложно: развитие малого бизнеса во многих странах поддерживается на государственном уровне. Целевые программы в разных областях и краях России предусматривают предоставление грантов на создание малого и среднего бизнеса. Гранты выдаются по итогам рассмотрения заявлений от начинающих предпринимателей и ре-

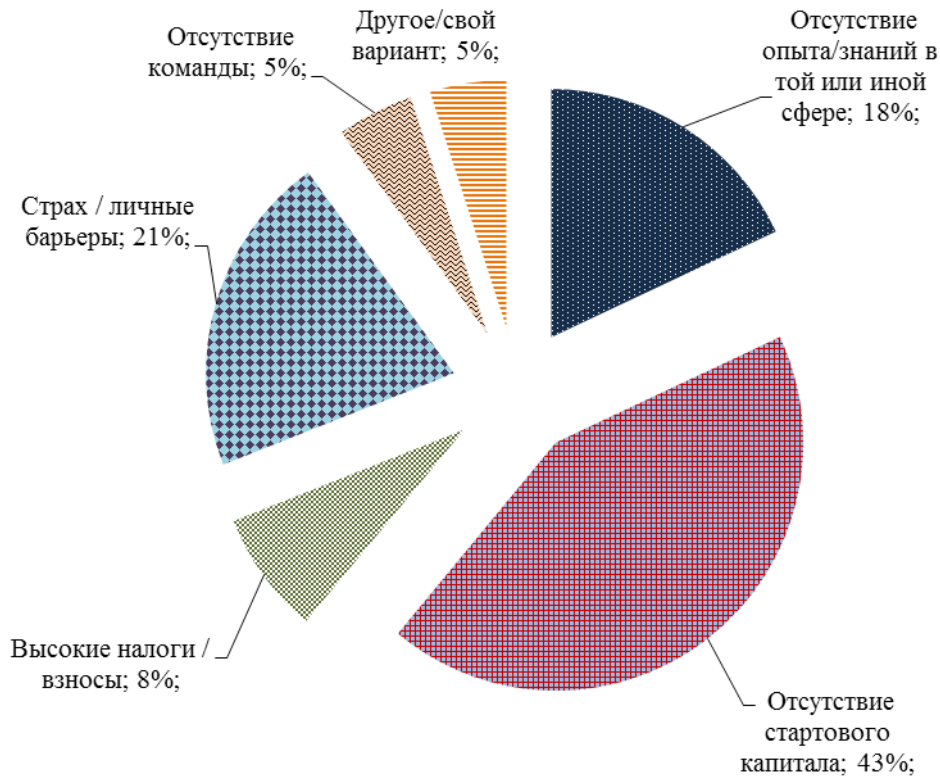


Рис. 1. Распределение причин незаинтересованности молодых людей в предпринимательской деятельности

шения комиссии. Для этого нужно обратиться в местный орган самоуправления и узнать обо всех программах поддержки предпринимателей, представить подробный бизнес-план, необходимые документы и убедить комиссию, что выбранная ниша поможет решить какую-то проблему населения. Во многих субъектах Российской Федерации подобные гранты предоставляются на безвозвратной, безвозмездной основе.

Страх высоких налогов. Налоговое законодательство сегодня во многих странах СНГ разработало довольно гибкие и комфортные системы налогообложения для разных правовых форм ведения бизнеса. Кроме общей системы налогообложения, к примеру, в России, для индивидуальных предпринимателей предусмотрены Единый налог на вмененный доход (ЕНВД), упрощенная система налогообложения (УСН), Единый сельскохозяйственный налог (ЕСХН), патентная система налогообложения — то есть несколько систем на выбор, в зависимости от формы собственности [6].

Подобные страхи «выращиваются» с легкой руки дилетантов, у которых никогда не было собственного бизнеса. С таким страхом можно разобраться — изучить налоговое законодательство до того, как будет выбрана форма собственности. Бесплатные консультации можно получить на сайте местной налоговой инспекции или по территориальному телефону федеральной налоговой службы.

Следующий самый распространенный вариант, которые выбрали респонденты — «Страх/личные барьеры». Этот вариант самый сложный, так как внешне

на страхи человека повлиять очень сложно. Далее рассмотрим самые распространенные страхи.

Например, страх провала — эти или подобные им страхи вырастают не на пустом месте. Особенно если это касается капиталоемких видов бизнеса. Элементарно не хватает бизнес-знаний, человек не представляет себе весь процесс, не понимает какие ресурсы необходимо использовать, чтобы новая машина бизнеса начала гармонично работать. Но, с таким страхом можно бороться — собрать команду единомышленников, группу поддержки, которые помогут выработать позитивную мотивацию для начала своего дела. Начать получать бизнес-образование, найти школу, учителя, которому можно доверять и получить совет в любой нужный момент.

Следующий страх — «бизнес — это трудно». Это, скорее, не страх, а неумение поставить цели, собрать команду и грамотно выбрать нужную нишу нового бизнеса. Бизнес — это каждодневный труд, настоящее искусство и серьезное ремесло. Если не учиться ведению своего дела, постоянно не повышать профессиональный уровень, можно быстро попасть в аутсайдеры. Для того чтобы преодолеть этот страх нужно начинать изучать основы предпринимательской деятельности с азов. Сегодня в интернете представлено множество курсов, школ и бизнес-инкубаторов. В каждом городе есть подобные учебные курсы для начинающих предпринимателей.

Страх отсутствия своей ниши — выбор дела по душе, которое бы, с одной стороны, приносило пользу и решало какую-то проблему потенциального клиента, с другой,

обеспечивала бы безбедное существование, серьезный краеугольный вопрос. Когда у предпринимателя нет идеи, в каком направлении ему развивать свой бизнес — его время пока не пришло. К выбору ниши стоит отнестись со всей серьезностью, поскольку бизнесом придется заниматься большую часть своей жизни, в идеале — всю жизнь. Всегда можно начинать искать идею, для этого нужно отталкиваться от поиска решения каких-то собственных насущных проблем или переводить хобби в бизнес.

Рассмотрим следующий вариант — «Отсутствие команды». Подбор персонала в новую компанию — дело ответственное, поскольку именно от сплоченности и профессионализма команды зависит успех любой компании. Команду лучше всего набирать тогда, когда все бизнес-процессы в компании будут отрегулированы, когда предприниматель сможет иметь четкое видение всех этапов своего дела. Управление людьми требует серьезной подготовки. Пока есть возможность работать одному, лучше команду не набирать. Как только бизнес потребует масштабирования, персонал будет набрать гораздо легче.

Страх возраста — для предпринимательства слишком молод. С этим страхом можно и нужно бороться. Есть пример успеха совсем юных предпринимателей из Европы и США, которые в 10–16 лет заработали свои первые миллионы, найдя гениальные идеи [1].

Неуверенность, страх не готовности к ответственности. Умение взять на себя ответственность за любой результат своего труда основной показатель зрелости человека. Предпринимателем может стать только тот, кто принимает на себя серьезные обязательства за качество представленного на рынок продукта, за выстраивание бизнес-процессов в компании, за судьбу всей команды, которую набирает по найму. Можно проверить готовность к серьезному шагу начала предпринимательской деятельности можно с нехитрого теста. Достаточно разделить страницу по вертикали и написать в одной части все плюсы, в другой — минусы, которые дает новый бизнес. Если минусы перевешивают — это сигнал к тому, что пока рано открывать свое дело. Сначала нужно разобраться с внутренними страхами, получить бизнес-знания, найти группу поддержки.

На каждую причину страха открыть собственный бизнес можно найти тот или иной противовес. Для открытия дела, важно заручиться хорошей идеей, группой поддержки и более подробно узнать о возможностях получения необходимой информации.

Для обеспечения развития молодежного предпринимательства как основы малого и среднего предпринимательства в будущем требуется комплексное регулирование, дополнительная поддержка с учетом важности и специфики вопроса, специальная работа по вовлечению молодежи в предпринимательскую деятельность.

Литература:

1. Самые молодые и успешные бизнесмены в мире [Электронный ресурс]. URL: <http://timesnet.ru/blogs/3454/> (дата обращения: 24.03.2015).
2. Целевая программа «Развитие малого и среднего предпринимательства в Приморском крае» мире [Электронный ресурс]. URL: <http://www.opora-credit.ru/programs/detail.php?ID=22220> (дата обращения: 24.03.2015).
3. Основные предпринимательские страхи на этапе стартапа [Электронный ресурс]. URL: http://bzzn.ru/article/Osnovnie_predprinimatelskie_strahi_na_etape_startapa (дата обращения: 24.03.2015).
4. Харченко, К. В. Молодежное предпринимательство как объект социального регулирования // Современная российская молодежь от стихийной самоорганизации к целенаправленному формированию субъектности: Материалы Всероссийской научно-практической конференции. — Белгород: Изд-во БелГУ, 2007. с. 208–213.
5. Светульников, С. Г. Методы маркетинговых исследований / С. Г. Светульников. — СПб.: ДНК, 2004. — 349 с.
6. Федеральная налоговая служба [Электронный ресурс]. URL: http://www.nalog.ru/create_business/ip/in_progress/envd/ (дата обращения: 24.03.2015).

Проблемные аспекты формирования финансовых результатов организаций в современной экономике

Ропотан Светлана Викторовна, старший преподаватель;

Артёменко Анна Сергеевна, студент;

Скнарина Елизавета Владимировна, студент

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса, филиал в г. Находке

В статье раскрывается вопрос формирования финансового результата на предприятиях в современных условиях хозяйствования, изучается проблемный аспект и возможные пути преодоления такового.

Ключевые слова: доход, расход, финансовый результат, прибыль, убыток, предприятие, выручка, себестоимость, прочие доходы, прочие расходы.

В настоящее время, в кризисный период организации и предприятия всех сфер деятельности переживают трудности, связанные с непостоянством цен, с невыполнением условий договоров и контрактов, со снижением покупательной способности как физических, так и юридических лиц.

Чаще всего вопрос касается формирования финансового результата, так как коммерческие организации и предприятия ставят целью получение и максимизацию прибыли, что на современном этапе достаточно сложно.

В современных условиях хозяйствования экономика испытывает кризис, и множество предприятия вынуждены аккумулировать все имеющиеся внутренние ресурсы, значительную роль в этом процессе играет анализ финансовых результатов деятельности предприятия.

Финансовый анализ в настоящее время чаще всего применяется с целью исследования экономических процессов и экономических взаимоотношений, именно анализ способен показать сильные и слабые стороны предприятия, результаты используются для принятия оптимальных управленческих решений.

Анализируя финансовые результаты предприятий, можно определить наиболее рациональные способы использования различных ресурсов, а значит — и сформировать структуру ресурсов того или иного предприятия.

Также финансовый анализ способен выступать в качестве инструмента прогнозирования некоторых показателей деятельности предприятий в частности, и финансовой деятельности в целом.

Финансовый анализ способен контролировать целенаправленность движения финансовых потоков и денежных средств, а также позволяет проверить соблюдение норм и нормативов расходования различных ресурсов и целесообразность осуществления затрат.

Информационной базой финансового анализа является бухгалтерская отчетность.

Отчеты финансового анализа могут быть использованы как внутренними, так и внешними пользователями. Финансовый результат может быть двух видов: положительный — то есть прибыль, или отрицательный — то есть убыток.

Прибыль и доход являются основными показателями финансовых результатов производственно-хозяйственной деятельности предприятия [1].

По своей сути доход — это выручка от реализации за вычетом материальных затрат. Доход предприятия представляет собой денежную форму чистой продукции предприятия, т. е. включает в себя оплату труда и прибыль.

Доход характеризует общую сумму средств, которая поступает предприятию за определенный период и за вычетом налогов может быть использована на потребление и инвестирование. Доход в целом является объектом налогообложения. В этом случае после вычета налога он подразделяется на фонды потребления, инвестиционный и страховой.

Прибыль — это часть выручки, остающаяся после возмещения всех затрат на производство и сбыт продукции, работ или услуг [2].

Общая величина прибыли предприятия (валовая прибыль) состоит из трех частей:

- прибыли от реализации продукции — как разницы между выручкой от реализации продукции (без учета НДС и акцизного сбора) и ее полной себестоимостью;
- прибыли от реализации материальных ценностей и иного имущества;
- прибыли от прочих операций, т. е. операций, непосредственно не связанных с основной деятельностью (доходы по ценным бумагам, от долевого участия в совместных предприятиях; сдачи имущества в аренду и прочие ситуации).

Стоит отметить, что многие известные авторы на сегодняшний день по-разному интерпретируют прибыль в частности и финансовый результат в целом.

Прибыль — это положительный финансовый результат, то есть превышение доходов над расходами, как было сказано выше.

Как положительный финансовый результат, прибыль выполняет четыре основные функции [3]:

- оценочная (позволяет оценить результативность деятельности предприятия);
- стимулирующая (стимулируют работу всех участников производства);

— фискальная (является источником доходов бюджета);

— воспроизводственная (финансирование развития производства и социальной сферы).

Не нужно упускать, что убыток — тоже есть финансовый результат, только отрицательного значения, в отличие от прибыли.

Убытки свидетельствуют о неэкономном расходовании ресурсов, потерях, недостатках в разных областях деятельности предприятия. Полученные убытки отражаются не только на его текущей ситуации, снижая финансовые возможности, но и часто уменьшают объем капитала, имущества. В результате отдельные субъекты становятся неконкурентоспособными, теряют свою финансовую независимость. Для преодоления убыточности общей деятельности и отдельных направлений необходимы изучение причин ее возникновения и разработка конкретных мероприятий по устранению.

Прибыль предприятия — это экономическая категория, которая отражает доход, созданный в процессе предпринимательской деятельности. Прибыль следует рассматривать и как совокупность денежных отношений, затрагивающих интересы всех участников хозяйственного процесса. Прибыль предприятия зависит от многих внутренних и внешних факторов. Внешние факторы — это общие условия хозяйствования предприятия в конкретном периоде:

— экономическая ситуация в стране, отражающаяся на конъюнктуре рынка, спросе и предложении;

— уровень инфляции;

— условия кредитования, налогообложения и т. д.

Внутренние факторы охватывают конкретные условия, связанные с организацией производства, реализацией продукции, ценообразованием, методами управления различными участками деятельности субъекта хозяйствования. Их можно условно разделить на три группы:

— факторы, которые оказывают влияние на рост (уменьшение) поступлений от реализации продукции, работ или услуг;

— факторы, которые определяют уровень затрат;

— факторы, которые воздействуют на уровень рентабельности реализованной продукции, работы или услуги.

Все факторы тесно связаны между собой, хотя их положительное воздействие на финансовые результаты проявляется различными способами.

Кроме факторов, от которых зависит повышение финансовых результатов основной деятельности, целесообразно активизировать управленческие действия, позволяющие увеличить поступления и сократить затраты на другие виды деятельности. Речь идет о реализации излишних запасов основных средств, запасных частей и других ценностей; расширении финансового рынка (выгодные финансовые операции с ценными бумагами, вложение свободных средств в депозиты и другие инвестиции).

Так как прибыль является главным финансовым ресурсом предприятия, то ее планированию уделяют также особое внимание.

Бухгалтерский метод измерения конечных результатов, который основывается на исчислении прибылей и убытков по учетным документам, не дает получить объективную оценку деятельности предприятий, так как это мешает выбрать тот или иной вариант в учетной политике.

Обозначив сущность и значимость финансового результата для организации, а также выявив виды: положительный или отрицательный, необходимо также обозначить, что многие организации и предприятия сталкиваются с рядом проблем, при формировании конечного финансового результата.

На сегодняшний день бухгалтерская отчетность в целом не позволяет получить объективную оценку деятельности организации, так как является в определенной степени выражением субъективного мнения экономиста, которое проявляется в выборе того или иного варианта учетной политики.

В настоящее время не существует четкой трактовки элементов отчетности и критериев их признания. Несоответствие бухгалтерского и налогового учёта ещё более усложняет формирование прибыли. Большие и серьезные различия имеются в определении доходов и расходов, на основе чего формируется прибыль или убыток на предприятии. [4]

Доходы и расходы, как важнейшие элементы финансовых результатов предприятия, определяются в соответствии с Положениями по бухгалтерскому учету «Доходы организации» (ПБУ 9/99) и «Расходы организации» (ПБУ 10/99).

Согласно п. 2 ПБУ 9/99: «Доходами считаются увеличения экономических выгод предприятия в результате поступления различного вида активов (материальных и денежных ценностей) и (или) погашения обязательств перед другими субъектами, приводящие к увеличению капитала (за исключением вкладов в уставный капитал)». [5]

Согласно п. 2 ПБУ 10/99: «Расходами признаются уменьшения экономических выгод в результате выбытия активов и (или) увеличения обязательств предприятия перед другими субъектами рыночных отношений, приводящие к уменьшению капитала (за исключением изъятий из уставного капитала)». [6]

Следовательно, финансовый результат, который формируется из доходов и расходов организации, классифицируется через определение капитала предприятия. К тому же, определение капитала в системе нормативного регулирования бухгалтерского учета, на сегодняшний день, отсутствует, поэтому существует большая необходимость его совершенствования.

Можно выделить несколько видов прибыли в зависимости от методов исчисления: бухгалтерская, экономическая и налоговая.

— бухгалтерская прибыль — это та прибыль от предпринимательской деятельности, которая рассчитана на основании бухгалтерских документов без учета документально не зафиксированных издержек самого предпринимателя, в том числе упущенной выгоды;

— экономическая прибыль — это разница между доходами и издержками, которые включены наряду с общими издержками в сумму затрат; данный вид прибыли исчисляется как разность между бухгалтерской и фактической прибылью предпринимателя;

— налоговая прибыль — это та прибыль, которую можно признать в соответствии с Налоговым кодексом РФ, зачастую между бухгалтерским и налоговым учетом возникают

Несоответствие бухгалтерской и экономической прибыли выражается в том, что первая не отражает экономического содержания прибыли, а следовательно, реальный результат деятельности организации за отчетный период. Экономический характер прибыли раскрывает то, что будет получено в будущем.

Таким образом, прибыль становится основным показателем оценки не только производственной, но и финансовой деятельности предприятий.

Предусмотренное ПБУ 9/99 деление доходов организации на доходы от обычных видов деятельности, прочие и чрезвычайные не обеспечивает представление в отчетности информации о типологии видов деятельности, а также получаемых от них выгод, т.е. не соответствует финансовой идее, которая способствует удовлетворению интересов пользователей.

В результате проведенного сравнительного анализа отечественной и зарубежной практики учета и отчетности установлено, что в странах с развитой рыночной экономикой деятельность организации делится на операционную, инвестиционную и финансовую.

В отличие от классификации, принятой в бухгалтерском учете, доходы в целях налогообложения делятся на доходы от реализации товаров (работ, услуг) и имущественных прав и прочие доходы.

Аналогичная классификация предусмотрена и в отношении расходов, которые в зависимости от их характера, а также условий осуществления и направлений деятельности налогоплательщика подразделяются на расходы, связанные с производством и реализацией, и прочие расходы. Таким образом, проблема классификации доходов и расходов усложняется тем, что в налоговом учете имеется иная группировка.

Также можно обозначить тот факт, что прибыль подразделяется с точки зрения учета на:

— прибыль валовую — то есть разницу между выручкой себестоимостью;

— прибыль от продаж — то есть разницу между валовой прибылью и управленческими расходами, не включаемыми в себестоимость;

— прибыль до налогообложения — как разница между прибылью от продаж и прочими доходами и расходами;

— чистая прибыль — как разница между прибылью до налогообложения и налогом на прибыль.

Применяемые в настоящее время положения по бухгалтерскому учету (ПБУ 9/99) предполагают использование классического подхода к признанию выручки, ко-

торый состоит в определении момента получения выручки. Выручка признается после того, как организация может подтвердить следующие факты:

реальность сделки;

фактический переход рисков и выгод от владельца товаров к покупателю;

возможность точно определить величину экономических выгод, получаемую предприятием от выполнения условий сделки;

вероятность получения экономических выгод от сделки;

возможность точно определить расходы, связанные с получением выручки.

Итак, при наличии надлежащего документального оформления и творческого подхода к осмыслению положений бухгалтерских стандартов выручка может быть признана практически в любой момент времени. Такое разнообразие в подходах к зачислению выручки ведет к искажению конечных финансовых результатов, завышению или занижению прибыли организации.

Подводя итог, необходимо четко сформулировать существующие проблемы.

Согласно методам исчисления прибыль бывает бухгалтерской, экономической, налоговой.

Бухгалтерской прибылью называются доходы, полученные от бизнеса, рассчитанные на основании бухгалтерской документации, не учитывая документально не зафиксированные издержки самих предпринимателей, включая упущенную выгоду.

Экономической прибылью является разница между экономическими затратами и прибылью. Экономические издержки состоят из альтернативных издержек и общих. Эта разновидность прибыли вычисляется как разность между бухгалтерскими и нормальными доходами бизнеса.

Бухгалтерская и экономическая прибыль могут не соответствовать друг другу. Данное расхождение определяется тем, что первой не отображается экономическая суть прибыли, а поэтому, действительные результаты функционирования организации за отчетное время.

Пользователи получают полезные деловые сведения при предоставлении в отчетных документах информации, относящейся к экономической прибыли предприятия.

Основой бухгалтерского способа измерения конечного результата является вычисление доходов или расходов по документам учета. Однако, используя действующую в настоящее время бухгалтерскую отчетность, невозможно сделать объективное оценивание функционирования предприятий, так как она выражает в какой-то мере субъективное мнение экономистов, занимающихся ее формированием, которое отражается в подборе учетных вариантов.

Сегодня отсутствует четкая трактовка отчетных элементов, а также стандартов оценки их признания. Расхождением между налоговым и бухгалтерским учетом еще больше усложняется осуществление формирования прибылей. Имеют место серьезные отличия между доходами, расходами, прибылью.

Сегодня существуют три вида учета на предприятии, представленные налоговым, бухгалтерским, управленческим. Причем результаты бухгалтерского учета и налогового значительно разнятся.

Благодаря управленческому учету, постепенно внедряемому на отечественных предприятиях, предприятие получает проанализированные данные о реальных затратах и результатах, что помогает уйти от пустых трат, способствует формированию стимулирующих систем

оплаты труда работников, выбору наилучшего решения для управления.

Таким образом, проведенные российскими экономистами исследования показали необходимость признания и применения в бухгалтерском учете принципов Международной финансовой отчетности, что даст возможность определить реальный финансовый результат и обеспечить единство подхода к учету конечного финансового результата деятельности организации.

Литература:

1. Т.В. Яркина Основы экономики предприятия. Электронный ресурс. Режим доступа: http://www.aup.ru/books/m64/5_3.htm
2. Сущность и формы финансовых результатов. Электронный ресурс. Режим доступа: <https://mfr.wordpress.com/>
3. Наумкина, А. Н. Актуальные проблемы учета и определения финансовых результатов деятельности предприятия / А. Н. Наумкина, В. П. Шегурова // Молодой ученый. — 2014. — №2. — с. 514–517.
4. Положение по бухгалтерскому учету «Доходы организации» ПБУ 9/99: Приказ Минфина России от 06.05.1999 N 32н. Электронный ресурс. СПС «Консультант Плюс»
5. Положение по бухгалтерскому учету «Расходы организации» ПБУ 10/99: Приказ Минфина России от 06.05.1999 N 33н. Электронный ресурс. СПС «Консультант Плюс»

Искусственный интеллект для бизнеса: трансформация эффективных запросов в реальные продажи

Рудская Елена Николаевна, кандидат экономических наук, доцент;
Десятниченко Людмила Васильевна, студент
Донской государственной технической университет (г. Ростов-на-Дону)

Быстрое развитие информационных технологий вызывает трансформацию всей экономики и, прежде всего, финансово-банковского сектора. В результате на рынке появляются совершенно новые финансовые продукты, отвечающие требованиям нового поколения людей и инновационного бизнеса.

Ключевые слова: когнитивная система, поисковая оптимизация, распознавание текстов, искусственный интеллект.

Когнитивная система представляет собой систему познания, с помощью которой человек ориентируется в окружающем пространстве и времени. Данное понятие может быть применимо и для программного обеспечения, работающего на основе искусственного интеллекта.

У когнитивных систем, как и у человека, имеется свой способ сбора, запоминания и извлечения информации, аналогичный воспоминаниям человека. Кроме того, когнитивные системы имеют основную способность передавать информацию и действовать. Эти способности разделены на определенные поведенческие конструкты:

- способность создавать и проверять гипотезы;
- способность разбивать на составляющие и строить логические выводы о языке;
- способность извлекать и оценивать полезную информацию (см. рисунок 1)

Это самые главные способности, без которых ни компьютер, ни человек не сможет определить правильную взаимосвязь между вопросами и ответами. [1]

Одной из первых когнитивных систем, которая нашла свое применение в сетевом пространстве является поисковая оптимизация или SEO.

Поисковая оптимизация (англ. search engine optimization, SEO) представляет собой комплекс мер для поднятия позиций сайта в результатах выдачи поисковых систем по определенным запросам пользователей с целью продвижения сайта. Обычно чем выше позиция сайта в результатах поиска, тем больше заинтересованных посетителей переходит на него с поисковых систем. [2]

Наибольшей популярностью среди предпринимателей и владельцев сайтов пользуется поисковая оптимизация Google. Это связано с тем, что на протяжении длительного



Рис. 1. Структура когнитивной системы

Источник: «Эпоха когнитивных систем: принцип построения и работы IBM Watson»; Redbooks, Роб Хай.

времени поисковая оптимизация Google зарекомендовала себя как качественный сервис для продвижения сайтов в хостинге. Для продвижения сайтов Google использует следующие инструменты: три традиционных компонента SEO (контент, ссылки, мета-теги), основные элементы сайта, реклама на сайте, скорость загрузки сайта, код мобильных версий сайтов, модерация комментариев, информативность контента, хостинг размещения сайта, качественная техническая работа, реакция на действия пользователя и прочее.

Однако, в последнее время наблюдается большое количество проблем с данной технологией в связи с её устареванием и неэффективностью. Программные продукты и требования потребителей меняются, поэтому возникает проблема поиска новых решений.

Поисковики сознательно выдавливают с рынка «оптимизаторов», чтобы пользователи получали именно ту информацию, которую ищут, а владельцы сайтов покупали бы больше контекстной рекламы, что в свою очередь не устраивает ни владельцев сайтов, ни покупателей.

Сотрудничество с биржами приводит к тому, что деньги, которые могли бы пойти на улучшение качества сайта в интересах пользователей, тратятся на гонку ссылочных бюджетов. Такие бюджеты порождают чудовищные сайты с украденным или бессмысленным контентом, которые нужны только для продажи ссылок. В результате, SEO превратился в бесконтрольный ссылочный рынок. [3]

Отсюда следует вывод, что использование когнитивных систем в инновационных технологиях по распознаванию смысла и структуры предложенных запросов является революционным шагом.

Новое решение поисковой оптимизации в соответствии с запросами потребителей нашла компания ABBY,

компания-разработчик решений в области распознавания текстов и лингвистики.

Компания приобрела большую известность благодаря таким программам как ABBYY FineReader, ABBYY FlexiCapture, ABBYY Lingvo. Более 30 миллионов пользователей и десятки тысяч организаций по всему миру используют решения ABBYY.

Остановимся на важнейшей разработке ABBYY — технологии Compeno. Это универсальная лингвистическая платформа для приложений, решающих множество прикладных задач по обработке текстов на естественном языке:

1. Письменный и устный перевод с одного языка на другой.
2. Интеллектуальный поиск, в частности: поиск по смыслу, а не по ключевым словам; извлечение фактов и связей между объектами поиска (в том числе для конкурентной разведки); мониторинг компаний и персоналий, и построение аналитических отчетов на основе параметров разного типа; возможность получить ответы на запросы, заданные обычным языком.
3. Многоязычный поиск, когда на вопрос на одном языке находятся ответы на всех языках, поддерживаемых системой.
4. Классификация и фильтрация документов.
5. Защита от несанкционированного использования информации.
6. Автоматическое реферирование и аннотирование документов.
7. Распознавание речи.

Compeno — это технология перевода любого человеческого языка на универсальный язык понятий. Соответственно, Compeno включает в себя и сам этот универсальный язык понятий, который ABBYY 15 лет раз-

Оригинал	Статистический переводчик	Перевод Comreno
Не могу не согласиться с вами	I can not disagree with you	I couldn't agree with you more
По медицинским показаниям я не могу это есть	For medical reasons I can not have it	By the medical indications I can not eat it
В течение суток я не могу ничего не есть	During the day, I can not eat nothing	During a day I can not but eat something
По медицинским показаниям я не могу есть	For medical reasons I can not eat	By the medical indications I can not eat
В течение суток я не могу не есть	During the day, I can not eat	During a day I can not but eat
Я не могу есть	I can not eat	I can not eat.
Я не могу не есть	I can not eat	I can not but eat

Рис. 2. Сравнительная характеристика перевода предложений с русского на английский стандартного переводчика и системы Comreno

Источник: <https://abby.ru>

работывала втайне от конкурентов в своих исследовательских лабораториях. Данная технология не просто работает на основе искусственного интеллекта, она максимально приближена к человеческому мозгу в распознавании смысла слов и даже целых предложений. [4]

Если сравнить работу Comreno с обыкновенным переводчиком, то можно увидеть насколько система адаптирована под языковую структуру языка (см. рисунок 2).

Революционность АБВУ Comreno выражается в фундаментальности подхода, разработке универсальной системы понятий и технологий полного синтаксического и семантического анализа. [5]

Однако Comreno не единственное «чудо» современных ИТ-технологий. В течение последних лет ученые одного из подразделений корпорации IBM работали над системой искусственного интеллекта, получившей кодовое имя «Ватсон/Watson». Система строилась таким образом, что она, как надеются ученые, сможет понять сложные комплексные вопросы и дать на них четкий

и определенный ответ с достаточной скоростью. (см. рисунок 3).

Программное обеспечение превращает наборы данных в набор взаимосвязанных фактов, производит аналитические операции и отвечает на заданные вопросы. Благодаря тому, что программное обеспечение DeepQA обладает мощной функцией распознавания естественного языка и искусственного интеллекта, возможности суперкомпьютера Watson в деле маркетинга являются поистине безграничными.

Схема работы программного обеспечения имеет сложную структуру и представлена несколькими этапами, охватывая весь процесс от обработки заданного вопроса до получения точного логического ответа (см. рисунок 4).

Единственное, что удерживает эту технологию от начала широкого внедрения — высокая цена программного и аппаратного обеспечения. Если учесть, что стоимость одного сервера Power 750, имеющего 32 вычислительных ядра, составляет порядка 300 тысяч долларов, а Watson

Понимание языка	Легко	Сложно
Понимание смысла вопроса	Легко	Сложно
Оценка уверенности в ответе	Легко	Сложно
Широта кругозора	Ограничена объемом памяти >1000 терабайт + способность к обобщению	Ограничена объемом памяти 15 терабайт
Вычислительная мощность	Мозг весит 1300 г, потребляет 20 ватт, не требует охлаждения	Суперкомпьютер 2880 ядер POWER7, потребляет 80 кВт + охлаждение
Определение оптимальных ставок	Медленно и неточно	Быстро и точно
Эмоции	Да	Нет

Рис. 3. Сравнительный анализ программной платформы Watson и человека по ряду характеристик

Источник: «Эпоха когнитивных систем: принцип построения и работы IBM Watson»; Redbooks, Роб Хай.

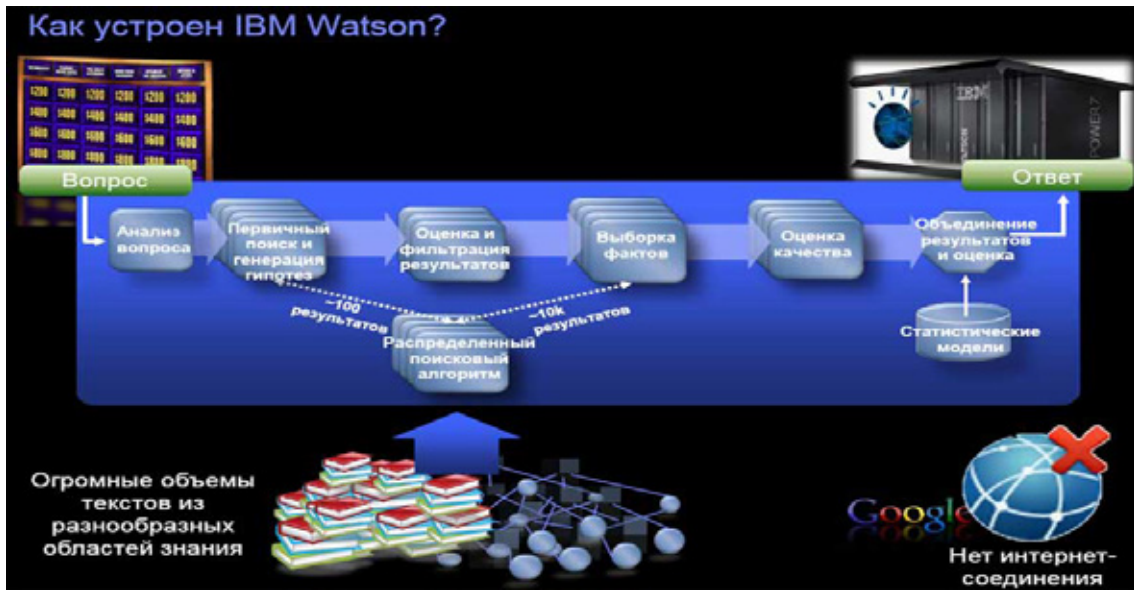


Рис. 4. Схема работы программного обеспечения Watson

Источник: «Эпоха когнитивных систем: принцип построения и работы IBM Watson»; Redbooks, Роб Хай.

состоит из 90 таких серверов, не говоря о том, что стоимость работ по установке и наладке оборудования составляет \$32 миллиона, то не стоит ожидать в самом ближайшем времени массового появления таких суперкомпьютеров в роли продавцов или менеджеров. [1]

Появление таких технологий как Compro и Watson подтверждает факт возможности участия искусственного интеллекта в коммерческой деятельности для решения большого круга вопросов и задач. Тенденция развития технологий и увеличения объема информации приводит к тому, что человек физически не в состоянии охватить все данные и упорядочить их в единую структуру. Именно поэтому возникает срочная необходимость создания новых систем, которые одновременно способны справляться с данной нагрузкой и быть максимально приближены к человеческой логике и пониманию.

В настоящий момент времени когнитивные системы в банковской сфере представлены тремя следующими направлениями: нейронные сети, генетические алгоритмы и генетическое программирование, метод опорных векторов.

Нейронные сети — математическая модель, а также её программное или аппаратное воплощение, построенная по принципу организации и функционирования биологических нейронных сетей — сетей нервных клеток живого организма. Это понятие возникло при изучении процессов, протекающих в мозге, и при попытке смоделировать эти процессы. После разработки алгоритмов обучения, получаемые модели стали использовать в практических целях: в задачах прогнозирования, для распознавания образов, в задачах управления и др.

Генетические алгоритмы — это алгоритмы поиска, используемые для решения задач оптимизации и моделирования путём случайного подбора, комбинирования

и вариации искоемых параметров с использованием механизмов, аналогичных естественному отбору в природе.

Метод опорных векторов — набор схожих алгоритмов обучения с учителем, использующихся для задач классификации и регрессионного анализа. Основная идея метода — перевод исходных векторов в пространство более высокой размерности и поиск разделяющей гиперплоскости с максимальным зазором в этом пространстве.

В современной банковской практике когнитивные системы в основном используются в кредитных процессах, что обусловлено необходимостью обеспечения качественного анализа состояния заёмщика на момент выдачи кредита, прогнозирования возвратности кредита при наиболее рациональном использовании ресурсов. Технология данного процесса сводится к реализации следующих основных этапов:

1. Построение когнитивных карт.
2. Моделирование возможных сценариев развития кредитных процессов в виде импульсных процессов в вершинах построенной карты при внесении в них «возмущающих воздействий».
3. Выделение интервалов значений параметров в вершинах когнитивной карты, которые соответствуют разным интервалам значений полезности и отражают риски, угрозы и допустимые значения показателей-индикаторов безопасности и устойчивого развития системы. [6]

Принципиальная схема когнитивного моделирования представлена на рисунке 5.

Исследование динамики возможных траекторий развития системы проводится путем внесения модельных возмущений (импульсов) в вершины когнитивной модели. Моделирование можно проводить шагами или импульсами. Из рисунка видно, что моделирование также происходит поэтапно:



Рис. 5. Процедура когнитивного моделирования

Источник: Будкин Н. А Когнитивная модель управления проектным финансированием в банке // Экономические науки.—2010. — №2

1. Определение начальных условий, тенденций, характеризующих развитие ситуаций на данном этапе.
2. Задание целевых, желаемых направлений (уменьшение, увеличение) и силы (слабо, сильно) изменения тенденций процессов в ситуации.
3. Выбор комплекса мероприятий (совокупности связывающих факторов), определение их возможной и желаемой силы и направленности воздействий на ситуацию, силу и направленность которых необходимо определить.

4. Выбор наблюдаемых факторов (индикаторов), характеризующих развитие, осуществляется в зависимости целей анализа и желания пользователя. [7]
- Обычного интеллектуального анализа в условиях усложнения профиля клиента недостаточно, необходимо привлечение информации на основе индивидуальных принципов, то есть использование технологии под названием Data Mining (см. рисунок 6).



Рис. 6. Схема структуры технологии Data Mining

Источник: www.inftech.webservice.ru/DATA_MINING в банках: перспектива или реальность?

Для более качественного анализа требуются передовые средства и алгоритмы, позволяющие *заменить универсальные параметры кампании на индивидуальные*, соответствующие профилю клиента, что значительно повышает уровень отклика и выгодность каждого клиента для банка. [8]

Традиционные средства, основанные на экспертных оценках в современных условиях, не позволяют проводить долгосрочный анализ доходности сегментов и не достигают желаемой точности распределения предложений.

В ходе совместной работы аналитиков Лето Банка и консультантов GlowByte Consulting был сформирован набор прогнозных моделей, оценивающих склонность клиентов к приобретению того или иного продукта, определяющих наиболее вероятную сумму займа необходимую клиенту в текущий момент времени. На основе полученных оценок был реализован алгоритм подбора оптимального предложения для каждого клиента, включающий создание уникального механизма прогноза отклика клиента на предложение, что должно было позволить увеличить отклик от проводимых маркетинговых кампаний при сохранении требований к рентабельности кредитного портфеля. Результатом и критерием эффективности проекта стала проведенная с использованием результатов моделирования экспериментальная кампания.

Итогом сравнения предложений, сделанных представителям одного и того же сегмента с использованием новых построенных моделей с традиционно используемым экспертным расчетом, стало увеличение количества продаж более чем на 10% без снижения средней кредитной ставки предложения в первой же кампании.

Проект состоял из нескольких этапов — сбор статистики отклика клиентов на разные предложения, построения прогнозных моделей и оптимизационного алгоритма, применение этих инструментов на практике для замера эффективности по сравнению с действующим подходом. В результате, специалистами GlowByte была разработана уникальная технология анализа информации, содержащейся в корпоративном хранилище данных, которая вкуче с высокопроизводительными средствами анализа и визуализации обеспечила реализацию ключевых идей повышения эффективности построения кампаний, а также увеличение эффективности работы на 10–15%.

Стремительное развитие технологий порождает новые способы конкурентной борьбы за потребителя и его лояльность по отношению к банку. В настоящий момент использование искусственного интеллекта становится необходимым для работы банков с клиентами. Однако, как отмечалось выше, большая часть банков не может себе позволить применение данных технологий в связи с высокой стоимостью и сложностью установки.

Решением данного вопроса стал проект под названием Scorista — российский аналог американской компании ZestFinance и европейской KrediTech, предлагающих услуги по принятию решения по выдаче кредита по схеме SaaS (программное обеспечение как сервис). При этом

российский проект использует собственный алгоритм и математическую модель, что позволяет, по словам разработчиков, снизить процент неплатежей на треть.

Происходит продажа не софта, а услуги, то есть осуществляется прямое подключение компании либо по API (интерфейс программирования приложений), либо при помощи web-интерфейса. Такой подход не требует больших средств для подключения сервиса и нетрудозатратен, поскольку за заказчика все операции совершает система.

На сегодня стартап Scorista имеет нескольких клиентов и успешные результаты тестирования: процент невозврата кредитов снизился до 7%, в то время как на рынке он составляет 10%. [9]

Несмотря на то, что сейчас существуют большие сложности с внедрением технологии на основе искусственного интеллекта, она уже применяется во многих крупных банках Европы. В лице финансового консультанта и помощника систему Watson используют два банка: австралийский ANZ Bank и испанский Caixa Bank.

ANZ Bank имеет имиджевые отделения в Австралии и Новой Зеландии, построенные на базе Watson, куда клиенты приходят за ответами по вопросам страхования, инвестиций и пенсионных накоплений. Watson может играть роль как интерфейса для самообслуживания — когда пользователи самостоятельно задают ему вопросы, так и «советника советника», помогая финансовым менеджерам ANZ давать клиентам персональные советы.

Узнавая как можно больше данных о клиенте (возраст, доход, жизненные обстоятельства, текущую финансовую ситуацию) Watson может выдать не просто список поисковых результатов, а достоверные советы с определенной степенью уверенности.

Уже сейчас Watson в состоянии стать рабочим инструментом и помощником для людей, а в недалеком будущем такая система, за счет совершенствования программного обеспечения, сможет работать напрямую с покупателями в полностью автоматическом режиме. Данный факт является прямым подтверждением того, что эта технология имеет большие перспективы и возможности в будущем. [10]

Российские коммерческие банки также стремятся к созданию программ с индивидуальным подходом к потребителю на основе искусственного интеллекта.

Одна из таких программ «Тинькофф Таргет» позволяет делать индивидуальные предложения для постоянных клиентов партнера и для потенциальных, осуществляющих покупки у конкурентов. [11]

Суть «Тинькофф Таргет» состоит в том, что бизнесу необходим новый клиент, который станет постоянным. Клиенту, в свою очередь, интересно иметь выгодные предложения в соответствии с его интересами.

Внутренний механизм платформы «Тинькофф Таргет» (см. рисунок 7) позволяет выделить для конкретного партнера потенциальных лояльных клиентов по географии, полу, возрасту и, что главное, по потребительским предпочтениям.

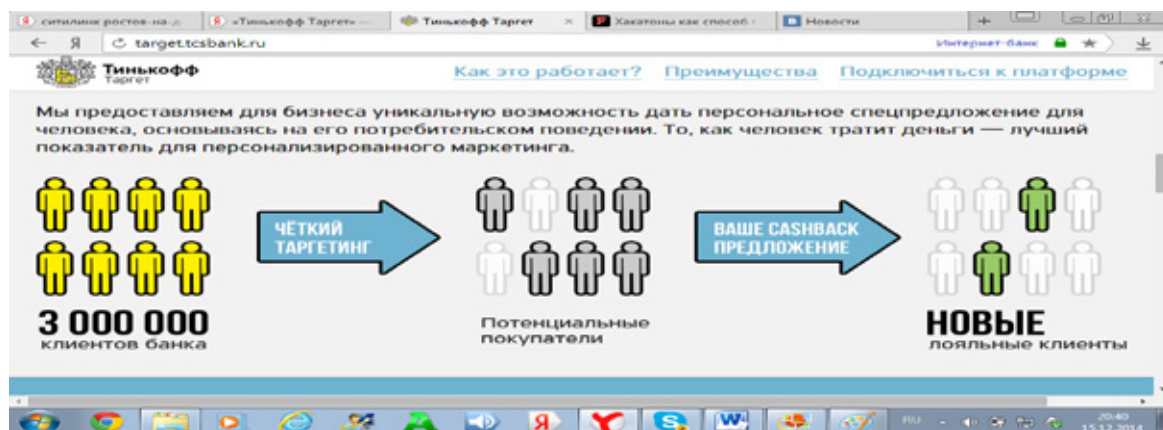


Рис. 7. Схема работы банковской платформы «Тинькофф Таргет»

Источник: <https://target.tcsbank.ru>

Для привлечения такого клиента партнер может предоставить хорошее предложение без убытка для себя. В этой схеме все три стороны находят свои преимущества: клиент получает актуальные для себя предложения, партнер — постоянного клиента, банк — возможность поощрить клиента, предоставить персонализированный повышенный cashback (15–30%, возможно, и больше). [12]

Другой пример — Rubbles, использует машинное обучение для того, чтобы предсказать, какие покупки клиент банка будет совершать в будущих периодах — в том числе, какие внутренние банковские продукты клиент купил бы с наибольшей вероятностью. Система обучается на новых сигналах в реальном времени для увеличения точности предсказания (см. рисунок 8). Возможности агрегации по-

зволяют качественно улучшить процесс выбора наиболее эффективных предложений для каждого клиента — платформа знает, какие предложения и какие услуги будут использоваться в дальнейшем у потребителя. [13]

Помимо создания когнитивных систем на основе искусственного интеллекта, наблюдается появление других технологий, которые способны повысить качество сервиса и уровень обслуживания клиентов. Одна из таких — авточаты. [14]

Использование контактных центров в крупных компаниях характеризуется, как правило, следующей закономерностью: время, силы и средства, потраченные на обслуживание клиентов, не всегда пропорциональны достигаемым результатам. Для эффективной обработки запросов разного типа требуется системный подход с ис-

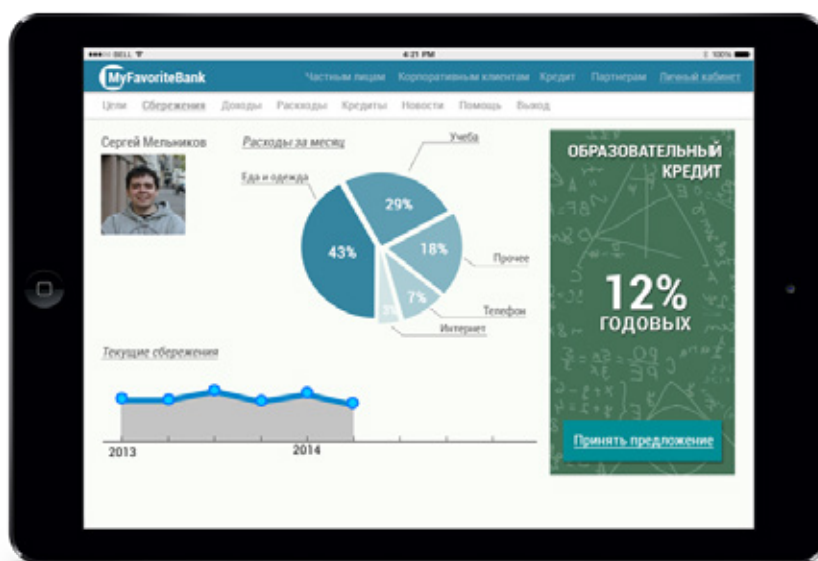


Рис. 8. Пример расчета персонального кредитного продукта для потребителя платформой Rubbles

Источник: <https://rubbles.ru>.

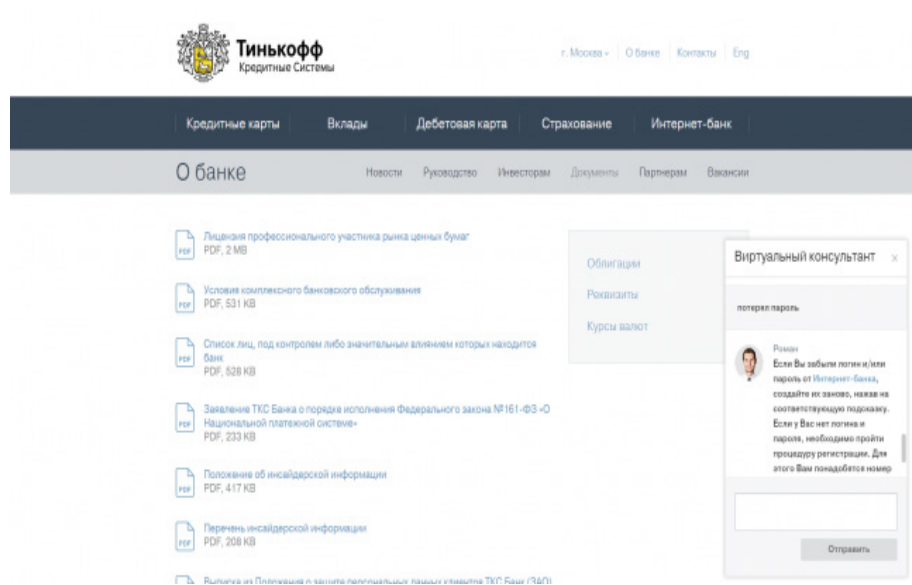


Рис. 9. Авточат банка «Тинькофф Кредитные системы»

Источник: <http://futurebanking.ru>

пользованием нескольких каналов связи. Главными трендами стратегии развития сервиса в банках, которым приходится принимать большое количество заявок одновременно, становятся автоматизация, самообслуживание и многоканальность. Именно над этой проблемой начали задумываться российские специалисты компании «Наносемантика». В результате появились авточаты — виртуальные роботы, наделенные базой знаний и искусственным интеллектом.

Установленный на сайте виртуальный робот в режиме онлайн мгновенно дает пользователям ответы на распространенные, часто задаваемые вопросы, причем в любое время суток. По статистике 30–37% запросов, которые поступают роботу, приходятся на нерабочее время. При этом авточат — не просто электронная справка. Обладающий искусственным интеллектом виртуальный робот способен поддерживать беседу и отвечать на вопросы с учетом ее контекста. [14]

Активное использование авточатов уже наблюдается в некоторых российских банках и финансовых организациях. Яркий пример успешного использования продукта «Наносемантики» на сайте банка — робот-консультант, разработанный для банка «Тинькофф Кредитные Системы» (см. рисунок 9). Многие пользователи, получившие консультацию у робота, возвращаются к нему повторно, и таких лояльных клиентов насчитывается около 15% ежемесячно. Как правило, для решения своей проблемы пользователю сайта tcsbank.ru требуется задать роботу не более трех вопросов.

Не менее эффективно работает робот-консультант ВТБ24 (см. рисунок 10). Он появился на всех страницах сайта банка в июне 2014 г. и сразу же взял на себя запросы по поводу услуг для физических и юридических лиц, приват-банкинга, реквизитов, позиций банка в рей-

тингах. Помимо консультаций робот дает посетителям важные подсказки при выборе кредита, кредитной карты, типа вклада и помогает им ориентироваться на сайте (например, в ответ на вопрос о месторасположении отделений или банкоматов дает ссылки на соответствующие страницы). При этом наблюдается существенное снижение нагрузки на колл-центр ВТБ24. [14]

Синхронизированная работа робота-консультанта и колл-центра дает свои результаты и обладает большим количеством преимуществ. Для полной идентификации запроса клиента была также разработана диалоговая система, которая позволила полностью автоматизировать и соединить в себе работу авточата и специалиста колл-центра.

Данная технология была впервые запущена 23 сентября 2014 года на сайте Московского кредитного банка (МКБ). Диалоговая система включает в себя умный авточат, интегрированный с ним сервис онлайн-консультанта и услугу обратного звонка.

На первой линии обслуживания клиента запрос принимает авточат — виртуальный робот, наделенный искусственным интеллектом. К нему и поступают по умолчанию все запросы. Робот сегментирует обращения и помогает пользователю в тех случаях, когда способен найти решение самостоятельно. Распознавать вопросы и адекватно на них реагировать роботу позволяют встроенная в него тематическая база знаний и специальные лингвистические шаблоны, основанные на технологии нечеткого поиска. По ключевым словам, и фразам, а также по контексту беседы виртуальный консультант распознает суть запроса и примерно в 80% случаев дает ответ с необходимой пользователю информацией. [14]

В оставшихся 20% ситуаций в случае не распознавания роботом запроса, идет прямое подключение

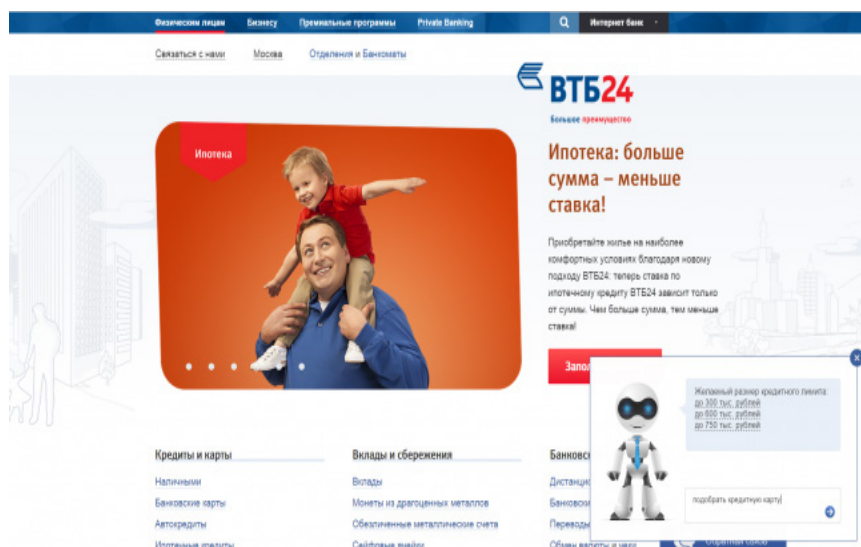


Рис. 10. Авточат банка ВТБ24

Источник: <http://futurebanking.ru>

к третьему элементу диалоговой системы. Робот самостоятельно находит в контактном центре специалиста по возникшей проблеме и передает ему телефон пользователя для звонка (см. рисунок 11). При таком алгоритме запросы разного уровня сложности распределяются между разными каналами поддержки, которые дополняют друг друга, работая согласованно. Трехступенчатая схема работы с запросами позволяет решить практически любую проблему клиента в кратчайший срок. [14]

Однако консультация пользователей в режиме онлайн — не единственная функция диалоговой системы. Входящий в ее состав робот способен не только реагировать на запросы, но и вступать в диалог с посетителем

сайта по собственной инициативе. Он является важным элементом юзабилити, так как помимо прямых консультаций помогает пользователю в навигации по сайту, дает ему полезные подсказки и делится ссылками на страницы с нужной информацией. Как следствие, уменьшается количество отказов, увеличивается глубина просмотра, сокращается время поиска пользователем необходимой информации.

Виртуальный помощник может быть крайне эффективен в качестве продавца, предлагающего товар или услугу, и промоутера, рассказывающего о новых акциях и предложениях компании. Как доказывает практика, нетрадиционный способ рекламы, который предполагает

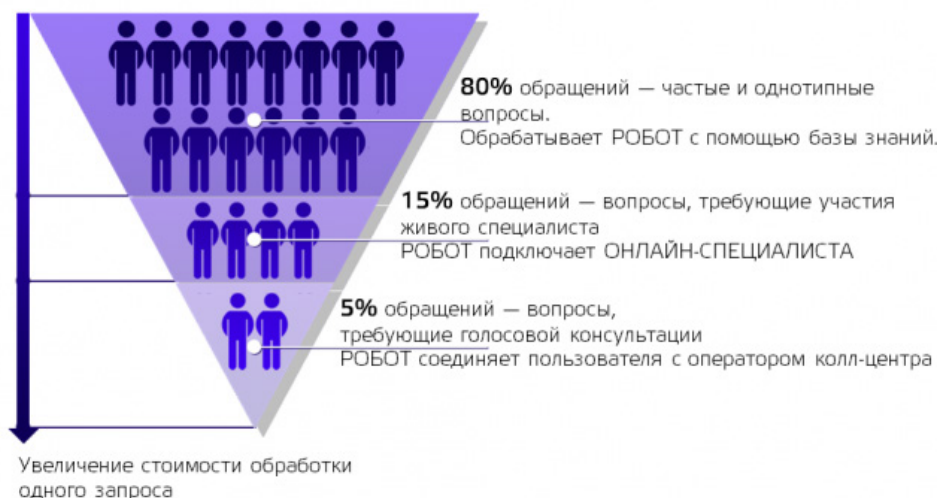


Рис. 11. Схема работы диалоговой системы с запросами потребителей

Источник: <http://futurebanking.ru>

непосредственный контакт с пользователем и его эмоциональную вовлеченность, работает намного лучше всплывающих окон и примелькавшихся баннеров. Так, робот Максим Рублев, входящий в диалоговую систему на сайте МКБ, помимо консультирования посетителей, рассказывает им о новых продуктах, услугах и предложениях банка. Предлагает свою помощь и в подборе продуктов, выясняя предпочтения пользователя с помощью ряда последовательных вопросов. [14]

Способствует повышению продаж и еще одна функция виртуального робота — генерация лидов. При определенных сценариях, которые утверждаются заказчиком, робот запрашивает у собеседника контактные данные и высылает их менеджеру вместе с записью разговора.

Анализ записей диалогов робота с пользователями, который регулярно проводят создатели робота, также помогает установлению более эффективной обратной связи между клиентами и компанией. Это позволяет банку лучше понимать, что в первую очередь интересует посе-

тителей сайта, какие моменты в предлагаемых продуктах и услугах вызывают больше вопросов. [14]

Выводы. Таким образом, конкурентная борьба уходит в плоскость высоких технологий, основанных на интеллектуальном анализе поведения потребителей. Отправной точкой развития этих платформ является банковская сфера, где концентрируется наибольшее количество потребителей и возможностей для коммерческих предприятий.

Проведенное в работе исследование показало настоящие возможности искусственного интеллекта в сфере коммерческих отношений, а также перспективы его дальнейшего использования в различных областях на практике.

Примеры использования таких технологий в банковской сфере — прямое доказательство развития инновационных технологий и возможностей применения их в реальной жизни для достижения поставленных целей и больших результатов в экономике.

Литература:

1. Эпоха когнитивных систем: принцип построения и работы IBM Watson»/Redbooks, Роб Хай, с. 5–10.
2. Поисковая оптимизация // <https://ru.wikipedia.org>
3. Гришин, Н. Как компания SeoPult стала безоговорочным лидером рынка оптимизации сайтов // Секрет Фирмы — 2014 — №5, с. 12
4. Шачингер, К. Поисковая оптимизация мертва? Отнюдь нет! // <http://www.searchengines.ru>
5. Система «Comreno» // <https://www.abby.ru/>
6. Чефранова, М. А // Построение когнитивной модели процесса кредитования и разработка структурного блока принятия управленческих решений на ее основе
7. Будкин, Н. А Когнитивная модель управления проектным финансированием в банке // Экономические науки. — 2010. — №2. — с. 213
8. DATA MINING в банках: перспектива или реальность? // www.infotech.webservice.ru/
9. Чуриков, Л. Облачный скоринг добрался до России // IT Weekly. — 2014. — июнь
10. IBM делает из Watson финансового консультанта // <http://rebanking.ru/ibm-delaet-iz-watson-finansovogo-konsultanta/> — 2014. — 10 октября
11. Банк Тинькофф Кредитные системы // <https://www.tcsbank.ru>
12. Яманов, А. Будем делать еще более точечный таргетинг // <http://futurebanking.ru/>
13. Блинов, Н. Rubbles — платформа, предсказывающая поведение клиентов банков // <http://futurebanking.ru>
14. Зубкова, А. Авточаты с искусственным интеллектом: оптимизация онлайн-поддержки клиентов // <http://futurebanking.ru>

Клиентский опыт (Customer Experience) как инструмент обратной связи в системе интеллектуального анализа данных

Рудская Елена Николаевна, кандидат экономических наук, доцент;
Полтавская Юлия Юрьевна, магистрант
Донской государственный технический университет (г. Ростов-на-Дону)

Построение бизнес модели, ориентированной на клиентов и создание уникального клиентского опыта находится в центре внимания длительный период времени, особенно в банковском секторе, где задача улучшения качества обслуживания клиентов и предоставления уникальной потребительской ценности выходит на первый план в ходе реализации общей конкурентной стратегии компании.

Ключевые слова: *Customer Experience, Customer Experience Management, Big Data, CRM-системы*

Клиентский опыт (Customer experience) и CRM-системы. Актуальность данной темы сегодня обусловлена кризисными явлениями в экономике, девальвацией национальной валюты, падением реальных доходов населения, сокращением объемов банковского рынка и повышением конкуренции. При этом потребности клиента в высоком уровне обслуживания и получаемой потребительской ценности постоянно возрастают.

Нельзя не согласиться с мнением А. Герашенко, что сегодня клиент хочет, чтобы комплексные финансовые продукты приобретались так же просто, как и другие потребительские товары — в один клик; клиент мог получить обслуживание с любого устройства; банк создавал ориентированные именно на его потребности продукты и маркетинговые предложения; финансовое учреждение выступало гарантом его интересов; возникающие проблемы решались быстро и с минимальными потерями. Дело здесь не в том, что клиент сам по себе стал более требовательным, а потому что сам рынок эволюционировал, сформировалась новая сервисная модель цифровой экономики, клиент получил успешный опыт обслуживания в других отраслях и сегментах — и он хочет переложить этот положительный опыт и на финансовый сектор [1].

Доверие клиента к банку, лояльность, готовность в дальнейшем работать и наращивать объемы деятельности, использовать новые продукты и сервисы напрямую зависят от уровня сервисного обслуживания и полученного клиентского опыта.

Big Data для банков означает переход от анализа транзакционных данных к анализу взаимодействия с клиентом и его опыта. И это следующий уровень понимания клиента, который очень важен для банков.

В настоящее время с целью повышения ориентированности бизнеса на клиентов компании приходят к выводу, что необходимо управлять не только взаимоотношениями с клиентами, но и их так называемым клиентским опытом (Customer Experience).

Клиентский опыт включает в себя совокупность всех ощущений и впечатлений, получаемых клиентом при покупке товаров или услуг на протяжении всего времени взаимодействия с поставщиком, начиная от поиска ин-

формации, ее оценки и до непосредственного контакта, покупки, использования и даже участия в распространении положительной информации среди людей своего круга. Для оценки таких эмоциональных впечатлений необходимо наладить с клиентом обратную связь, а для того, чтобы управлять ими, следует иметь представление о предпочтениях, моделях поведения и иерархии ценностей тех или иных групп клиентов [2].

Результаты исследования Customer Experience Impact Report, проведенного Harris Interactive, говорят о том, что 86% потребителей согласились бы платить на 25% больше, если бы их клиентский опыт учитывался в полной мере. И лишь 1% считает, что в настоящее время этот учет соответствует их ожиданиям [2].

Предшественником Customer Experience являются CRM-технологии, позволяющие сегментировать клиентов по различным демографическим и поведенческим характеристикам, определять уникальное для данной целевой группы предложение, а также назначать каналы доставки и сценарии взаимодействия. Данные возможности совместно с функционалом управления программами лояльности создают основу платформы для обеспечения уникального опыта клиента при взаимодействии с компанией.

CRM-технологии (Customer Relationship Management) представляют собой систему управления взаимоотношениями с клиентом, то есть, концепцию управления взаимоотношениями с клиентом на основе его потребностей с целью выстраивания долгосрочных отношений с ним. Неотъемлемой частью такой стратегии является комплекс мер по привлечению, удержанию и повышению доходности клиентов [3].

Как справедливо утверждает глава Европейского и Азиатско-Тихоокеанского направления SapientNitro по реализации проектов с платформами Customer Experience Сорабом Дас, CRM-решения позволяют управлять взаимоотношениями с клиентами и формировать потребительский опыт. Анализ данных клиентов, их поведения и последующее сегментирование дают возможность, например, определять уникальные для целевых групп предложения и разрабатывать сценарии взаимодействия. Но при этом

важно не переоценивать роль CRM-систем в формировании ожиданий и поведения клиента. Необходимо понимать, что основное влияние на Customer Experience оказывают реальное качество продуктов и услуг, а также уровень обслуживания. [4].

По мнению специалистов программ лояльности и отношений с клиентами X5 Retail Group NV, CRM — это система, которая позволяет управлять всеми взаимоотношениями с клиентами. В идеале, такая система должна не только хранить и учитывать всю информацию о клиенте и всех «точках соприкосновения» с ним, но и анализировать поведение клиентов, выявлять закономерности в этом поведении, которые и формируют модели потребительского опыта. С помощью таких систем, при персонализированном взаимодействии с клиентом, вполне возможно менять его поведение, то есть формировать потребительский опыт [2].

Согласимся с высказыванием специалистов компании «Инфосистемы Джет» о том, что формирование положительного опыта — это комплексная стратегия, определяющая подходы к взаимодействиям с клиентом при любом его контакте с компанией. Обеспечить согласованное обслуживание по всем каналам взаимодействия — сложная задача, особенно для крупных розничных компаний или банков, так как у различных групп потребителей разные ожидания от продуктов и услуг компании.

CRM-технологии позволяют сегментировать клиентов по различным демографическим и поведенческим характеристикам, определять уникальное для данной целевой группы предложение, назначать каналы доставки и сценарии взаимодействия. Совместно с функционалом управления программами лояльности, эти возможности ложатся в основу платформы для обеспечения уникального опыта клиента при взаимодействии с компанией [2].

Как отмечают эксперты портала Софт-Сервис, в целом работа CRM строится вокруг клиента как еди-

ницы построения успешного бизнеса и больших продаж, и основными направлениями и функциями системы служат маркетинг, продажи и обслуживание клиентов (рис. 1) [5].

Интересно утверждение ведущего бизнес-консультанта практики CRM консалтинговой группы «Борлас» Айгерима Мурзагалиева, что с одной стороны, у клиентов почти всегда есть свое видение того, что они хотят получить, взаимодействуя с компанией. С другой стороны, CRM-система помогает регламентировать те ожидания, которые ни в коем случае не должны быть нарушены. Большинство крупных CRM-систем имеют в своем арсенале определенный набор моделей данных, ключевых показателей и бизнес-процессов, позволяющих выявлять узкие места при взаимодействии с клиентом. После устранения выявленных недостатков у клиента складывается благоприятное впечатление, накапливается положительный потребительский опыт [2].

Основные уровни CRM-системы, которые были представлены в работе Никоновой О.Е. и Алиакберовой Л.З., рассмотрены на рисунке 2 [3].

Внедрение системы CRM в деятельность банка, по мнению Никоновой О.Е. и Алиакберовой Л.З., позволяет [3]:

- собрать информацию о каждом клиенте;
- определить целевых клиентов;
- разработать персональный пакет продуктов и услуг для каждого клиента;
- увеличить эффективность работы сотрудников;
- обеспечить более оперативные действия по ответам на запросы клиентов;
- своевременно реагировать на изменения конъюнктуры рынка.

В таблице 1 представлены основные значимые проекты Customer Experience в российских банках за 2013–2014 годы.



Рис. 1. Принципиальная схема функционирования CRM-системы



Рис. 2. Основные уровни CRM-системы

Таблица 1. Проекты Customer Experience в российских банках в 2013–2014 гг. [6]

Банк	Решение	Подрядчик	Год	Краткое описание клиентского функционала
ВТБ 24	Виртуальный робот-консультант на сайте банка	Наносемантика	2014	Робот отвечает на вопросы пользователей в автоматическом режиме 24 часа в сутки. Созданная база знаний позволяет виртуальному консультанту понимать запросы пользователей и правильно отвечать. Робот оказывает техподдержку, консультирует клиентов по вопросам предоставления услуг для физ- и юр лицам, реквизитов, позиций банка в рейтингах
Лето Банк	Oracle Siebel CRM 8.1.1.	AT Consulting	2014	Автоматизация продаж и обслуживания розничных продуктов, в том числе выдача и сопровождение кредитов в торговых точках, потребительских кредитов наличными, дебетовых карт
Лето Банк	SAS Credit Scoring for Banking, SAS Real-Time Decision Manager, интеграция с CRM-системой SAS Marketing Automation	Лето Банк	2013	Автоматизация процесса принятия решений по кредитным заявкам на базе аналитических инструментов
Лето Банк	На базе платформы Wings	Вингс	2014	Создан единый внутрибанковский SMS-шлюз, который забирает из банковских систем задания на отправку сообщений, формирует SMS в соответствии с настроенными шаблонами, осуществляет их маршрутизацию между операторами сотовой связи и провайдерами, производит отправку и отслеживает статусы доставки сообщений; выполняет функции сервера интеграции для различных систем банка, используемых, в том числе, для рассылки писем на бумажном носителе, email, проведения маркетинговых кампаний

ТКС Банк	NICE Real-Time Voice Authentication System	NICE Systems	2014	Первое в России решение для голосовой идентификации клиентов. Создается голосовой слепок для каждого звонящего в колл-центр, носитель распознается вне зависимости от языка. Личность клиента устанавливается за 7–10 секунд. Решение работает на 1 тыс. мест в колл-центре. Среднее время разговора клиента с оператором сократилось с 4 минут примерно на 40 секунд
ТКС Банк	ИТ-решение на основе IBM BPM и IBM ODM	Техносерв Консалтинга	2014	Оптимизация работы с должниками, производительность решения — свыше 300 кредитных дел в минуту. С запуском решения удалось увеличить сбор задолженности и оптимизировать внутренние процессы, сократив число ошибок и ускорив обработку кредитных дел
ТКС Банк	Платформа Good for Enterprise	Good Technology	2013	Решение для безопасного мобильного доступа к данным. Позволяет оптимизировать бизнес-процессы и предоставить менеджерам банка доступ к конфиденциальной информации клиентов. В платформе корпоративные бизнес-данные, хранимые в зашифрованном контейнере, отделены от личных данных каждого сотрудника. Решение предотвращает утечку данных, блокируя обмен с небезопасными приложениями
Сбербанк	Каскад	Техносерв	2014	Системы способствуют выявлению мошенничеств, с которыми трудно в таком объеме справиться команде андеррайтеров. Система точно отсечет попытку получения кредита по украденному паспорту с переклеенной фотографией или даже той же (мошенник визуально похож на владельца паспорта), или же если в паспорте изменена одна буква фамилии
УБРиР	Комплекс решений SAP for Banking, SAP CRM, SAP BCM, SAP SAP BW, SAP Process Integration	н/д	2013	В несколько раз увеличилась скорость обслуживания клиентов, реализован максимальный возврат инвестиций от маркетинговых акций и повысилась эффективность работы со всеми категориями клиентов
Юниаструм Банк	Neoflex Call Queue Manager	Неофлекс	2014	Внедрена система планирования звонков и реализована интеграция с телефонией банка и другими информационными системами, задействованными в процессе взыскания просроченной задолженности

Авторы портала CNews аналитика отмечают, что интеллектуальная система CRM в ВТБ24 тесно связана с обслуживанием клиентов (в том числе и дистанционным). Последние несколько лет банк уделял много внимания частным клиентам, сейчас дошла очередь до корпоративного сегмента. Исходя из исследования банка, корпоративные клиенты уже через несколько месяцев после заключения договора ожидают от банка персонального обращения, соответственно, важно иметь полную информацию о клиенте. Эта тенденция и формирует основные направления технологического развития корпоративного направления ВТБ24.

Другим интересным примером эффективного управления жизненным циклом клиентов, их доходностью и по-

лучения максимальных результатов от программы лояльности, является запуск единого автоматического многоканального фронтального решения для клиентов АО «СМП Банк», его интеграция с каналами коммуникаций CRM, хранилищем и аналитическим CRM. В результате стандартизируются регламенты работы с клиентом, вводятся автоматические напоминания о необходимости того или иного шага и, благодаря четкому распределению клиентов, исчезает внутренняя конкуренция между подразделениями [6].

Для кластеризации клиентов и подбора для них тех или иных продуктов одних только средств CRM уже недостаточно, необходимы инструменты для анализа не только

анкет и обращений клиентов в банк, но и более широкого спектра их активностей. Социальные сети — это ближайшее будущее в изучении и формировании потребительского опыта. Уже сегодня социальные сети позволяют собирать информацию, анализировать и интерпретировать, дополняя ею данные, которые есть в корпоративной системе CRM. Можно лучше понимать поведение клиентов, прогнозировать и изменять его с помощью коммуникаций, а именно, через социальные сети. Социальные сети дают потребителю возможность общаться с брендом напрямую. Современные технологии позволяют брендам вести тщательный мониторинг социальной активности своих клиентов и разной степени сложности решений по управлению их настроениями и действиями.

CRM представляется как операционно-аналитическая система, идеально подходящая для сбора информации о Customer Experience, а вот задача интерпретации этих данных должна лежать не только на CRM. Управление клиентскими ожиданиями — это один из немногих процессов, которые автоматизируются с трудом, хотя уже есть ряд инструментов, помогающих его нормализовать.

По мнению И. Небесного, розничным компаниям, ориентированным на обеспечение уникального потребительского опыта, необходимо иметь полную и достоверную информацию обо всех контактах с клиентами. Иначе они не смогут контролировать параметры своей работы, обеспечивающие данный позитивный опыт. С этой целью все прикладные системы, в которых присутствует клиентская информация или которые непосредственно используются клиентами, должны быть интегрированы с CRM-си-

стемой, что позволит ей определять политику коммуникаций с клиентами по различным каналам [2].

Эволюция CRM-систем в СЕМ-системы. Термин «управление клиентским опытом» (Customer Experience Management — СЕМ) изобрел Бернд Шмитт, который в 2003 году охарактеризовал его как «процесс стратегического управления опытом взаимодействия клиента и компании, связанным с продуктом или компанией». СЕМ представляет собой науку, методологию и/или процесс всестороннего управления опытом клиента на всех стадиях его взаимодействия с компанией, продуктом, брендом или услугой [7].

Никонова О.Е. и Алиакберова Л.З. справедливо утверждают, что СЕМ-система представляет собой новый подход, связанный с радикальными преобразованиями в маркетинге и управлении, предлагающий аналитический и творческий взгляд на мир клиента и обеспечивающий управление его эмоциональным опытом. СЕМ-система неразрывно связана с понятием эмоционального интеллекта (EQ) [3].

Как отмечает в своей статье С. Дурнев, понятия CRM и СЕМ неделимы. CRM является логической частью, дающей клиенту объективную информацию о компании, товарах или услугах, способах приобретения, в то же время СЕМ должен воздействовать на эмоции, формируя дружелюбное восприятие компании и рассказывая о правильном применении продукта. [8].

Процесс управления клиентским опытом строится по схеме, состоящей из нескольких шагов, представленных в таблице 2.

Таблица 2. Основные этапы СЕМ [9]

Этап	Описание
1. Выбор приоритетных каналов взаимодействия	Необходимо понять, каковы для каждого из используемых каналов характеристики взаимодействия с клиентами, количество контактов с целевой аудиторией за период времени, покрытие целевой аудитории, стоимость контакта, и так далее. На основании выделенных характеристик необходимо установить, с использованием каких каналов будет проводиться мониторинг удовлетворенности и эмоционального фона.
2. Выбор технологии мониторинга	Необходимо определиться с теми технологиями, которые будут использоваться для персонализированного мониторинга удовлетворенности, которые будут работать наиболее эффективно в определенной ситуации с приоритетными каналами.
3. Анализ и подбор подходящих инструментов мониторинга	На этом шаге стоит провести рыночный анализ поставщиков решений, основанных на тех технологиях, которые были выбраны перед этим, и организовать тендер на поставку решения и услуг по интеграции.
4. Внедрение и интеграция	Далее необходимо провести внедрение выбранных инструментов и их интеграцию с информационными системами компании, в которых хранятся транзакционные и персональные данные клиентов.
5. Бизнес-процессы сбора и анализа данных	Затем строятся бизнес-процессы сбора и анализа данных об удовлетворенности и эмоциональной составляющей взаимодействия, организация регулярной отчетности, построение аналитических моделей оценки влияния негативного клиентского опыта на лояльность. Внедрение показателей удовлетворенности в систему KPI компании.
6. Обратная связь с клиентами	Проводится построение бизнес-процессов «обратной связи» с клиентами на основании полученных данных, таких как отклики на претензии, процедуры по удержанию и специализированные маркетинговые программы.

Еще недавно банки конкурировали исключительно с помощью процентных ставок, ассортимента продуктовой линейки, расположения офисов и количества филиалов. В настоящее время лидируют участники рынка, способные предоставить клиентам гармоничное обслуживание по всем предпочитаемым каналам, предвосхищая клиентские ожидания. [6]. Управление опытом клиентов является составной частью системы CRM в таких банках, как Royal Bank of Canada, Bank of America, Citizens Bank, Wells Fargo Bank и других [3].

Бернд Шмитт в книге «Customer Experience Management: A Revolutionary Approach to Connecting with Your Customers» выделяет следующие этапы построения системы СЕМ [3]:

- анализ мира потребителя;
- разработка платформы потребительского опыта;
- дизайн опыта взаимодействия потребителя с брендом;
- разработка структуры интерфейса взаимодействия с потребителем;
- вовлечение потребителя в инновационный процесс.

Аналитики компании Forrester Research, Inc., проводившие опрос 25-ти крупнейших фирм по проблемам управления опытом клиентов, разработали модель дифференциации, основанной на опыте (Experience-Based Differentiation — EBD). (рис. 3)

Модель описывает 5 уровней развития компании в процессе управления опытом своих клиентов [3].

Нельзя не согласиться с мнением Никоновой О.Е. и Алиакберовой Л.З., что существует ряд причин, препят-

ствующих полноценному внедрению систем CRM и СЕМ в практику российских банков [3]:

- 1) недооценка стратегической роли CRM и СЕМ в обеспечении конкурентоспособности и повышении эффективности деятельности на рынке банковских услуг;
- 2) неготовность персонала банков к изменению принципов работы с клиентами;
- 3) отсутствие финансовых возможностей для переоснащения базовых информационных систем;
- 4) отсутствие четкой формализованной методики оценки и прогноза эффективности внедрения систем CRM и СЕМ, которая могла бы служить надежным инструментом поддержки принятия решения об инвестициях в реализацию проектов.

Метод СЕМ обладает большими перспективами успешного применения в практической работе, однако эффективность его использования возможна лишь при наличии серьезной подготовки сотрудников.

Концепция Customer Experience для коммерческого банка. Значимость и продвинутость Customer Experience напрямую зависит от значимости используемой digital-технологии для решения бизнес-задач. Банкам необходимо внедрение большого количества сложных комплексных решений для обеспечения непрерывного взаимодействия с клиентом по всем каналам и подведения его к совершению конкретной транзакции. При этом общение клиента с банком должно быть единообразным в любой точке контакта, независимо от используемого канала [4].

Культура взаимодействия с клиентами в российских банках только начинает формироваться, и, несмотря

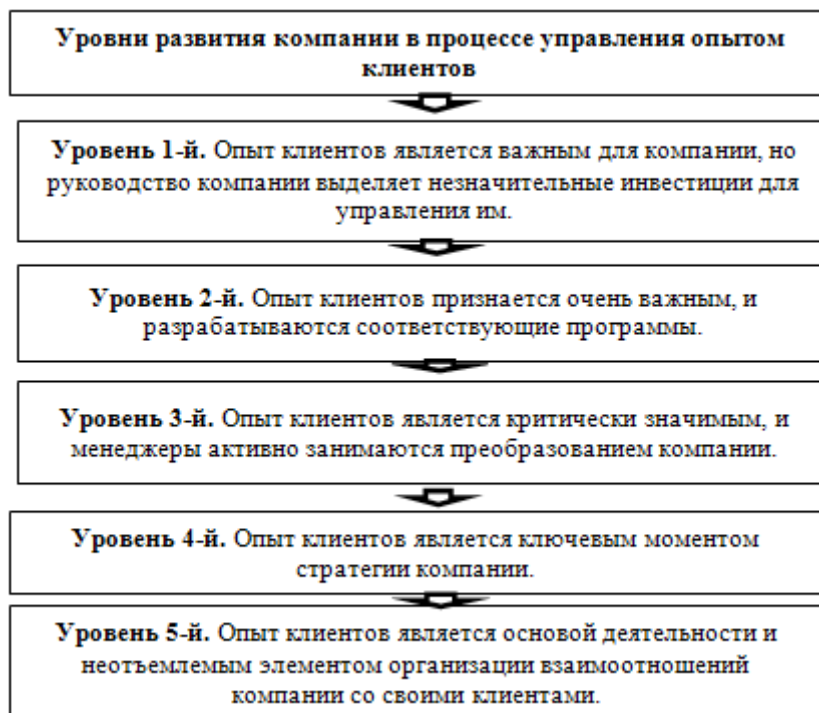


Рис. 3. Уровни развития компании в процессе управления опытом клиентов

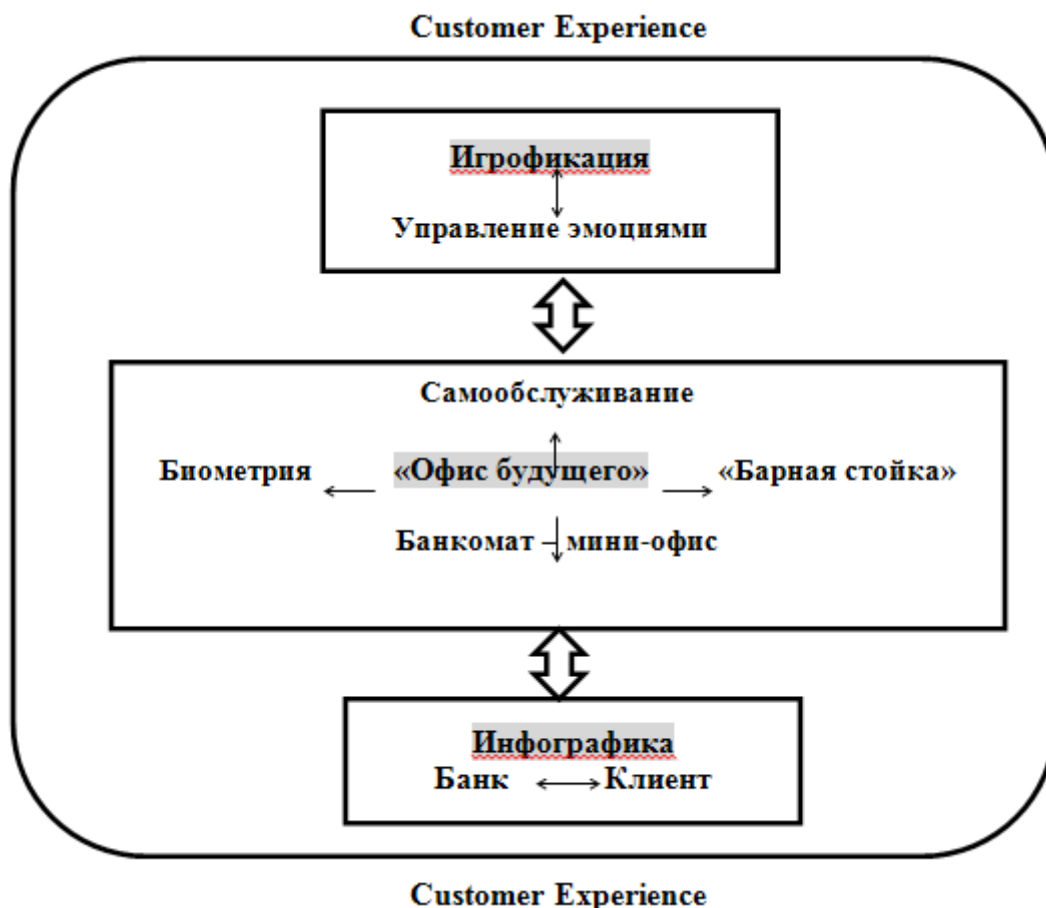


Рис. 4. Концептуальная схема Customer Experience для коммерческого банка

на низкую распространенность систем CRM в российской банковской сфере, интерес к ним уже достаточно высок и будет усиливаться в дальнейшем.

В качестве основополагающих элементов концепции Customer Experience для коммерческого банка можно предложить использование следующих технологий: «офис будущего», игрофикация и инфографика (рис. 4).

Кратко охарактеризуем важнейшие составляющие концепции клиентского опыта для коммерческого банка.

«Офис будущего» представляет собой виртуальные технологии, с помощью которых клиенты могут осуществлять безналичные операции, получить консультации по ипотечному кредитованию, вкладам, брокерскому обслуживанию и совершить операции на рынке ценных бумаг. С наличными средствами можно оплатить платеж через устройства самообслуживания, внести или снять деньги в офисном банкомате, который также оснащен технологией биометрического 3D-сканирования. В «офисе будущего» может быть расположена «барная стойка», в которую встроено несколько компьютеров. Это позволяет управлять счетами и одновременно пить чай или кофе. [3].

Основным преимуществом новых программных продуктов, используемых в «офисе будущего» является то, что банкомат или терминал самообслуживания становится полноценным мини-офисом банка, позволяя кли-

ентам обращаться за необходимыми консультациями и технической поддержкой в режиме онлайн. При этом происходит интегрирование устройств самообслуживания и сервисов Интернет-банка с контакт-центрами, обеспечивается видео- и аудиосвязь пользователей с сотрудниками финансовой организации. В свою очередь, это способствует развитию удаленных каналов обслуживания, стимулирует повышение лояльности клиентов и снижает операционные расходы банка [3]. Одним из ярких примеров является «офис будущего» Сбербанка России в центре Москвы.

По мнению портала Ассоциации Российских Банков спомощью игровых механизмов можно мотивировать людей отвлекаться от своих повседневных дел и получать дополнительную финансовую информацию. Игрофикация — это отличный способ заставить людей что-то делать. При этом он одинаково эффективен для представителей всех возрастных категорий [10].

Игрофикацию целесообразно использовать для информирования клиентов об изменении остатков средств на счете; объяснения принципов работы банковской системы; формирования у молодого поколения желания формулировать финансовые цели и экономить; помощи в выборе наиболее подходящих продуктов; повышения информированности клиентов о различных программах

и онлайн-сервисах; визуализации потребительских привычек и расходования бюджета [10].

В системе визуального контента особое место занимает инфографика, представляющая собой вид визуальной передачи информации, грамотное использование которого позволяет легко и качественно донести до аудитории любую сложную информацию. Инфографика позволяет так скомбинировать текст, ряд картинок и понравившийся дизайн, что любая, даже самая сложная информация эффективно дойдет до целевой аудитории.

Как отмечают эксперты Comagency, по некоторым данным, с информацией, переданной в виде инфографики, пользователи знакомятся в 30 раз чаще, чем с любой другой [11].

В качестве примера использования инфографики специалисты портала FutureBanking приводят российские банки, которые уже взяли этот инструмент на вооружение. Сбербанк рассказывает в инфографике об услуге Автоплатеж за штрафы ГИБДД, Промсвязьбанк выпускает буклеты для малого бизнеса в виде настольной игры. Альфа-Банк показывает мобильное приложение O!pp в видео-инфографике, ВТБ24 использует инфографику на своих страницах в соцсетях [12].

Инфографика используется не только для продвижения бренда компании и его сервисов, но и для обратной связи. Так, австралийские банки уже выкладывают информацию о потребительском поведении клиентов в открытом доступе. Commonwealth Bank запустил платформу Signals, которая призвана в наглядной форме отражать потребительские предпочтения австралийцев. Как отмечается на портале FutureBanking, банк ежедневно обрабатывает 40% операций в стране. Платформа позволяет

собирать и анализировать данные, например, о состоянии рынка недвижимости, о том, сколько люди тратят на коммунальные услуги или сколько они едят дома и вне дома.

Современную инфографику можно охарактеризовать как мастерство передачи новостей с использованием приемов информационного дизайна, иллюстраций, картограмм и фотографий. Инфографика, в том числе, хорошо работает там, где нужно показать алгоритм и устройство работы, соотношение фактов и предметов в пространстве и времени, продемонстрировать тенденцию. Люди хотят получить нужную им информацию как можно быстрее, в этом плане создание инфографики — идеальный выбор. Инновации позволяют этому инструменту открывать все новые возможности и новые ценности. Таким образом, инфографика — это тренд, безусловно, имеющий свои плюсы, главная цель которого — возбуждение интереса [13].

Заключение. Сегодня многим российским банкам для удержания своих позиций на рынке необходимо предлагать уровень услуг, соответствующий современным требованиям имеющихся и потенциальных клиентов. Это обуславливает необходимость внедрения технологических инноваций и использования систем CRM и SEM. Как показывает зарубежная банковская практика, в большинстве случаев это прибыльно, а в некоторых случаях необходимо, так как способствует оптимизации существующих систем взаимодействия с клиентами, повышению их лояльности и увеличению доходности в целом.

Стратегия, направленная на улучшение клиентского опыта и выбор лучших практик, рано или поздно должна стать принципом работы всей компании, а не только подразделений, отвечающих за продажи [2].

Литература:

1. Герашенко, А. Customer Experience как основа конкурентной стратегии банка. Блог о продажах, маркетинге и клиентском сервисе, — www.smartcapital.com.ua/blog/customer-experience-in-banks
2. Свиначев, С. Как управлять Customer Experience. PC Week/RE, — № 17 (837) 25 июня 2013
3. Никонова, О. Е., Алиакберова Л. З. Инновационные подходы к обслуживанию клиентов банков, — Nikonova.pdf
4. Клиент диктует свои правила: Customer Experience в действии. RETAIL&LOYALTY № 1 (40), 2014
5. Увеличение количества постоянных клиентов с помощью CRM систем — миф или реальность? Группа компаний «Софт-Сервис», — www.soft-servis.ru
6. Кочеткова, Е. Обзор: ИТ в банках и страховых компаниях 2014. С News аналитик, — www.cnews.ru
7. Управление клиентским опытом (Customer Experience Management). Acctiva consulting, — www.acctiva.com.ua
8. Дурнев, С. Сильные и слабые стороны «классической» CRM. Elma, журнал о процессах, эффективности и управлении, — www.elma-bpm.ru
9. Мозговой, М. Клиентский опыт и впечатления — 10 технологий измерения и управления. ВМаркетинге. ру, — www.vmarketinge.ru
10. Игрофикация в секторе финансовых услуг. Тенденции рынка, 2015, — www.arb.ru
11. Визуальный контент и средства визуальной коммуникации. COM agency, — www.comagency.ru
12. Профессия будущего в банке: Директор по инфографике. FutureBanking, — www.futurebanking.ru
13. 16 способов создать потрясающую инфографику. Jet Style, — www.jetstyle.ru

Деловой туризм: проблемы, тенденции, перспективы

Рудская Елена Николаевна, кандидат экономических наук, доцент;

Скабарова Анжелика Александровна, магистрант

Донской государственный технический университет (г. Ростов-на-Дону)

Деловой туризм является одним из первых направлений в индустрии туризма: еще в древние времена люди ездили по своим финансовым делам, останавливаясь для ночлега в тавернах. С развитием транспортной индустрии, в том числе и железнодорожной, география делового туризма заметно расширилась. Безграничность она приобрела с появлением гражданской авиации, когда для человека полет в другую страну с целью делового туризма стал рутиной.

Индустрия делового туризма зародилась на Западе (Великобритания, Франция, Германия), но уже быстро приобрела известность в странах Юго-Восточной Азии (Китай, Индонезия, Вьетнам) и странах Северной Америки.

Существует два направления в деловом туризме: корпоративная тревэл индустрия и индустрия встреч MICE. [1] Аббревиатуру MICE образуют начальные буквы четырех английских слов, которые при расшифровке показывают направления организации данных туров (см. таблицу 1).

MICE-индустрия включает широкий спектр различных видов деятельности — от распространения и продвижения

информации, разработки развлекательной программы или содержания до технического обеспечения встречи. Соответственно, специалисты данной сферы всегда востребованы.

В России же индустрия MICE-туризма сформировалась относительно недавно и сейчас очень стремительно развивается. Высокие стандарты сервиса в этой области в нашу страну привезли сами клиенты — зарубежные компании, привыкшие к качественному обслуживанию у себя дома. Именно английский термин «Business Travel» и был переведён на русский язык как «Деловой туризм». [1]

Деловой или корпоративный туризм — это командировки предпринимателей, их участие в конференциях, семинарах, тренингах, а также инсентив-туризм (поощрительные поездки), организация корпоративных мероприятий (см. рисунок 1).

Корпоративный туризм

Поясним содержание отдельных элементов корпоративного туризма.

Таблица 1. Структура MICE-туризма

MICE			
Meetings (встречи)	Incentives (поощрения)	Conferences (конференции)	Events (выставки, события)
переговоры с партнерами, совещания, тренинги и семинары для дилеров, и другие варианты бизнес-встреч. Правильная организация во многом формирует имидж компании.	поощрительные туры, которые призваны выразить благодарность клиентам, сотрудникам и партнерам. Отлично мотивируют коллектив, укрепляют корпоративные ценности и положительно сказываются на работе.	организация семинаров, конференций, поездок на выставки, для которых важен эффективный результат.	организация выездных корпоративных праздников и туров.

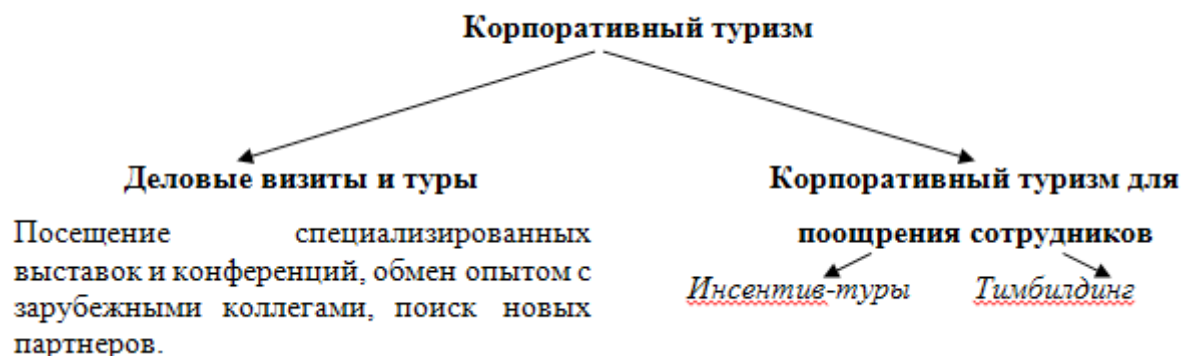


Рис. 1. Виды корпоративного туризма

Инсентив-туры (от англ. *incentive* — побуждение, стимул) представляют собой поощрительные туры для сотрудников. Стоимость инсентив-туров варьируется от 500 до 1500 долл. на человека и даже выше. Эксперты отмечают, что инсентив-туризм ждет большое будущее. В XXI в. он станет главной формой поощрения работников в ведущих отраслях мирового хозяйства.

Тимбилдинг (от англ. *team building* — построение команды, сплочение коллектива) содержит элементы соревнования. Он может быть связан с экстремальным туризмом или проходить в формате выезда за город на базу отдыха.

В настоящее время очень популярен *сюжетный корпоративный туризм*. Туристическая компания организует не просто поездку, а приключение в лучших традициях голливудских фильмов.

Специфика делового туризма проявляется во взаимоотношениях между туристами и организаторами — профессионалами деловых поездок, то есть, по сути, в алгоритме создания продукта делового туризма.

В нем задействовано шесть групп участников:

- туристы;
- поставщики туристских услуг;
- распорядители или планировщики встреч;
- менеджеры направления, или профессиональные устроители встреч, организующие прием и обслуживание делегаций на месте;
- профессиональные организаторы MICE-мероприятий;
- разного рода посредники. [2]

Из основных запросов бизнес-путешественника можно выделить:

1. Подбор оптимального времени вылета и прибытия, а также удобных стыковок авиарейсов;
2. Возможность изменения даты и времени вылета без штрафов, ведь нередко встречи и переговоры затягиваются или переносятся на несколько дней;

3. Наличие надёжного интернет-соединения как в конгресс-центре, так и в отеле, а также возможности круглосуточного пользования услугами бизнес-центра прямо в номере отеля;

4. Обязательная близость отеля проживания и аэропорта к необходимому конгресс-центру;

5. Возможность посещения спортзала, парикмахерской, химчистки или пользования всем спектром бизнес-услуг, не покидая конгресс-центра или отеля;

6. Организация визовой поддержки. Заказы корпоративных клиентов зачастую отличаются нестандартными маршрутами и повышенными требованиями к срокам исполнения.

Организация корпоративного туризма включает в себя следующий перечень услуг (см. рисунок 2):

Средняя продолжительность инсентив-тура составляет 6–7 дней. На рисунке 3 представлена структура участков инсентив-групп. [2]

Возрастные категории путешествующих в рамках делового туризма: мужчины 41–65 лет, женщины 30–50 лет. В последние годы в мире растет средний возраст участников деловых мероприятий и количество женщин — участников. Для России характерны более молодой возраст участников деловых мероприятий (25–45 лет) и меньшее количество женщин среди участников.

В современной структуре международного делового туризма преобладают классические деловые поездки (70% всех деловых поездок). Доля поездок на конгрессы и конференции составляет более 15%, на выставки и ярмарки — более 11%. Примерно 3–4% поездок приходится на инсентив-туры (см. рисунок 4).

Организация данных туров имеет огромные плюсы. В первую очередь, MICE-туризм не имеет сезонности, благодаря чему отели, обслуживающие таких гостей, в любое время года заполнены. Во-вторых, компании-заказчики платят, как правило, в три-четыре раза больше, чем отдыхающие туристы, за высокую скорость

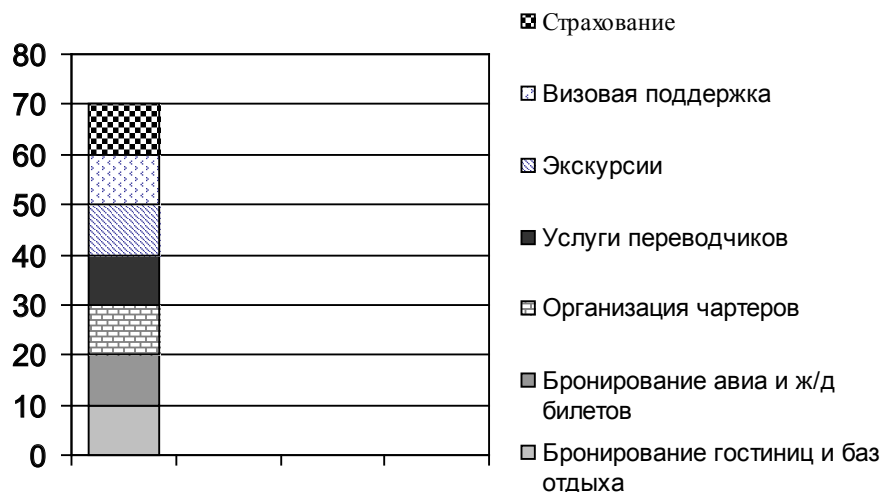


Рис. 2. Перечень предоставляемых услуг в корпоративном туре

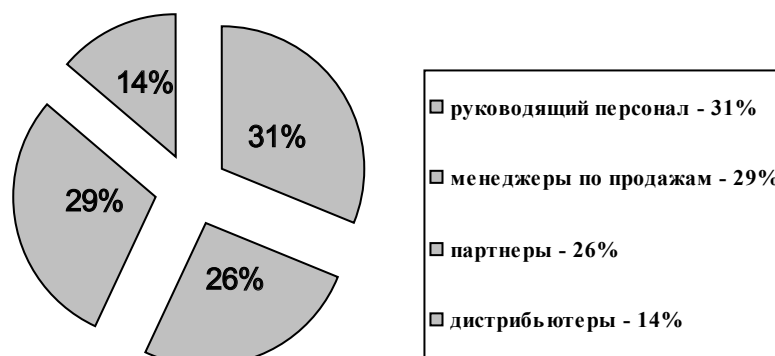


Рис. 3. Структура участников инсентив-групп

и хорошее качество предоставления услуг, проведения мероприятий.

Особенностью делового туризма является то, что бизнес-путешественники оставляют в стране гораздо больше денег, чем среднестатистические туристы. Поэтому Россия следует примеру многих стран мира, и почти каждый год принимает у себя множество международных форумов. [3]

Доходы от этого вида туризма поступают в бюджет государства через налоги. Кроме того, организаторы, при проведении дополнительных экскурсионных программ, рекламируют регион, как туристическую зону, чтобы у гостей возникло желание вновь сюда вернуться, активно работают с местным населением (к примеру, рестораны с национальной кухней, сувенирные мастерские).

Проанализируем ситуацию на рынке делового туризма. Деловой туризм активно развивается в 115 странах мира. Крупные мероприятия в этой сфере, как правило, проходят не в столицах, а именно в регионах, в частности, в Ванкувере (Канада), Франкфурте-на-Майне (Германия), Шанхае (Китай).

По данным Международной ассоциации делового туризма (Global Business Travel Association; GBTA), по со-

стоянию на 2014 год мировым лидером рынка делового туризма являются США, но в 2015 году их может обогнать Китай, чей рынок достигнет объемов в 309 млрд. долл. [5].

Около 40% деловых поездок в мире приходится на европейский регион. По прибытиям и расходам на деловой туризм он занимает первое место среди остальных регионов мира. Основные «поставщики» корпоративных деловых туристов — высокоразвитые страны Европы (Германия, Великобритания, Франция, Италия и Испания). Безусловным лидером здесь является Германия. Около 5 млн. немцев ежегодно выезжают в командировки, преимущественно в другие города Германии (около 80%).

Средняя продолжительность корпоративных бизнес-поездок на другие континенты составляет 12–13 дней, внутри Европы 5–6 дней, по своей стране 3–4 дня.

Международный Совет по туризму и путешествиям (WTTC) отнес Россию к десяти Топ-странам, где до 2017 года спрос на туризм и поездки будет расти. В Топ-10 вошли (список составлен исходя из объема авиапассажиров по стране): США, Китай, Япония, Германия, Великобритания, Франция, Испания, Италия, Россия, Канада. При этом по данным Международного Валютного

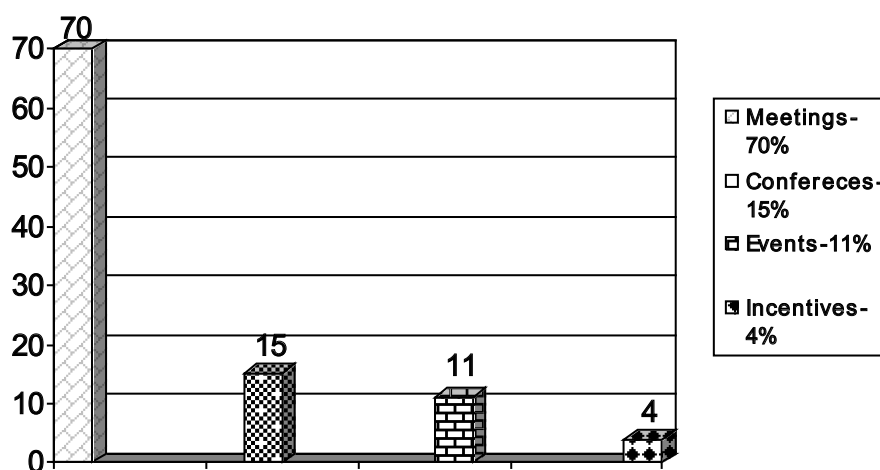


Рис. 4. Структура деловых поездок

Таблица 2. Мировой объем рынка делового туризма

Страна	Период до 2008 г. (млрд. долл. в год)	Во время кризиса 2009–2011 гг. (млрд. долл. в год)	Период 2012–2014 гг. (млрд. долл. в год)
Германия, Франция, Великобритания	более 100	70–80	более 100
Китай, Индия, Япония	200	220	280
США	275	235–240	250

Фонда, число деловых поездок со стороны россиян будет расти темпами, превышающими среднемировые.

Для большей убедительности приведем данные, опубликованные организацией Sabre Travel Network (см. таблицу 2).

Исходя из данных показателей, можно сделать вывод, что в настоящее время рынок корпоративного туризма вышел на докризисный уровень. Так, до мирового финансового обвала объем рынка делового туризма составлял в Германии, Франции, Великобритании более 100 млрд. долл. в год. В период с 2009 по 2011 год объем рынка делового туризма в этих странах сократился минимально, а в 2012–2014 годах он опять составил более 100 млрд. долл. в год. [4]

В США до кризиса 2008 года объем рынка делового туризма составлял около 275 млрд. долл. В период кри-

зиса этот показатель уменьшился до 235–240 млрд. долл., а в настоящее время вырос до отметки в 250 млрд. долл.

В странах Азиатско-Тихоокеанского региона (помимо небольших азиатских стран, также Австралия, Новая Зеландия, Китай, Индия и Япония) объем рынка увеличился, несмотря на кризис. В 2008 году в этих странах объем рынка делового туризма был чуть больше 200 млрд. долл., а к 2012 году объем рынка составил около 280 млрд. долл.

Рассмотрим деловой рынок туризма РФ по *въездным* и *выездным* направлениям. По данным Ростуризма в пятерку лидеров по числу посетивших Россию граждан с целью туризма за 2014 год входят: Китай (409,8 тыс. человек), Германия (349,4 тыс.), США (162,1 тыс.), Турция (134,7 тыс.) и Великобритания (134,3 тыс.) (см. таблицу 3).

Таблица 3. Топ 10 стран — лидеров посетивших Россию с целью туризма в 2014 году

№	Страна	Всего туристов	С целью туризма
1	Китай	1125098	409817
2	Германия	635153	349481
3	США	257070	162102
4	Турция	361416	134702
5	Великобритания	228346	134314
6	Израиль	152853	108175
7	Италия	219976	107072
8	Франция	219210	94941
9	Корея, Республика	135676	82494
10	Финляндия	1446169	68618

Таблица 4. Топ 10 стран по наименьшему количеству граждан посетивших Россию с целью туризма в 2014 году

№	Страна	Всего туристов	С целью туризма
1	Куба	-	6813
2	Болгария	42230	6852
3	Лица без гражданства	349400	7138
4	Португалия	-	7229
5	Венгрия	28421	7595
6	Колумбия	-	7908
7	Тайвань (Китай)	-	8540
8	Гонконг	-	9470
9	Азербайджан	1021204	10158
10	Чешская Республика	68875	10389

В пятерку стран по наименьшему количеству граждан, посетивших Россию с целью туризма, вошли: Куба (6,8 тыс. человек), Болгария (6,8 тыс.), лица без гражданства (7,1 тыс.), Португалия (7,2 тыс.), Венгрия (7,5 тыс.) (см. таблицу 4). [6]

Характерной чертой российского туризма является большой дисбаланс выездного туризма и въездного, при этом в абсолютном большинстве во въездном туризме преобладают деловые поездки иностранных граждан в страну, чем отдыхающие туристы. Точной статистики по данному вопросу нет, но по предварительным оценкам эта цифра составляет 9:1.

Всего по данным Ростуризма в 2014 году количество российских граждан выехавшим за рубеж составило — 45888935 граждан, что на 15% меньше 2013 года (в том числе по служебным направлениям 670227 граждан, что на 7% меньше 2013 года). На деловом рынке в пятерку лидеров по выездным направлениям с целью служебного туризма из России вошли: Китай, Германия, Финляндия, Таиланд, Республика Корея, что отражено в таблице 5. [7]

В пятерку наименее посещаемых стран российскими гражданами, с целью служебного туризма вошли: Тунис, Мальта, Словакия, Иордания, Канада, [7] что отражено в таблице 6.

Таблица 5. Топ-10 популярных стран по выезду туристов из России со служебной целью

Страны	Цели поездки	2013 г.	2014 г.	Сравнение выехавших российских граждан в 2014 с показателем 2013 г. (+ - %)
Китай	Всего	2057810	1923473	-7
	Туризм	1067542	766306	-28
	Служебная	259223	235075	-9
Германия	Всего	1575714	1535410	-3
	Туризм	830907	820096	-1
	Служебная	94011	93018	-1
Финляндия	Всего	5525064	4799142	-13
	Туризм	904730	379242	-58
	Служебная	45995	21178	-54
Таиланд	Всего	1452922	1305982	-10
	Туризм	1034977	933759	-10
	Служебная	32781	22954	-30
Корея, Республика	Всего	211258	235332	11
	Туризм	107055	126239	18
	Служебная	28930	30755	6
Франция	Всего	575356	557899	-3
	Туризм	374878	361732	-4
	Служебная	26487	25199	-5
Великобритания	Всего	351701	343317	-2
	Туризм	187074	182245	-3
	Служебная	20793	19827	-5
Швейцария	Всего	293872	299157	2
	Туризм	203137	209162	3
	Служебная	18422	18771	2
Турция	Всего	4108196	4380558	7
	Туризм	3078563	3278405	6
	Служебная	17179	20391	19
Австрия	Всего	396860	348347	-12
	Туризм	272564	229028	-16
	Служебная	17006	15783	-7
Всего по всем странам	Всего	54069079	45888935	-15
	Туризм	18291737	17611569	-4
	Служебная	1031639	927303	-10

Таблица 6. Топ-10 наименее популярных стран по выезду туристов из России со служебной целью

Страны	Цели поездки	2013 г.	2014 г.	Сравнение выехавших российских граждан в 2014 с показателем 2013 г. (+- %)
Тунис	Всего	303696	269391	-11
	Туризм	282523	242895	-14
	Служебная	336	259	-23
Мальта	Всего	35090	26884	-23
	Туризм	31336	24028	-23
	Служебная	352	325	-8
Словакия	Всего	10353	6140	-41
	Туризм	1711	1369	-20
	Служебная	354	377	6
Иордания	Всего	20082	15392	-23
	Туризм	9150	7957	-13
	Служебная	458	728	59
Канада	Всего	19232	19256	0
	Туризм	8260	6401	-23
	Служебная	548	433	-21
Куба	Всего	58952	59370	1
	Туризм	46166	44202	-4
	Служебная	638	884	39
Румыния	Всего	7030	14978	113
	Туризм	2850	7382	159
	Служебная	680	1159	70
Хорватия	Всего	102618	88795	-13
	Туризм	82057	70609	-14
	Служебная	1601	1188	-26
Кипр	Всего	668185	708336	6
	Туризм	579702	549177	-5
	Служебная	1867	2215	19
Египет	Всего	2212662	2994984	35
	Туризм	1909240	2565726	34
	Служебная	2550	3513	38
Всего по всем странам	Всего	54069079	45888935	-15
	Туризм	18291737	17611569	-4
	Служебная	1031639	927303	-10

Как и прежде, основным мотивом выезда туристов стала цель отдыха в отпускное время. Если учесть, что в среднем рынок делового туризма составляет, по данным экспертов, от 60 до 80% от общего рынка туристических услуг, то можно предполагать, что объем рынка делового туризма в России приблизительно составляет от 250 до 350 млн. долл., что намного ниже абсолютных показателей развитых и развивающихся стран.

К сожалению, в связи с нестабильностью экономики, по оценкам экспертов, объемы российского рынка делового туризма в 2015 году сократятся не менее, чем на 5%. [8]

На рынке делового туризма встречаются *множество проблем*, от передела рынка крупными туристскими ком-

паниями до отсутствия четкой статистической информации. Выделим наиболее важные проблемы и состояние делового туризма в Российской Федерации на сегодняшний день:

1) отсутствие грамотного продвижения и PR по формированию достоверного положительного образа регионов России для развития въездного туризма;

2) отсутствие целенаправленной, узкопрофессиональной, продуманной на государственном и межведомственном уровнях политики подготовки кадров;

3) отсутствие должного внимания к участию в международных выставках индустрии делового туризма;

4) действующий порядок выдачи российских виз гражданам иностранных государств, безопасных в ми-

грационным отношении, не всегда способствующий росту въездного туризма;

5) несоответствие гостиниц по уровню комфорта требованиям действующих стандартов;

6) отсутствие в гостиницах широкого спектра дополнительных услуг;

7) несоответствие цены и качества размещения в гостиницах. [9]

Одним из направлений решения указанных проблем, является использование информационных технологий. Современные информационные технологии и системы связи неодинаково внедрены в разных секторах индустрии делового туризма.

В секторе инсентив-путешествий они используются профессиональными организаторами, которые с помощью веб-сайтов и электронной почты налаживают прямую и обратную связь с клиентами — деловыми туристами и их представителями.

В секторе выставок и конференций новейшие информационные технологии и системы связи играют более заметную роль. Посредством сети Интернет организаторы выставок могут продемонстрировать оформление зала, показать план выставки, забронировать и продать стендовые площади, а деловые туристы — зарегистрироваться в режиме реального времени. Ряд веб-сайтов содержат обширный перечень выставочных мероприятий и их участников, они снабжены мощными поисковыми системами. На веб-сайтах размещаются «дневники мероприятия», которые позволяют посетителям записаться на встречу с экспонентами и обсудить интересующие вопросы.

Можно назвать *несколько причин*, которые делают деловой туризм одной из наиболее *динамично развивающихся областей экономики*:

1) деловые поездки планируются задолго — как минимум, за полгода, что делает их динамику прогнозируемой и стабильной;

2) отличительной чертой бизнес-программ является их независимость от сезона;

3) доходность: бизнес-туры ориентированы на потребителя услуг со средним и высоким уровнем доходов, основной пакет оплачивается корпорантом — организацией, выступающей заказчиком мероприятия. По данным World Tourism Organization, расход на среднестатистического участника конгресса составляет 1540 евро в день.

Определим тенденции, характерные для развития российского рынка делового туризма, отмеченные участниками RBTC (Russian Business Travel Congress):

— возрастание интеллектуальной составляющей;

— устойчивый спрос на отраслевые выставки;

— сокращение средней продолжительности встреч;

— преобладание комбинированных мероприятий, сочетающих в себе конференцию и инсентив-программу;

— традиционное предпочтение «теплых краев» в качестве места проведения корпоративных мероприятий. [10]

По оценкам специалистов, *перспективы развития туризма* в любом регионе нашей страны определяются несколькими факторами: наличием какого-либо особого «магнита» для посетителей — это может быть комплекс или одна какая-то достопримечательность; развитостью туристской инфраструктуры; ценовой политикой в сфере туристического бизнеса и объемом привлекаемых в нее инвестиций; способностью местных органов власти и управления создать благожелательный микроклимат для путешественников.

По сведениям американской организации «Круглый стол делового туризма», увеличение оборота в этой сфере на один миллиард долларов приводит к созданию 100 тыс. новых рабочих мест. Как сообщает пресс-служба оргкомитета выставки «Отдых», индустрия MICE обеспечивает ежегодно 610 млн. деловых поездок и почти 430 млрд. долл. финансового оборота. По прогнозам специалистов, к 2020 году доходность индустрии MICE возрастет в 5 раз — до 2 трлн. долл. в год.

Литература:

1. Гасиев, М. Основы делового туризма и индустрии MICE: сравнение и тенденции. // Деловой туризм и индустрия MICE: основы, понятия и тенденции (практический опыт). М. 2004.
2. Жукова, М. А. Менеджмент в туристском бизнесе М.: КНОРУС, 2006. — 192 с.
3. Зорин, И. В., Квартальнов В. А. Энциклопедия туризма Справочник. — М.: Финансы и статистика, 2003. — 368 с.
4. <http://www.sabretravelnetwork.ru/> — 04.03.2015
5. Beaverstock, Jonathan; Derudder, Ben; Faulconbridge & Witlox (2012), «International Business Travel in the Global Economy», Ashgate Publishing.
6. <http://www.russiatourism.ru/> — 28.02.2015
7. <http://www.russiatourism.ru/content/8/section/82/detail/3768/> — 28.02.2015
8. Итоговая конференция, посвященная вопросам MICE-индустрии/АБТ-АСТЕ Russia [Электронный источник] URL: <http://www.businesstravelrussia.ru/news/> (Дата обращения 13.12.2014)
9. <http://www.tpnews.ru/content/view/1337/9/> — журнал «Туризм: практика, проблемы, перспективы» — 25.02.2015
10. http://serdyukova.ucoz.ru/publ/n_k_serdjukova_rynok_delovogo_turizma_sovremennye_tendencii/1-1-0-1 — 10.03.2015

Обзор международного и российского опыта слияний и поглощений на фармацевтическом рынке

Рябова Галина Александровна, магистрант
Волгоградский государственный технический университет

В статье рассматриваются крупнейшие сделки по слияниям и поглощениям на мировом фармацевтическом рынке. Процессы слияний и поглощений происходящие на фармацевтическом рынке, изменяют его структуру, а также влияют на концентрацию участников, и изменяют уровень монопольной власти компаний — что в конечном итоге влияет на уровень цен, и определяет степень доступности лекарственных средств и изделий медицинского назначения для потребителей.

Ключевые слова: фармацевтический рынок, слияния и поглощения, глобализация, транснациональные корпорации, патентный обвал.

Начиная с конца 1990-х годов фармацевтическая промышленность столкнулась с высоким уровнем глобализации, обусловленной ростом издержек на создание и разработку новых препаратов, а также позицией крупных медицинских структур, ориентированной на снижение закупочных цен. Все это, приводит к острой необходимости интеграционных процессов в отрасли. Данный процесс проявляется в создании альянсов, объединении систем сбыта, организации обмена информацией, что способствует не только оптимизации административных, научно-технологических, сбытовых структур компании, но и позволяет существенно снизить издержки. В свою очередь, это позволяет не только понизить стоимость препаратов, но и накопить финансовые ресурсы, необходимые для разработки новых лекарственных средств.

Одним из ярких проявлений глобализации в мировой фармацевтической промышленности является возрастание роли транснациональных корпораций (ТНК). В последнее время все чаще используется термин не страна-лидер, а корпорация-лидер отрасли. Значительная часть производственных мощностей приходится на долю крупнейших фармацевтических компаний с объемами

продаж, превышающими десятки миллиардов долларов и высокими показателями капитализации. При этом, рыночная доля крупнейших компаний растет год от года. Так, в период с 2005 по 2011 год рыночная доля 10 крупнейших фармацевтических компаний увеличилась примерно на 10% во многом благодаря М&А-стратегии.

Промышленность, в которой до начала 1980-х годов преобладали национальные, многонациональные и региональные компании в настоящее время включает таких гигантов, как Roche, Pfizer, Johnson&Johnson, GlaxoSmithKline имеющих показатели капитализации, вполне сопоставимые с данными таких корпораций как GeneralMotors, ExxonMobil и др.

На сегодняшний день сделки М&А — одна из широко распространенных процедур в практике западных фармацевтических компаний, нацеленная на экспансию бизнеса и получение доступа к новым рынкам сбыта. Ранее сделки по слияниям и поглощениям были присущи, как правило, развитым странам, однако, благодаря динамичному росту фармацевтической индустрии в развивающихся странах, в частности в России, Китае и Индии произошел рост поглощений со стороны компаний BigPharma, постоянно ис-

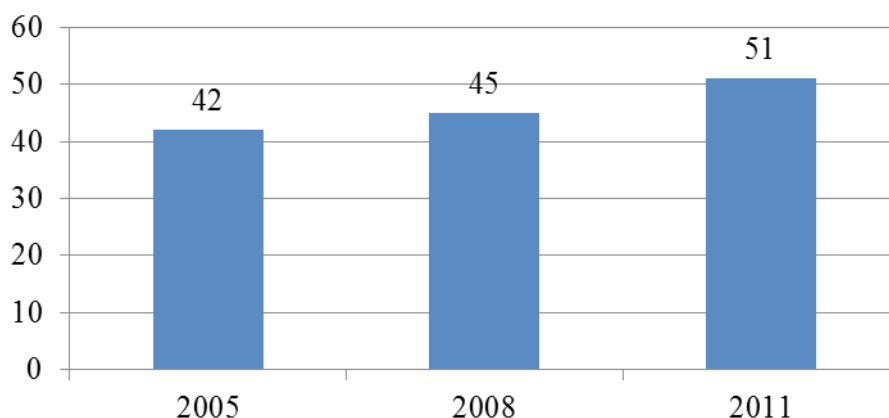


Рис. 1. Доля на рынке 10 крупнейших фармацевтических компаний

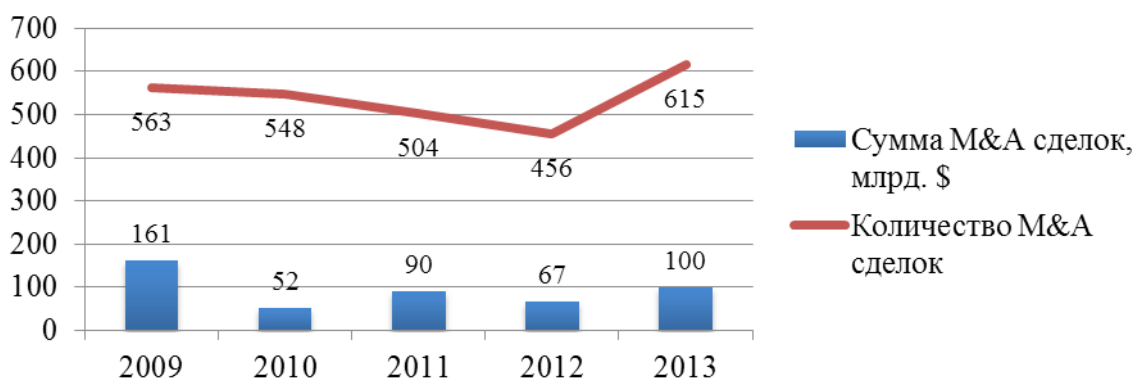


Рис. 2. Количество и сумма M&A сделок (млрд. долларов США) в 2009–2013 годах

пытающихся потребность в новых технологиях и разработках. [10]

Согласно данным, полученным Международной компанией IМАР в ходе ежегодных исследований, мировой фармацевтический рынок слияний и поглощений постепенно восстанавливается после резкого падения в 2010 году. В 2013 году отмечается рост как номинального, так и реального объема сделок по сравнению с аналогичными показателями 2012 года. Так, в 2013 году количество объявленных и/или закрытых сделок увеличилось на 34,9%, а объем сделок в стоимостном выражении на 50% по сравнению с 2012 годом.

Ожидается, что в среднесрочной перспективе эта тенденция сохранится из-за роста стоимости новых разработок, сопровождаемого «патентным обвалом». Так, по оценкам компании EvaluatePharma, по причине истечения сроков действия патентной защиты в 2012 году убытки ведущих международных фармацевтических компаний составили 55 млрд. долларов США, в 2013 году 31 млрд. долларов США и самые высокие потери ожидаются в 2015 году (около 65 млрд. долларов США). [6]

В географическом аспекте развитие M&A-сегмента мирового фармацевтического рынка является весьма неоднородным. Традиционно США являются наиболее активной страной, как по количеству, так и по стоимости осуществленных M&A-сделок в фармацевтическом секторе. Это утверждение подтверждается результатами последних исследований. Согласно отчету «Globalpharma&biotech M&A report — 2013», опубликованному IМАР, 60% сделок по слиянию и поглощению, заключенных в 2013 году, осуществлены компаниями Северной Америки и Западной Европы. Что касается активности в сфере слияний и поглощений в развивающихся странах, то она также растет. Это обусловлено повышением спроса на лекарственные средства, связанное с ростом численности населения и ежегодным увеличением количества пациентов с хроническими заболеваниями, что особенно характерно для стран Азии и Латинской Америки.

Уровень M&A-активности в странах Центральной и Восточной Европы значительно возрос в 2013 году

с общим количеством сделок — 41, по сравнению с 27 сделками в 2012 году, таким образом, рост числа сделок составил 50%. Страной-лидером в этом сегменте стала Польша — было закрыто 13 сделок, на втором месте Россия — 11 сделок. Далее следуют Чехия (5 сделок) и Румыния (3 сделки). В Украине, Словакии, Венгрии и Эстонии было закрыто по две сделки. Из 41 сделки 60% были внутренними, а 40% трансграничными. Наиболее активными международными продавцами и покупателями были США (4 сделки), Франция (3 сделки) и Канада (2 сделки). [13]

Российский фармацевтический рынок в целом характеризуется скорее преобладанием предложений о сотрудничестве и проведении совместных разработок, а не сделок по слиянию и поглощению. В условиях роста фармацевтической отрасли и отсутствия, как таковых, перспективных местных разработок мировые лидеры стремятся обезопасить себя от крупных инвестиций в R&D, предпочитая вкладывать деньги в производство и создание совместных предприятий с сильными российскими игроками. Тем не менее, объем средств, выделяемых лидерами фармацевтического рынка на научно-исследовательские разработки в России, растет, что в свою очередь приведет к появлению отечественных разработок, перспективных для коммерциализации не только на региональном, но и на мировом уровне.

В 2012 году имел место повышенный интерес к фармацевтическим компаниям, занятых разработкой лекарственных препаратов для лечения гепатита С (например, компании Inhibitex, Pharmasset). Интерес к активам этих компаний послужил причиной высокой стоимости сделок слияния и поглощения. Так, стоимость приобретения «Inhibitex» превысила стоимость акций компании на фондовой бирже на 163%.

Также, помимо «Inhibitex», в число компаний, сумма сделок, по приобретению которых превысила их рыночную стоимость, вошли Amylin (на 101% больше) и Human Genome Sciences (на 99% больше). Приобретение компании за сумму, превышающую рыночную стоимость считается хорошо продуманной стратегией игроков мирового

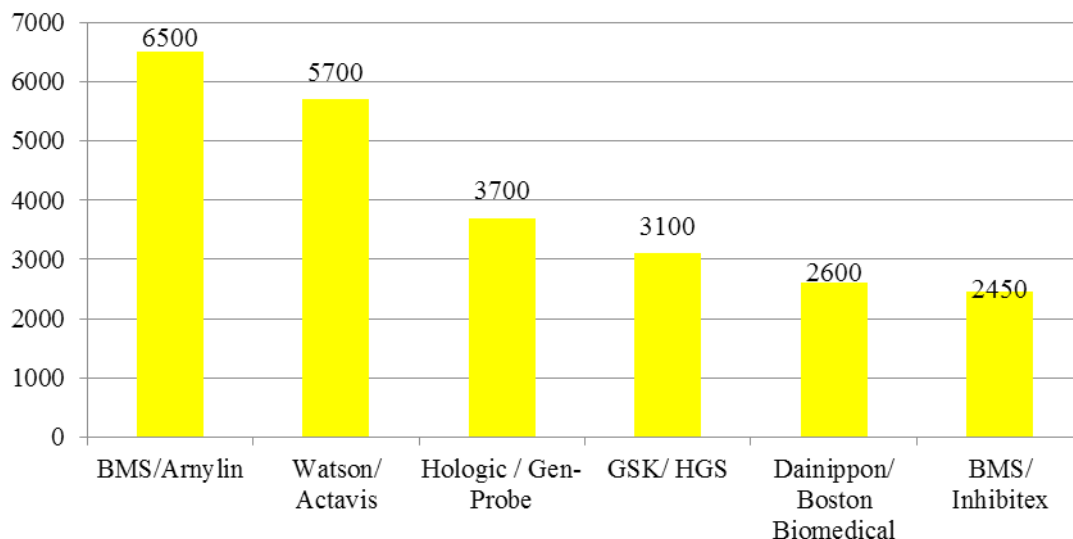


Рис. 3. Сделки стоимостью свыше 500 млн. долларов США в 2012 году

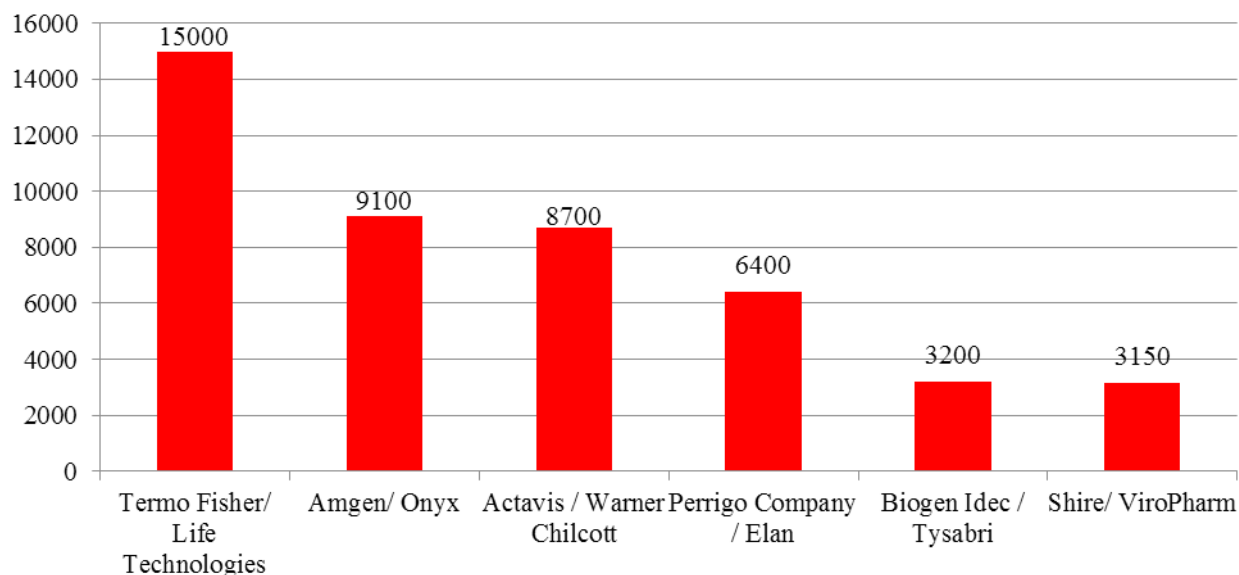


Рис. 4. Сделки стоимостью свыше 500 млн. долларов США в 2013 году

фармацевтического рынка, которые стремятся занять лидирующие позиции. [14]

Таким образом, в результате проведенного обзора международного и российского опыта слияний и поглощений на фармацевтическом рынке, автором был сделан вывод, что слияния и поглощения является крайне сложным и дорогостоящим процессом. В некоторых случаях бизнес-стратегии в М&А-сфере фармацевтических и биотехнологических компаний не оправдывают ожиданий. Не-

смотря на сложности, с которыми приходится сталкиваться мировому фармацевтическому рынку, компании, желающие стать лидерами отрасли, активно работают в направлении дальнейшей экспансии своего бизнеса и консолидации фармацевтического рынка в целом. При этом наиболее привлекательными для слияний и поглощений в фармацевтической сфере становятся компании, усиленно развивающие инновационные технологии и владеющие выходом на перспективные развивающиеся рынки.

Литература:

1. Джинджолия, А. Ф. Международный маркетинг: учебное пособие для студентов, обучающихся по направлению «Экономика» и специальности «Мировая экономика»/А. Ф. Джинджолия, А. В. Евстратов; М-во образования и науки Российской Федерации; Волгоградский гос. технический ун-т. Волгоград, 2011.

2. Евстратов, А. В. Структурные параметры развития фармацевтического рынка Российской Федерации: закономерности формирования и основные тенденции/А. В. Евстратов // Экономика: теория и практика. — 2014. — №4 (36). — с. 39–46.
3. Евстратов, А. В. Основные тенденции слияний и поглощений на фармацевтическом рынке/А. В. Евстратов // Вестник филиала ВЗФЭИ в г. Волгограде. — 2010. — №7. — с. 38.
4. Евстратов, А. В. Динамика основных структурных параметров развития фармацевтического рынка Российской Федерации: тенденции и перспективы/А. В. Евстратов, В. С. Игнатьева // Молодой ученый. — 2014. — №18. с. 357–361.
5. Евстратов, А. В. Основные тенденции и перспективы развития фармацевтического рынка Российской Федерации/А. В. Евстратов, Г. А. Рябова // Молодой ученый. — 2014. — №19. с. 299–304.
6. Евстратов, А. В. Фармацевтический рынок Российской Федерации: основные структурные параметры развития в 2001–2013 годах // Современные технологии управления, 2015. — №2 (50). — с. 27–36.
7. Евстратов, А. В. Основные направления и формы организации маркетинговой деятельности на региональном фармацевтическом рынке: диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук: 08.00.05/А. В. Евстратов. — Волгоград, 2005.
8. Евстратов, А. В. Основные направления и формы организации маркетинговой деятельности на региональном фармацевтическом рынке: автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата экономических наук: 08.00.05/А. В. Евстратов. — Волгоград, 2005.
9. Евстратов, А. В. Стратегический маркетинг: учебное пособие для студентов, обучающихся по направлению «Экономика» и специальности «Мировая экономика»/Евстратов А. В., Абрамов С. А.; М-во образования и науки Российской Федерации; Волгоградский гос. технический ун-т. Волгоград, 2010.
10. Лазерева, А. Фармацевтическая отрасль: обзор рынка, тенденции и прогнозы [Электронный ресурс] // HR planet: информ. Портал — 2011. — URL: <http://planetahr.ru/publication/4758/33> (дата обращения: 17.02.2015).
11. Мартынюк, О. В. Особенности развития дистрибуции на фармацевтическом рынке Российской Федерации/О. В. Мартынюк, А. В. Евстратов // Международный научно-исследовательский журнал. — 2014. — №5–2 (24). — с. 32–35.
12. Рябова, Г. А. Регулирование деятельности отечественных и зарубежных компаний на фармацевтическом рынке в РФ/Г. А. Рябова, А. В. Евстратов // Международный научно-исследовательский журнал. — 2014. — №3–3 (22). — с. 64–66.
13. Рябова, Г. А. Анализ фармацевтического рынка Российской Федерации/Рябова Г. А., Евстратов А. В. // Международный научно-исследовательский журнала. — 2014. — №5 (часть 2). — с. 47–49.
14. Стратегия «Фарма 2020» [Электронный ресурс] // Стратегия развития фармацевтической промышленности Российской Федерации на период до 2020 года — 2020. — URL: <http://pharma2020.ru/strategy.html> (дата обращения: 15.02.2015).
15. Тюренков, И. Н. Товаропроводящая система волгоградского фармацевтического рынка/И. Н. Тюренков, А. В. Евстратов // Новая Аптека. — 2003. — №5. — с. 18.
16. Evstratov, A. V. Mergers and acquisitions of companies in the global pharmaceutical market in 1999–2012/A. V. Evstratov // World Applied Sciences Journal. — 2014. — №32 (7). — pp 1400–1403.

Проблема анализа качественных показателей кондитерской продукции предприятий пищевой промышленности региона

Саранцева Елена Геннадьевна, кандидат экономических наук, доцент;
Николаева Мария Олеговна, студент
Мордовский государственный университет имени Н. П. Огарёва (г. Саранск)

Уже несколько десятилетий во всем мире большое значение уделяется качеству продукции. Высокое качество продукции является основным залогом успеха фирм в конкурентной борьбе на рынке. Актуальность данной категории обусловлена тем, что качество, сегодня воспринимается уже не как абстрактная категория, а как стратегическая задача, от успешного решения которой во многом

зависит стабильность и развитие российской экономики, её место в мировом производстве и распределении.

Проблема повышения качества продукции является актуальной для любого предприятия, особенно на современном этапе, когда для повышения производства все большее значение играет фактор «качество продукции», обеспечивающий её конкурентоспособность.

Различают обобщающие, индивидуальные и косвенные показатели качества продукции.

Обобщающие показатели характеризуют качество всей произведённой продукции независимо от её вида и назначения. К ним относятся следующие показатели:

- удельный вес новой продукции в общем её выпуске;
- удельный вес продукции высшей категории качества;
- удельный вес экспортируемой продукции, в том числе высокоразвитые промышленные страны
- средний коэффициент сортности;
- удельный вес сертифицированной продукции;
- удельный вес продукции, соответствующей мировым стандартам.

К индивидуальным показателям качества продукции можно относиться:

- полезность (жирность молока, содержание белка в продуктах питания);
- надёжность (долговечность, безотказность в работе);
- технологичность (трудоемкость, энергоёмкость);
- эстетичность изделий (дизайн, привлекательность);
- стандартизация;
- технико-эксплуатационные характеристики;
- согласованность с окружающей средой (экологичность, безвредность для жизни).

К косвенным показателям можно отнести: штрафы за некачественную продукцию, объем и удельный вес забракованной продукции, удельный вес зарекламированной продукции, себестоимость забракованной продукции, расходы по исправлению брака, стоимость брака по цене возможного использования, сумма удержаний с виновных лиц, потери от брака и др. [5].

Проанализируем показатели качества продукции Самарской кондитерской фабрики ОАО «Ламзурь».

В настоящее время ОАО «Ламзурь» является современной кондитерской фабрикой и входит в число лучших российских предприятий. Она занимала и занимает достойное место на российском рынке кондитерских продукции, постоянно радуя своих потребителей и партнеров уникальными вкусами и превосходным качеством своей продукции. Продукция реализуется более чем в 60 ре-

гионах РФ и Ближнего зарубежья (Беларусь, Казахстан, Таджикистан, Грузия, Азербайджан). Предприятие занимает порядка 15% доли рынка Мордовии, имеет значительные продажи в Нижегородской области, Самарской области, Татарстане, Москве, Санкт-Петербурге, Дагестане, Челябинской области

Ассортимент продукции на данный момент включает в себя более 300 наименований, а объем выпускаемой продукции составляет 30000 тонн кондитерских изделий в год. Это такая кондитерская продукция как:

- конфеты: помадные, пралиновые; карамель леденцовая, молочная и фруктово-ягодная; ирис, сбивные конфеты, наборы шоколадных конфет;
- печенье — сахарное, затяжное и сдобное, печенье-сэндвичи;
- вафли, зефир, мармелад и многое другое, без чего трудно себе представить нынешний кондитерский рынок России.

Успехи ОАО «Ламзурь» связаны в первую очередь с поддержанием постоянного высокого качества выпускаемой продукции. В 2007 г. на предприятии была внедрена Международная система управлением качества (СМК) 9001:2001. В 2013 г. ОАО «Ламзурь» получило заключение от внешних аудиторов, что система менеджмента качества на предприятии соответствует требованиям международной системы менеджмента качества ГОСТ Р ИСО 22000:2008, что было подтверждено выдачей сертификата соответствия.

Оценка качества продукции производится также по удельному весу продукции, соответствующей различным стандартам и техническим регламентам.

Рассмотрим основные качественные показатели кондитерской продукции ОАО «Ламзурь» за 2012–2014 гг. (Таблица 1).

Как видно из таблицы 1, за период 2012–2014 гг. на ОАО «Ламзурь» наблюдается улучшение фактических показателей качества по сравнению с планируемыми. Так, в 2012 г. удельный вес продукции высшей категории качества составил 79% по сравнению с планируемыми 75%. Данный показатель по факту превышает планируемый на всем протяжении анализируемого периода.

Таблица 1. Качественные показатели кондитерской продукции ОАО «Ламзурь» за 2012–2014 гг.

Показатель	2012 г.		2013 г.		2014 г.	
	План.	Факт.	План.	Факт.	План.	Факт.
Средневзвешенный балл качества кондитерской продукции	0,70	0,68	0,75	0,74	0,80	0,78
Удельный вес, %:						
— продукции высшей категории качества	75	79	76	78	78	79
— экспортируемой продукции	13,2	14,6	15,6	15,7	16,5	16,6
— забракованной продукции	0,55	0,51	0,45	0,50	0,40	0,37
— зарекламированной продукции	0,25	0,2	0,25	0,20	0,25	0,20
Потери от брака, тыс. руб.	465	452	350	420	328	314

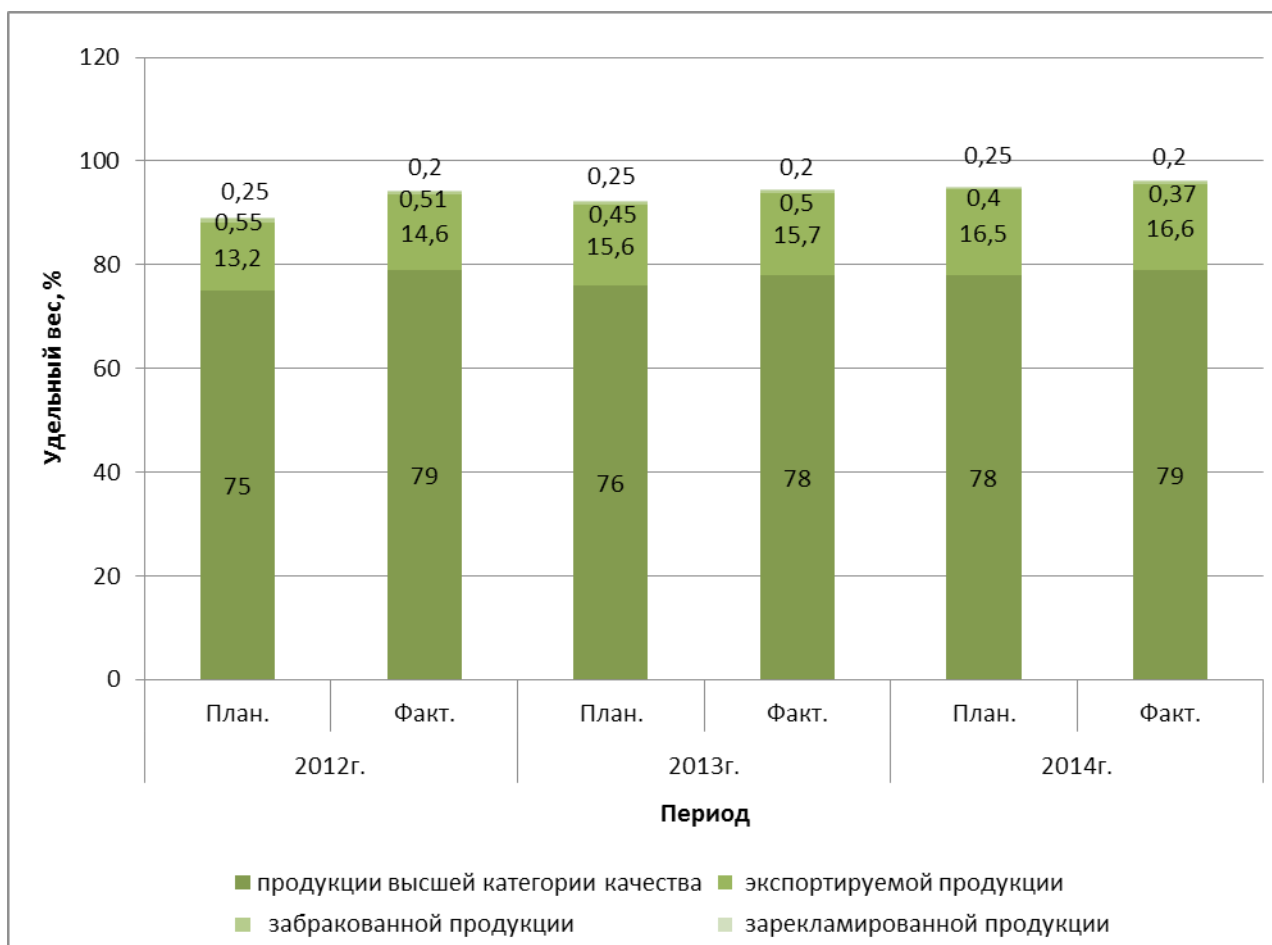


Рис. 1. Качественные показатели кондитерской продукции ОАО «Ламзурь» за 2012–2014 гг.

Фактический показатель удельного веса экспортируемой продукции в 2012 г. не достиг планового и составил 13,2 по сравнению с 14,6 планируемыми. А в период с 2012–2014 гг. данный показатель превысил плановый на 0,1.

Более наглядно данные изменения качественных показателей представлены на рисунке 1.

Из диаграммы видно, что по основным качественным показателям наблюдается их фактическое увеличение в динамике и превышение плановых значений. Таким образом, проделана определенная работа по улучшению качества продукции и повышению ее конкурентоспособности, о чем свидетельствует увеличение удельного веса продукции высшего качества и экспортируемой продукции. Значительно снижена доля забракованной и за-

рекламированной продукции, что свидетельствует о том, что ОАО «Ламзурь» ведет продуманный и строгий контроль за качеством продукции.

Так как предприятие выпускает кондитерскую продукцию по сортам, то в случае изменения ее сортового состава целесообразно рассчитать, как изменилась средневзвешенная цена и средневзвешенная себестоимость единицы продукции. Выполним расчет способом абсолютных разниц по таблице 2.

В связи с улучшением качества продукции (увеличением доли продукции первого сорта и уменьшением соответственно доли второго и третьего сорта) средняя цена реализации по кондитерской продукции предприятия в 2014 г. выше чем в 2012 г. на 450 тыс. руб., а стоимость всего фактического выпуска — на 2359 тыс. руб.

Таблица 2. Влияние сортового состава продукции на объем выпуска в стоимостном выражении ОАО «Ламзурь»

Сорт продукции	Структура продукции, %			Относительное отклонение 2014 г. от 2012 г.
	2012 г.	2013 г.	2014 г.	
Первый сорт	50	70	75	+5
Второй сорт	30	20	15	-5
Третий сорт	20	10	10	0
Итого	100	100	100	-

Таблица 3. Потери от брака на ОАО «Ламзурь», тыс. руб.

Показатель	2012 г.	2013 г.	2014 г.
Себестоимость забракованной продукции	550	500	490
Расходы по исправлению брака	120	80	75
Стоимость брака по цене возможного использования	160	150	140
Сумма удержаний с виновных лиц	25	10	10
Потери от брака (1+2-3-4)	485	420	415

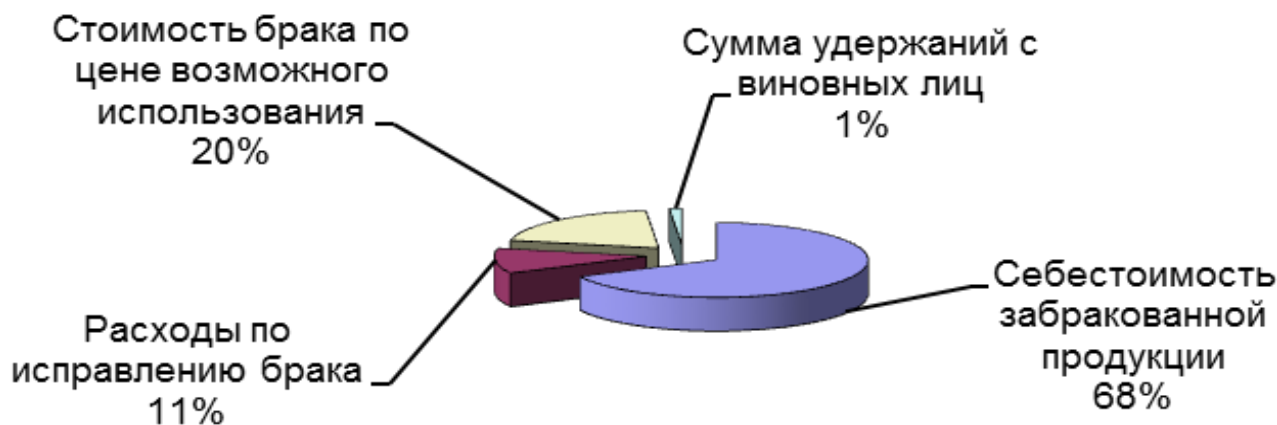


Рис. 2. Показатели потерь от брака ОАО «Ламзурь» в 2014 г., %

Основным косвенным показателем качества продукции на ОАО «Ламзурь» является брак, который подразделяется на исправный и неисправный, внутренний (выявленный на ОАО «Ламзурь») и внешний (выявленный потребителями). Выпуск бракованной продукции ведет к повышению себестоимости продукции, уменьшению объема хозяйственной и реализованной продукции, снижению прибыли и рентабельности.

В процессе анализа качества продукции изучим динамику брака по абсолютной сумме и определим потери от брака по таблице 3.

Таким образом, абсолютное отклонение показателя себестоимости забракованной продукции в 2014 г. по сравнению с 2012 г. составило 60 тыс. руб., что в относительном выражении составляет 40% (Рисунок 2).

Для определения потерь хозяйственной продукции необходимо знать фактический уровень рентабельности. На ОАО «Ламзурь» стоимость хозяйственной продукции в действующих ценах составляет 127265 тыс. руб., а ее себестоимость — 95128 тыс. руб. Отсюда фактический уровень рентабельности равен: $(127265 - 95128) / 95128 * 100 = 34\%$. Это означает, что фактический уровень цены выше себестоимости продукции в 1,34 раза. Потери же хозяйственной продукции равны $420 * 1,34 = 562,8$ тыс. руб.

Литература:

1. Вумек, Д.П. Бережливое производство: как избавиться от потерь и добиться процветания вашей компании / Д.П. Вумек. — М.: Альпина Бизнес Букс, 2012. — 472 с.

Анализ качественных показателей кондитерской продукции показал, что основными причинами понижения качества продукции ОАО «Ламзурь» является недостаточно высокое качество сырья и аритмичность производства. Следовательно, нам необходимо предложить меры по повышению качества продукции.

Улучшение качества — это постоянная деятельность, направленная на повышение качества продукции, снижение затрат на него, совершенствование производства. На наш взгляд, объектом процесса улучшения качества может быть любой элемент производства, например, технологический процесс, внедрение научной организации труда, современного оборудования, обеспечение инвентарем, инструментами, повышение квалификации персонала.

Также руководству фабрики следует доработать политику в области качества и обеспечения безопасности продукции ОАО «Ламзурь», обеспечить увязку с другими видами деятельности и в дальнейшем постоянно осуществлять контроль за её реализацией на предприятии. Улучшение системы менеджмента должно стать важным шагом для организации, по повышению и совершенствованию деятельности. Должны проводиться мероприятия по предупреждению возникновения несоответствий, которые могут быть направлены на замену оборудования или инструментов, а также устаревшей документации.

2. Ефимов, В. В. Управление качеством: Учебное пособие/В. В. Ефимов. — Ульяновск: УлГТУ, 2011. — 141 с.
3. Гончаров, П. П. Система оценки качества кондитерской продукции/П. П. Гончаров, З. Х. Салихова // Вестник удмуртского университета. — 2010. — №3. — с. 52–57.
4. Наумова, Л. М. Управление качеством: Учебное пособие/Л. М. Наумова. — М.: Элит, 2012. — 298 с.
5. Савицкая, Г. В.. Экономический анализ: учеб./Г. В. Савицкая. — 11-е изд., испр. и доп. — М.: Новое знание. — 651 с. — (Экономическое образование)., 2005
6. Прохоров, Ю. К. Управление качеством: Учебное пособие. — СПб: СПбГУИТМО, 2007. — 144 с

Построение эффективной системы внутреннего контроля в целях противодействия легализации преступных доходов и финансированию терроризма в кредитной организации

Селезнева Мария Михайловна, студент

Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации (г. Москва)

Необходимость внутреннего контроля в кредитной организации обусловлена в первую очередь той ролью и функциями, которые она исполняет в экономике. Как известно, основная функция банков — это аккумуляция свободных денежных ресурсов физических лиц и организаций и обеспечение их направления в реальный сектор экономики. Соответственно без устойчивых кредитных организаций не будет устойчивой банковской системы и устойчивой экономики в целом. Для этого и необходим эффективный внутренний контроль в целом и внутренний контроль в целях противодействия легализации преступных доходов и финансирования терроризма (ПОД/ФТ) в частности.

Следует отметить, что универсальную модель системы эффективного внутреннего контроля в целях ПОД/ФТ невозможно построить без учета целого ряда факторов, которые непосредственно оказывают на нее влияние. К ним можно отнести организационную структуру кредитной организации, характер и масштабы ее деятельности и т. п. Соответственно система внутреннего контроля должна соответствовать следующим критериям:

- во-первых, данной системой должны быть охвачены все виды деятельности кредитной организации, причем новациям должно уделяться особое внимание;
- во-вторых, система должна носить превентивный характер, то есть выявлять риски правонарушений до момента их реализации;
- в-третьих, необходима интеграция внутреннего контроля в общую систему управления рисками;
- в-четвертых, должны быть регламентированы права и обязанности участников системы;
- в-пятых, выстроенная система должна соответствовать законодательным требованиям и не нарушать их.

Основная цель системы внутреннего контроля в кредитных организациях — контроль за выполнением мероприятий, направленных на ПОД/ФТ — достигается посредством не только организации контрольных меро-

приятий за соблюдением требований, указанных в нормативно-правовых актах в данной сфере, но и контроля за уровнем рисков и управления конфликтом интересов. Так, например, можно выделить ситуации, когда конфликта интересов не возникает — это идеальный для кредитной организации вариант; второй вариант — когда однозначно можно сказать, что конфликт есть и он неразрешим — в этом случае банк должен отказаться от проведения такой сделки; также есть набор ситуаций, когда потенциальный конфликт есть и он управляемый, но управлять им можно только при соблюдении двух обязательных требований: со стороны сотрудников должно быть серьезное отношение к тем мерам, которые предпринимает комплаенс-функция (т. е. если комплаенс-менеджер говорит сотрудникам, что им нельзя общаться, чтобы не допустить разглашения определенной информации, где может возникнуть конфликт интересов, то они действительно должны следовать данному указанию, чтобы у банка не возникло проблем при проведении данной сделки), со стороны руководства необходима полная поддержка комплаенс-функции.

Необходимо отметить, что создание эффективной системы внутреннего контроля продолжает оставаться актуальной темой, поскольку исходя из динамики отзыва лицензий у банков (рис. 1), последние два года характеризуются значительным увеличением доли отозванных лицензий по причине несоблюдения антилегализационного законодательства. Поэтому внутренние методики кредитных организаций должны обязательно включать мероприятия, связанные с выполнением требований по ПОД/ФТ.

В этой связи отдельное внимание следует уделить анализу следования кредитными организациями принципу «Знай своего клиента» (ЗСК), который был определен в рекомендациях Базельского комитета по банковскому надзору (БКБН) [1]. Стоит отметить, что данный принцип является основной составляющей процедуры идентификации клиента. Соответственно, исходя из принципа ЗСК,

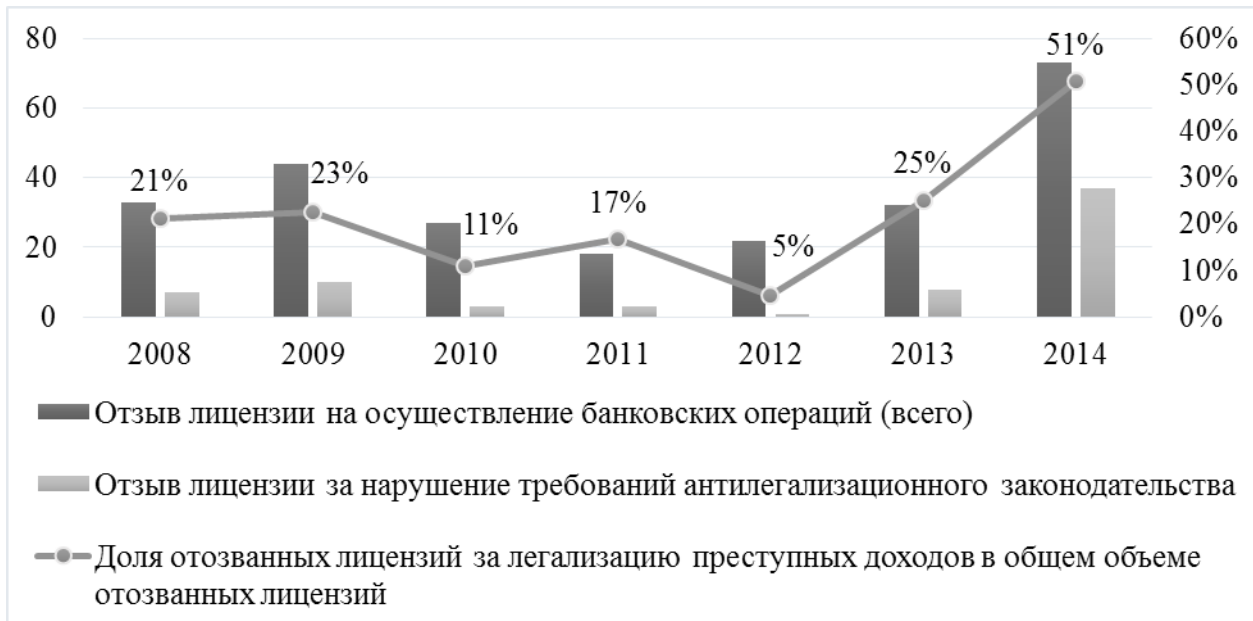


Рис. 1. Динамика отзыва лицензий у банков 2008–2014

Источник: составлено автором на основе годовых отчетов Банка России и портала [banki.ru](http://www.banki.ru/banks/memory/) (www.banki.ru/banks/memory/)

кредитным организациям необходимо предпринимать следующие меры, к которым относятся:

- разработка и внедрение комплексных процедур проверки предоставляемых клиентами сведений;
- определение реального конечного бенефициара, чтобы избежать открытия счета на фиктивное лицо;
- определение профильной профессиональной деятельности клиента и источников его дохода;
- выяснение цели, с которой открывается клиенту счет, и планируемых по данному счету операций.

Все это необходимо для определения группы риска ОД/ФТ по каждому клиенту. Обычно банки производят классификацию по трем группам риска: низкий уровень; средний и высокий. Соответственно, если клиент попадает в категорию высокого уровня риска, банк должен уделять ему повышенное внимание в целях минимизации риска самому стать участником схемы ОД/ФТ. Перечень операций с повышенным уровнем риска приведен в Положении Банка России от 19 августа 2004 г. №262-П «Об идентификации кредитными организациями клиентов и выгодоприобретателей в целях противодействия легализации (отмыванию) доходов, полученных преступным путем, и финансированию терроризма».

Если в кредитной организации к политике ЗСК подходят формально, то в итоге банк может столкнуться с серьезными последствиями. Так, например, если банком при заключении договора с клиентом его деятельность не была до конца изучена в рамках предоставленных документов, и впоследствии выяснилось, что клиент занимается незаконной деятельностью (что было определено правоохранительными органами), то этот факт окажет

влияние на деятельность банка, поскольку часть операций осуществлялась через счета, открытые в нем. Соответственно для банка реализовался репутационный риск, поскольку у клиентов и контрагентов банка сложилось о нем негативное мнение; стратегический и риск ликвидности в связи с оттоком клиентов; а также регуляторный риск, обусловленный мерами, принимаемыми регулятором в подобных случаях (штрафы, ограничения на проведение определенных операций, отзыв лицензии). Поэтому банку необходимо решать задачи в области ПОД/ФТ и заботиться о своей репутации ничуть не меньше, чем думать о прибыли.

В связи с вышеизложенным стоит отметить, что в выстраивании системы внутреннего контроля должно быть заинтересованно руководство банка, а эффективно функционировать данная система будет в том случае, если данное направление будет независимо от других подразделений банка и будет обеспечено необходимыми ресурсами.

При построении системы управления риском ОД/ФТ необходимо учитывать, что данная система должна содержать помимо узкоспециализированной информации, относящейся непосредственно к данной сфере, еще и оценку всех происходящих в банке процессов, включая бизнес-процессы [3, с. 72–73]. В качестве основных элементов данной системы можно выделить стратегию управления риском ОД/ФТ и механизмы выявления и оценки риска ОД/ФТ.

Стратегию управления риском ОД/ФТ разрабатывает непосредственно подразделение внутреннего контроля. Если рассматривать стратегию в качестве документа, который содержит определенный набор правил и соответ-

ственно вариантов решений, которые должны приниматься на основе данных правил, то можно выделить три вида стратегий управления риском ОД/ФТ [4]:

— первая стратегия подразумевает принятие на себя высокого уровня риска с целью извлечения большей прибыли;

В данном случае кредитная организация принимает решение о проведении высокорисковой в сфере ОД/ФТ операции с целью улучшения бизнес-показателей, при этом отдавая себе отчет в том, что есть большая вероятность того, что операция совершается в целях легализации преступного дохода или финансирования терроризма.

— вторая стратегия — стратегия умеренного принятия риска ОД/ФТ — подразумевает оптимальное соотношение доходности и риска осуществляемых операций;

В данном случае кредитная организация предпочтет отказать клиенту в совершении операции на очень крупную сумму, если есть вероятность ОД/ФТ, в целях недопущения вовлечения банка в наиболее распространенные схемы ОД/ФТ.

третья стратегия — консервативная — подразумевает минимизацию совершения высокорисковых операций.

В данном случае кредитная организация активно пользуется предоставленным Федеральным законом от 28.06.2013 № 134-ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации в части противодействия незаконным финансовым операциям» правом в отказе от сотрудничества с клиентами, операции которых относятся к высокорисковым. Однако есть возможность вытолкнуть клиента в нерегулируемое поле, в связи с чем потерять возможность отследить дальнейшее движение денежных средств, а гораздо важнее знать, куда направляются подозрительные деньги, поэ-

тому в случае, когда кредитная организация идет на проведение подобной операции, предпринимаются различные меры по минимизации возможных негативных последствий реализации риска ОД/ФТ.

Следует отметить, что для того чтобы придерживаться какой-либо стратегии управления риском ОД/ФТ необходимо определить, какой максимальный уровень риска может принять на себя кредитная организация.

В соответствии с принятой стратегией должны быть разработаны политика в целях ПОД/ФТ и правила внутреннего контроля в данной сфере, которые должны быть доведены до сотрудников, которые соответственно должны четко понимать и реализовывать на практике положения, указанные в данных документах.

Таким образом, подводя итог, можно сделать следующие выводы. Актуальность темы выстраивания эффективной системы внутреннего контроля обусловлена тем, что тенденция последних лет заключается в ужесточении надзора за кредитными организациями, что проявляется в том числе и за счет увеличения количества отозванных лицензий, причем значительно возросла доля отзыва лицензий из-за несоблюдения требований антиотмывочного законодательства, что напрямую связано с неэффективной работой систем внутреннего контроля. Особое внимание должно быть уделено политике ЗСК, поскольку при формальном к ней отношении может реализоваться целая группа рисков: репутационный, стратегический, регуляторный риски и риск ликвидности. Соответственно должны быть разработаны механизмы по выявлению и оценке риска в сфере ОД/ФТ и стратегия в данной сфере в соответствии с риск-аппетитом кредитной организации, ее организационной структуры, характера и масштабов ее деятельности.

Литература:

1. Письмо Банка России от 02.11.2007 № 173-Т «О рекомендациях Базельского комитета по банковскому надзору» // КонсультантПлюс [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_72313/
2. Положение Банка России от 2 марта 2012 г. № 375-П «О требованиях к правилам внутреннего контроля кредитной организации в целях противодействия легализации (отмыванию) доходов, полученных преступным путем, и финансированию терроризма» // КонсультантПлюс [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/70062622/>
3. Ревенков, П. В., Дудка А. Б., Воронин А. Н., М. В. Каратаев «Финансовый мониторинг: управление рисками отмывания денег в банках». — М.: КНОРУС: ЦИПСИР, 2012. — 280 с.
4. Основы методологии управления риском вовлечения российского банка в процессы легализации преступных доходов и финансирования терроризма [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://ur-consul.ru/Finansovyjj-monitoring-upravlenie-riskami-otmyvaniya-deneg-v-bankakh.t4028.html>

Системный анализ в логистике снабжения ресторанного бизнеса

Сибатулина Диляра Ринадовна, студент
Государственный университет управления (г. Москва)

В данной работе рассматривается процесс оптимального управления материальными потоками в ресторанном бизнесе посредством инструментов логистики. Выявлены и описаны критерии выбора поставщика, принципы построения с ним взаимовыгодных отношений и налаживание цепи поставок.

Ключевые слова: ресторанный бизнес, логистика, снабжение, поставщики.

Логистика в ресторанном бизнесе является новым перспективным направлением исследований, практически не освещенным в научной литературе. Необходимость повышения уровня обслуживания заказов клиентов и повышение эффективности ресторанного бизнеса определяют актуальность вопроса внедрения принципов и правил логистики в производственный процесс ресторанного бизнеса [1–3].

Логистический цикл материальных потоков в ресторанном хозяйстве включает в себя следующие операции: закупку, складирование, предоставление продуктов на кухню, приготовление блюд и их реализация, то есть продажа конкретным клиентам. В данной работе мы оставим свое внимание на закупочной логистике.

Успех и получение прибыли любого ресторана напрямую зависит от грамотной политики отдела снабжения, поскольку только своевременное поступление качественных продуктов обеспечивает нормальное функционирование предприятия. Руководство в данном случае имеет две альтернативы: первая из которых это заключение договоров напрямую с производителями продуктов, а вторая — поиск поставщика, который выступит посредником между рестораном и производителем. Мы считаем наиболее предпочтительным вариантом сотрудничать с поставщиком, и для этого есть свои основания.

Во-первых, поставщик имеет связи с разными производителями и может предоставить большой ассортимент продукции.

Во-вторых, мы экономим на транспортных услугах, поскольку поставщик осуществляет доставку за свой счет.

В-третьих, поставщик берет на себя ответственность за качество продукции и занимается оформлением санитарной и ветеринарной документации. И, наконец, наличие поставщика обеспечивает стабильность и своевременные поставки.

На сегодняшний день российский рынок предоставляет множество крупных и мелких компаний, занимающихся поставками для сектора HoReCa, использующих национальные и международные товаропроводящие сети [1]. Однако не со всеми из них рестораторам под силу выстроить взаимовыгодные партнерские отношения. Данная проблема обусловлена тем, что не всегда обе стороны готовы к компромиссу и руководствуются лишь собственными коммерческими интересами. Поставщики нацелены на скорейшую реализацию максимальных объемов про-

дукции по завышенным ценам, а рестораторы, в свою очередь, стремятся сэкономить и предпринимают попытки заставить первых играть по своим правилам. Безусловно, идеальным вариантом для ресторана является наличие одного партнера, который смог бы оперативно и за приемлемую цену обеспечить его продуктами. Но, к сожалению, подобных примеров на практике почти не существует: далеко не каждый поставщик имеет в наличии полный набор позиций. Особенно данная проблема актуальна для ресторанов, имеющих в меню необычные, экзотические блюда, требующие соответствующих продуктов. [7]

Чаще всего отдел снабжения находит одного-двух крупных поставщиков, которые максимально удовлетворяют запросы ресторана. Но наряду с этим у предприятия имеются еще несколько компаний-поставщиков, которые поставляют определенные виды продукции. Данная стратегия позволяет подстраховаться в случае перебоев в исполнении заказов. На что стоит обратить внимание при выборе поставщика? Выделим несколько значимых моментов для ресторанного бизнеса [8,9]:

1. Надежный поставщик всегда нацелен на долгосрочное сотрудничество;
2. Организация процесса доставки товара и его оперативность;
3. Цены и наличие гибкой системы расчета;
4. Возраст и опыт компании;
5. Количество производителей, имеющих в базе;
6. Местоположение, удаленность от предприятия.
7. Нацеленность поставщика на конечный результат деятельности.

Сам процесс сотрудничества предприятия с компанией-поставщиком строится по следующей схеме. Первоначально в ресторан привозят небольшую партию продукции на апробацию вместе со всей необходимой документацией, включая сертификаты качества и ветеринарные свидетельства. Шеф-повар должен удостовериться в качестве сырья и соответствии их общепринятым стандартам. Если он доволен, а цена устраивает менеджера по снабжению, то заключается договор о поставках продукции и ее оплате. Далее перед менеджером встает вопрос об объеме заказа. Далеко не все рестораторы готовы закупать большие объемы продукции, не будучи уверенными в их скорой реализации. В связи с этим возникает проблема с фасовкой товаров: не все поставщики готовы идти на встречу и расфасовывать упаковки.

В данном случае менеджеру необходимо проанализировать уровень спроса на предлагаемую продукцию и учитывать срок годности того или иного продукта, а также правильно построить логистическую цепь поставок [1–5]. Например, к охлажденному мясу можно применить шоковую заморозку и хранить длительное время, соответственно его можно закупать в большом количестве. Что касается скоропортящихся продуктов и деликатесов, то приходится приобретать ограниченное количество товара, что не всегда выгодно для поставщиков. Но стоит также отметить, что большое количество поставщиков готовы пойти на снижение цен и предоставление скидок, если речь идет о договоре с хорошо зарекомендовавшим

себя рестораном. Нередки случаи, когда для ключевых партнеров они резервируют на своих складах определенный продовольственный запас.

Применение данных советов на практике приведет, на наш взгляд, к более эффективной работе предприятия общественного питания. Рассмотрев все тонкости организации работы отдела снабжения, можно с уверенностью отметить, что качественное управление цепями поставок способно повысить качество предоставляемой пищи, обеспечить ее безопасность и одновременно снизить сопутствующие затраты. Именно поэтому рестораторы активно используют логистические решения как инновационный интегральный инструмент ведения бизнеса.

Литература:

1. Воронов, В. И., Воронов А. В. Международные товаропроводящие сети. Маркетинг. 2013. №6 (133). с. 20–28.
2. Логистика и управление цепями поставок: теория и практика. Основы логистики. Аникин Б. А., Родкина Т. А., Волочненко В. А., Заичкин Н. И., Межевов А. Д., Федоров Л. С., Вайн В. М., Воронов В. И., Водянова В. В., Гапонова М. А., Ермаков И. А., Ефимова В. В., Кравченко М. В., Серова С. Ю., Серышев Р. В., Филиппов Е. Е., Пузанова И. А., Учирова М. Ю., Рудая И. Л. Учебное пособие/Москва, 2014.
3. Воронов, А. В., Воронов В. И. Формирование понятия, миссии, целей, задач, функций, интегральной логики: принципов и методов международной фармацевтической логистики. Современные проблемы науки и образования. 2014. №6. с. 1792.
4. Воронов, В. И., Пичейкина А. С. Основные аспекты логистического консалтинга. Вестник Университета (Государственный университет управления). 2008. №1. с. 55.
5. Аникин, Б. А., Вайн В. М., Водянова В. В., Воронов В. И., Гапонова М. А., Ермаков И. А., Ефимова В. В., Заичкин Н. И., Кравченко М. В., Пузанова И. А., Родкина Т. А., Серова С. М., Серышев Р. В., Серышев Р. В., Федоров Л. С. Логистика: Тренинг и практикум. Учебное пособие/Москва, 2014.
6. Воронов, А. В., Кухаренко А. В., Балдин С. Ю., Андреева И. Н., Казанцева М. М. Выработка требований к логистике термолабильных лекарственных препаратов на 4 уровне «холодовой цепи». Фундаментальные исследования. 2015. №2–1. с. 63–67.
7. Харламова, Т. Все продукты в одном заказе. Современный ресторан №2 (2), октябрь 2005.
8. Кизим, А., Бабак В. Логистика в системе кейтеринга как ключевой составляющей ресторанного бизнеса. Логистика 2012 №12.
9. Баринов, В. Организация логистического процесса закупок на основе анализа взаимоотношений с поставщиками. Логистика 2012 №9

Молодой ученый

Научный журнал
Выходит два раза в месяц

№ 8 (88) / 2015

РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ:

Главный редактор:

Ахметова Г. Д.

Члены редакционной коллегии:

Ахметова М. Н.
Иванова Ю. В.
Каленский А. В.
Куташов В. А.
Лактионов К. С.
Сараева Н. М.
Авдеюк О. А.
Алиева Т. И.
Ахметова В. В.
Брезгин В. С.
Данилов О. Е.
Дёмин А. В.
Дядюн К. В.
Желнова К. В.
Жуйкова Т. П.
Игнатова М. А.
Коварда В. В.
Комогорцев М. Г.
Котляров А. В.
Кузьмина В. М.
Кучерявенко С. А.
Лескова Е. В.
Макеева И. А.
Матроскина Т. В.
Мусаева У. А.
Насимов М. О.
Прончев Г. Б.
Семахин А. М.
Сенюшкин Н. С.
Ткаченко И. Г.
Яхина А. С.

Ответственные редакторы:

Кайнова Г. А., Осянина Е. И.

Международный редакционный совет:

Айрян З. Г. (Армения)
Арошидзе П. Л. (Грузия)
Атаев З. В. (Россия)
Борисов В. В. (Украина)
Велковска Г. Ц. (Болгария)
Гайич Т. (Сербия)
Данатаров А. (Туркменистан)
Данилов А. М. (Россия)
Досманбетова З. Р. (Казахстан)
Ешиев А. М. (Кыргызстан)
Игисинов Н. С. (Казахстан)
Кадыров К. Б. (Узбекистан)
Кайгородов И. Б. (Бразилия)
Каленский А. В. (Россия)
Козырева О. А. (Россия)
Куташов В. А. (Россия)
Лю Цзюань (Китай)
Малес Л. В. (Украина)
Нагервадзе М. А. (Грузия)
Прокопьев Н. Я. (Россия)
Прокофьева М. А. (Казахстан)
Ребезов М. Б. (Россия)
Сорока Ю. Г. (Украина)
Узаков Г. Н. (Узбекистан)
Хоналиев Н. Х. (Таджикистан)
Хоссейни А. (Иран)
Шарипов А. К. (Казахстан)

Художник: Шишков Е. А.

Верстка: Бурьянов П. Я.

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:

420126, г. Казань, ул. Амирхана, 10а, а/я 231.

E-mail: info@moluch.ru

http://www.moluch.ru/

Учредитель и издатель:

ООО «Издательство Молодой ученый»

ISSN 2072-0297

Тираж 1000 экз.

Отпечатано в типографии издательства «Молодой ученый», г. Казань, ул. Академика Арбузова, д. 4