



**НАУЧНЫЙ
ФОРУМ**
nauchforum.ru



№ 5(7)

**НАУЧНЫЙ ФОРУМ:
ЭКОНОМИКА И МЕНЕДЖМЕНТ**

МОСКВА, 2017



НАУЧНЫЙ ФОРУМ: ЭКОНОМИКА И МЕНЕДЖМЕНТ

*Сборник статей по материалам VII международной заочной
научно-практической конференции*

№ 5 (7)
Июнь 2017 г.

Издается с ноября 2016 года

Москва
2017

УДК 33
ББК 65
Н 34

Председатель редколлегии:

Лебедева Надежда Анатольевна – доктор философии в области культурологии, профессор философии Международной кадровой академии, г. Киев, член Евразийской Академии Телевидения и Радио.

Редакционная коллегия:

Самойленко Ирина Сергеевна – канд. экон. наук, доц. кафедры рекламы, связей с общественностью и дизайна Российского Экономического Университета им. Г.В. Плеханова, Россия, г. Москва;

Комарова Оксана Викторовна – канд. экон. наук, доц. доц. кафедры политической экономики ФГБОУ ВО "Уральский государственный экономический университет", Россия, г. Екатеринбург.

Н 34 Научный форум: Экономика и менеджмент: сб. ст. по материалам VII междунар. заочной науч.-практ. конф. – № 5 (7). – М.: Изд. «МЦНО», 2017. – 164 с.

ISSN 2541-8408

Сборник входит в систему РИНЦ (Российский индекс научного цитирования) на платформе eLIBRARY.RU.

ISSN 2541-8408

ББК 65

© «МЦНО», 2017

Оглавление

Экономика	7
1. Бухгалтерский учет, статистика	7
СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ КАТЕГОРИЙ ПБУ И МСФО. ПЕРЕХОД РОССИЙСКОЙ СИСТЕМЫ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА НА МЕЖДУНАРОДНЫЕ СТАНДАРТЫ Миргородская Марина Геннадьевна Макеева Валерия Андреевна	7
2. Маркетинг	13
ФРАНЧАЙЗИНГ В СФЕРЕ ДОШКОЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ Личутина Ольга Викторовна Магомедова Карина Исламовна	13
ОСНОВЫ И ПОСЛЕДСТВИЯ ПРИМЕНЕНИЯ ТЕХНОЛОГИЙ КОНЦЕПЦИИ НЕЙРОМАРКЕТИНГА Набокова Алина Владиславовна	18
КОНЦЕПЦИЯ КОРПОРАТИВНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ: МИРОВОЙ ОПЫТ И ПРАКТИКА БЕЛОРУССКИХ КОМПАНИЙ Разумова Светлана Васильевна	22
3. Менеджмент	30
ОБ ОСОБЕННОСТЯХ ФОРМИРОВАНИЯ КОНКУРЕНТНОЙ СРЕДЫ НА РЫНКЕ ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННЫХ УСЛУГ Сафонова Лариса Александровна Завьялова Ольга Александровна	30
ОЦЕНКА РЫНОЧНОЙ УСТОЙЧИВОСТИ КОММЕРЧЕСКОГО БАНКА Копытова Нина Сергеевна	36
ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ АТТЕСТАЦИИ ГОСУДАРСТВЕННЫХ СЛУЖАЩИХ И ВОЗМОЖНОСТИ ЕГО ПРИМЕНЕНИЯ В РОССИИ Мельничук Александр Васильевич Набиева Сайёра Сергеевна	41
РИСК-ОРИЕНТИРОВАННОЕ МЫШЛЕНИЕ КАК ОДИН ИЗ ПУНКТОВ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ПРОЦЕССА УПРАВЛЕНИЯ РИСКАМИ Подустова Алена Вадимовна	49

СОВРЕМЕННЫЕ ИНФОРМАЦИОННЫЕ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ И ПРОБЛЕМЫ ИХ ВНЕДРЕНИЯ Курмышева Дарья Сергеевна Полежаева Дарья Васильевна Боркова Виктория Александровна	53
ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ КОМАНД В РОССИЙСКИХ ОРГАНИЗАЦИЯХ Курмышева Дарья Сергеевна Полежаева Дарья Васильевна Боркова Виктория Александровна	57
СОВРЕМЕННАЯ КОНЦЕПЦИЯ УПРАВЛЕНИЯ КАЧЕСТВОМ ЖИЗНЕННОГО ЦИКЛА НАУКОЕМОЙ ПРОДУКЦИИ Решетникова Юлия Валериевна	62
4. Природопользование	71
НАЛОГ НА ВЫБРОСЫ CO ₂ КАК ДРАЙВЕР РАЗВИТИЯ РЫНКА ВОЗОБНОВЛЯЕМЫХ ИСТОЧНИКОВ ЭНЕРГИИ Стройков Геннадий Алексеевич	71
5. Региональная экономика	78
ТЕРРИТОРИИ С ЛЬГОТНЫМ РЕЖИМОМ РАЗВИТИЯ КАК ИНСТРУМЕНТ СТИМУЛИРОВАНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА МУНИЦИПАЛЬНЫХ ОБРАЗОВАНИЙ Каткова Нина Андреевна	78
СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ В СФЕРЕ ЖИЛИЩНОГО СТРОИТЕЛЬСТВА Такмашева Ирина Вениаминовна Коновалова Анна Алексеевна	84
6. Стандартизация и управление качеством продукции	89
АНАЛИЗ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ОБРАЗОВАНИЯ В ОБЛАСТИ МЕНЕДЖМЕНТА КАЧЕСТВА Киматова Райгуль Гарифоллиевна Кубашева Гульдарья Амангельдиевна	89

7. Финансы, денежное обращение и кредит	95
ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЕ ВОЗМОЖНОСТИ И РИСКИ НА РОССИЙСКОМ РЫНКЕ СТРУКТУРНЫХ ФИНАНСОВЫХ ПРОДУКТОВ Грапов Ярослав Сергеевич	95
СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ МЕТОДИК ОЦЕНКИ ФИНАНСОВОЙ УСТОЙЧИВОСТИ КОММЕРЧЕСКОГО БАНКА Лебедева Яна Александровна	107
РАЗВИТИЕ ЗЕМЕЛЬНОГО НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ В СТАВРОПОЛЬСКОМ КРАЕ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ Ревергук Наталья Андреевна	113
8. Экономика предпринимательства	118
ВЫБОР СИСТЕМЫ НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ ДЛЯ СУБЪЕКТА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В СЕЛЬСКОМ ХОЗЯЙСТВЕ Хохлова Елена Валериевна Корыстов Владимир Александрович	118
9. Экономика труда	124
К ВОПРОСУ О ПРИМЕНЕНИИ DIGITAL – ТЕХНОЛОГИЙ В ОБУЧЕНИИ ПЕРСОНАЛА Селиванова Екатерина Юрьевна	124
10. Экономическая безопасность	129
СИСТЕМА ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ОРГАНИЗАЦИЙ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ: АКТУАЛЬНЫЕ УГРОЗЫ Гибельнева Елена Алексеевна	129
АНАЛИЗ ПРОДОВОЛЬСТВЕННОГО БАЛАНСА В АЗЕРБАЙДЖАНЕ Ибрагимова Шахла Гусейн кызы	134
11. Экономическая теория	144
МЕТОДЫ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ОЦЕНКИ: ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ Воловод Николай Николаевич	144
ДЕЛОВОЙ ТУРИЗМ-ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ ОТРАСЛЕВОГО РЫНКА Гулиев Ульви Хуррам оглы	148

СПЕЦИФИКА КОНКУРЕНТНЫХ ОТНОШЕНИЙ НА РЫНКЕ ДОВЕРИТЕЛЬНЫХ БЛАГ Колосова Мария Александровна	153
ЭКОНОМИЧЕСКИЙ КРИЗИС В ГРУЗИИ И ПУТИ ЕГО ПРЕОДОЛЕНИЯ Габададзе Изольда Шотаевна Мушқудиани Нино Сосоевна Церетели Инеза Акакиевна	159

ЭКОНОМИКА

1. БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ, СТАТИСТИКА

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ КАТЕГОРИЙ ПБУ И МСФО. ПЕРЕХОД РОССИЙСКОЙ СИСТЕМЫ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА НА МЕЖДУНАРОДНЫЕ СТАНДАРТЫ

Миргородская Марина Геннадьевна

*канд. экон. наук, доц.,
ФГБОУ ВПО «Московский государственный университет
технологий и управления имени К.Г. Разумовского» (ПКУ),
РФ, г. Москва*

Макеева Валерия Андреевна

*бакалавр, направления подготовки «Экономика»
ФГБОУ ВПО «Московский государственный университет
технологий и управления имени К.Г. Разумовского» (ПКУ),
РФ, г. Москва*

COMPARATIVE ANALYSIS OF CATEGORIES OF RAS AND IFRS. THE TRANSITION OF THE RUSSIAN ACCOUNTING SYSTEM TO INTERNATIONAL STANDARDS

Marina Mirgorodskaya

*candidate of economic Sciences, associate Professor,
University named after K.G. Razumovsky (PKU),
Russia, Moscow*

Valeriya Makeeva

bachelor, field of study "Economics"

Moscow state University of technologies and management

University named after K. G. Razumovsky (PKU),

Russia, Moscow

Аннотация. В статье рассмотрены сущность финансовой отчетности и финансового анализа.

Abstract. In the article the essence of financial reporting and financial analysis.

Ключевые слова: финансовая отчетность, финансовый анализ

Keywords: financial reporting, financial analysis

Финансовый анализ является главным элементом анализа хозяйственной деятельности предприятия или организации. Он позволяет оценить финансовое положение хозяйствующего экономического субъекта, а именно – результат проводимой политики управления бизнесом.

Эффективность управления в любой организации в большей мере зависит от его информационного обеспечения. Хочется отметить, что именно от качества используемой информации при принятии управленческих решений организации в большей степени зависят как объем затрат финансовых ресурсов, уровень прибыли предприятия, так и другие показатели, формирующие уровень благосостояния собственников предприятия и темпы его экономического развития.

Элементами финансовой отчетности являются широкие категории, по которым происходит классификация финансовых результатов и событий в соответствии с их экономическими характеристиками [3, с. 24].

Таковыми элементами, непосредственно связанными с измерением финансового положения организации, являются: активы, обязательства, капитал, доходы и расходы.

Все вышеперечисленные элементы финансовой отчетности в совокупности образуют основное балансовое равенство, характеризующее финансовое состояние организации.

Теперь обратим внимание на состав годовой бухгалтерской отчетности. Согласно Приказу Минфина России от 02.07.2010 № 66н (ред. от 06.04.2015) «О формах бухгалтерской отчетности организаций» (Зарегистрировано в Минюсте России 02.08.2010 № 18023), используются следующие документы:

- бухгалтерский баланс;

- отчет о финансовых результатах;
- отчет об изменениях капитала;
- отчет о движении денежных средств;
- отчет о целевом использовании средств;
- пояснения к формам отчетности [6].

Годовая бухгалтерская отчетность – это отчетность организации, которая составляется за отчетный год. Именно эта отчетность является основой для составления годового финансового плана, который дает представление о деятельности предприятия.

Под финансовым анализом понимают систему исследования хозяйственных процессов, финансового положения организации и финансовых результатов ее деятельности, которые складываются под воздействием объективных и субъективных факторов [1, с. 12].

При рассмотрении МСФО видно, что почти каждый российский стандарт имеет аналог в МСФО. При утверждении действующих положений по бухгалтерскому учету в Российской Федерации получают рецензии от Совета по МСФО. В связи с этим многие отечественные специалисты приходят к выводу о том, что российские ПБУ – это лишь не слишком удачная интерпретация соответствующих МСФО [5, с. 27].

Сопоставление основных элементов финансовой отчетности МСФО и РПБУ представлено в табл.1.

Таблица 1.

Понятийный аппарат финансовой (бухгалтерской) отчетности

Элемент финансовой отчетности	Согласно РСБУ	Согласно МСФО	Комментарий
Активы	Определение активов отсутствует.	Ресурсы, контролируемые компанией в результате событий прошлых периодов, от которых компания ожидает экономической выгоды в будущем.	В ПБУ 4/99 в отличие от МСФО 1 не содержится определения активов.
Обязательства	Определение обязательств отсутствует.	Текущая задолженность компании, возникающая из событий прошлых периодов, погашение которой приведет к оттоку из компании ресурсов, приносящих экономическую выгоду.	В ПБУ 4/99 в отличие от МСФО не содержится определения обязательств.
Капитал	Остаточная доля активов предприятия после вычета обязательств.	Иными словами, капитал представляет собой вложения собственников и накопленную прибыль организации.	В РСБУ в отличие от МСФО не содержится определения капитала.
Доходы	Доходами организации признается увеличение экономических выгод в результате поступления активов (денежных средств, иного имущества) и (или) погашения обязательств, приводящее к увеличению капитала этой организации, за исключением вкладов участников (собственников имущества) (п. 2 ПБУ 9/99 «Доходы организации»).	Приращение экономических выгод в течение отчетного периода, происходящее в форме притока или увеличения активов или уменьшения обязательств, что выражается в увеличении капитала, не связанного с вкладами участников акционерного капитала (полн. (а) п. 70 Принципов подготовки и составления финансовой отчетности).	Различия отсутствуют.
Расходы	Расходами организации признается уменьшение экономических выгод в результате выбытия активов (денежных средств, иного имущества) и (или) возникновения обязательств, приводящее к уменьшению капитала этой организации, за исключением уменьшения вкладов по решению участников (собственников имущества) (п. 2 ПБУ 10/99 «Расходы организации»).	Уменьшение экономических выгод в течение отчетного периода, происходящее в форме оттока или истощения активов или увеличения обязательств, ведущих к уменьшению капитала, не связанных с его распределением между участниками акционерного капитала.	В отличие от МСФО в РСБУ расходы определяются не в Принципах подготовки отчетности, а в специальном ПБУ.

Следует учитывать, что изменение ныне действующих и принятия новых ПБУ осуществляется с учетом требований МСФО, и это является частью политики сближения МСФО И РСБУ.

Требования к качеству информации представлены в табл.2.

Таблица 2.

Требования к качеству представляемой финансовой информации

Принцип МСФО	Содержание	Требование (принцип) РСБУ
Понятности	Вся финансовая отчетность должна быть понятной как минимум для квалифицированного пользователя такой информации	Как таковой принцип понятности не определен, но подразумевается
Уместности	Информация считается уместной при условии, что она помогает в принятии экономических решений, выявлении существующих ошибок и их исправлении, а также дает возможность оценить происходящие события	Не декларируется, но можно провести аналогию, как и с принципом понятности
Существенности	Является качественной характеристикой экономической информации, поскольку при ее отсутствии оказывается существенное влияние на принятие финансовых решений пользователем такой информации	Количественная характеристика финансовой отчетности. Может быть, как абсолютной, так и относительной величиной. Важна для определения обычных видов финансовой деятельности организации
Достоверности	Финансовая информация будет считаться достоверной в случае, когда она не содержит ошибок и правильно дает картину финансово-хозяйственной деятельности организации	Понятие «достоверность» относительно новое для российского бухгалтерского учета и полностью соответствует МСФО

- Переход на МСФО – процесс очень сложный, требующий времени, а также переобучения или найма профильных специалистов. Соответствие отчетности международным стандартам объективно дает больше шансов привлечь инвесторов, выйти на мировой рынок и получить выгодные контакты с зарубежными партнерами [4].

На государственном уровне необходимо обеспечить законодательную поддержку МСФО, что включает в себя:

- Создание механизма поддержки внедрения МСФО в России как для компаний, которые уже применяют международные стандарты, так и для тех, кто только собирается перейти на эту систему;

- Необходимо внести изменения в Федеральный закон «Об аудиторской деятельности» от 30.12.2008 № 307-ФЗ (ред. от 03.07.2016) [7] в части придания соответствующего статуса аудиту отчетности, подготовленной в соответствии с МСФО. Согласно данному Закону обязательный аудит должен проводиться во всех организациях, которые представляют и (или) публикуют финансовую отчетность по МСФО;

- Создание эффективного механизма контроля за крупными предприятиями и организациями, составляющими финансовую отчетность по МСФО на базе профессиональных организаций и крупных аудиторских компаний [2].

В заключение хотелось бы отметить, что в существующих условиях переход на МСФО является необходимостью как для отдельных компаний, так и для страны в целом. Данный переход станет важным шагом на пути обеспечения прозрачности информации, предоставляемой инвесторам российскими компаниями, повышения их конкурентоспособности и облегчения выхода на международные рынки.

Список литературы:

1. Анализ финансовой отчетности: учебное пособие / Т.А. Пожидаева. – 3-е изд., стер. – М.: КНОРУС, 2010. – 320 с.
2. Аношина Ю.Ф. Оценка эффективности формирования и использования финансового потенциала малых предприятий. В сборнике: Научные Труды Московского Университета имени С.Ю. ВИТТЕ Москва, 2013.
3. Бухгалтерский учет и анализ: учебник / Н.А. Наумова, М.В. Беллендир, Е.В. Хоменко. – М.: КНОРУС, 2016. – 630 с. – (Бакалавриат).
4. Миргородская М.Г. Методологические и организационные особенности формирования управленческой отчетности консолидированных групп. Инновационное развитие экономики. 2015. № 6 (30). С. 143.
5. МСФО: учет и отчетность: прак.руководство / Е.В. Невешкина, Е.Ю. Ремизова, Г.С. Султанова. – 3-е изд., испр. – М.: Издательство «Омега-Л», 2014. – 137 с.: табл. – (Практическая бухгалтерия).
6. Приказ Минфина России от 02.07.2010 № 66н (ред. от 06.04.2015) «О формах бухгалтерской отчетности организаций» (Зарегистрировано в Минюсте России 02.08.2010 № 18023).
7. Федеральный закон «Об аудиторской деятельности» от 30.12.2008 № 307-ФЗ (действующая редакция, 2016) – [Электронный ресурс]: / URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_83311 (Дата обращения – 23.04.2017 г.).

2. МАРКЕТИНГ

ФРАНЧАЙЗИНГ В СФЕРЕ ДОШКОЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ

Личутина Ольга Викторовна

*ст. преподаватель,
Северный (Арктический) федеральный университет
им. М.В. Ломоносова,
РФ, г. Северодвинск*

Магомедова Карина Исламовна

*студент, Северный (Арктический) федеральный университет
им. М.В. Ломоносова,
РФ, г. Северодвинск*

FRANCHISING IN THE PRESCHOOL EDUCATION

Olga Lichutina

*senior lecturer,
Northern (Arctic) Federal University. M.V. Lomonosova, Russia,
Severodvinsk*

Karina Magomedova

*student,
Northern (Arctic) Federal University. M.V. Lomonosova,
Russia, Severodvinsk*

Аннотация. В статье рассматривается франчайзинг в дошкольном образовании на российском рынке. Представлено описание франчайзинга и проведен сравнительный анализ франшиз детских центров.

Abstract. The article discusses the children's education franchising in the Russian market. The description of this franchise and comparative analysis of franchises of children's centers.

Ключевые слова: франчайзинг, дошкольное образование, рынок, услуга, франшиза.

Keywords: franchising, preschool education, market, service, franchise.

Дети, несомненно, это главное в нашей жизни. Сегодня многие родители стремятся отдать своего ребенка в различные развивающие, обучающие студии, центры, кружки и школы.

Частные клубы и центры для детей все больше получают свое развитие. Количество их с каждым годом растет благодаря постепенно выравнивающейся демографической ситуации и поддержке государства.

В таблице 1 приведены данные о рождаемости детей в Российской Федерации за последние 10 лет [7].

Таблица 1.

Рождаемость населения в РФ

Показатель	Годы									
	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Рождаемость на 1000 чел. населения	11,3	12,0	12,3	12,5	12,6	13,3	13,2	13,3	13,3	12,9

Анализируя данные таблицы 1, можно сделать вывод, что за рассматриваемый период рождаемость увеличивается.

В таблице 2 проанализируем обеспеченность детей дошкольного возраста местами в дошкольных образовательных учреждениях в РФ [7].

Таблица 2.

Обеспеченность детей дошкольного возраста местами в дошкольных образовательных учреждениях - количество мест на 1000 детей

Показатель	Годы									
	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Российская Федерация	562	565	554	553	570	592	600	612	626	

По данным Федеральной службы государственной статистики, представленным в таблице 2 видно, что на 1000 детей дошкольного возраста приходится 626 мест в дошкольных образовательных учреждениях.

Правительство осознало, что без помощи бизнеса проблему нехватки мест в детских садах не решить и стало оказывать более активную поддержку предпринимателям, которые ведут образовательную деятельность по присмотру и уходу за детьми и программам дошкольного образования. 18 июля 2011 года Президентом Российской Федерации был подписан Федеральный закон № 216-ФЗ «О внесении изменений в Часть вторую Гражданского Кодекса Российской Федерации». Эти изменения позволили создать работоспособную и сбалансированную систему франчайзинга.

Бизнес, связанный с дошкольным образованием, в настоящее время очень востребован, потому что в раннем возрасте в ребенка стараются заложить все навыки для жизни с помощью развития креативных качеств и обучения в форме познавательной игры. Принцип чаще всего строится на смене видов деятельности, которые поочередно работают на развитие эрудиции, внимания, слуха, мелкой моторики, эмоционального интеллекта и т. д. В итоге получаются маленькие личности, умеющие рассуждать, отстаивать свое мнение и при этом хорошо ладить с другими людьми.

Бизнес в дошкольном образовании удобнее всего открывать с помощью франшизы, так как есть уже готовая модель бизнеса, с помощью которой предпринимателю не придется нести убытки.

Мировая статистика показывает, что покупка франшизы практически гарантирует малому предпринимателю 90 % успеха, так как из десяти малых предприятий, открытых по методу франчайзинга, девять успешно развиваются [6].

Успех франчайзинговых предприятий обусловлен тем, что все они – часть отлаженной системы. Поэтому в условиях финансово-экономического кризиса именно франчайзинг с его уникальным механизмом построения бизнеса является реальной возможностью не только сохранения, но и приумножения капитала. Наиболее известными франшизами в дошкольном образовании являются такие центры, как «Сема», «Крошка Ру», «ЯСАМ», «Точка роста» и «Fox&Kids».

В таблице 3 рассмотрим франшизы дошкольных образовательных услуг на рынке [1–5].

Таблица 3.

Анализ франшиз детских центров

Финансовые затраты	Название центра				
	«Сема»	«Крошка Ру»	«ЯСАМ»	«Точка роста»	«Fox&Kids»
Стоимость франшизы, тыс. руб.	170				
Объем инвестиций, тыс. руб.	800-1000	3000-3500	250-4980	800	650-800
Роялти	7000 руб.	от 16000 руб.	15000 руб./мес.	пакет «детский центр» 9000 руб./мес.	0 руб. первые 3 месяца, 10000 руб. с 4-го месяца, 16000 руб. с 9-го месяца
Срок возврата инвестиций	6-12 месяцев	2-2,5 года		от 1,5 года	8-10 месяцев
Паушальный взнос, тыс. руб.	1200	970	640	пакет «детский центр» 500	250
Плановое количество персонала, чел.	8-11	от 7		от 3	

Открывая бизнес в сфере детского образования, предприниматель может столкнуться с рядом проблем:

1. Подбор квалифицированного персонала, любящего детей и четко выполняющего свои должностные обязанности по отношению к ним.

2. Выбор аренды помещения, которое подходит под все санитарно-эпидемиологические нормы.

3. Ценообразование, которое будет и окупать затраты, и устраивать родителей.

Но несмотря на все указанные трудности, с которыми может столкнуться предприниматель, открывать бизнес в сфере дошкольного

образования выгодно, если франчайзер гарантирует поддержку. Франчайзер предоставляет франчайзи:

1. Уже опробованные учебные технологии, планы и методические рекомендации для педагогов.

2. Обучающие курсы для педагогов, где они знакомятся с методиками обучения.

3. Описание всех бизнес-процессов, включая бухгалтерскую отчетность и документооборот.

Франчайзинг в сфере детского обучения становится все популярнее и набирает обороты. Предприниматель может пытаться строить свою модель бизнеса, а может приобрести готовый бизнес по франшизе. Бизнес по франшизе позволяет сформировать команду профессионалов, так как франчайзер регулярно проводит обучение сотрудников, осуществляет контроль над деятельностью франчайзи и его команды.

Список литературы:

1. Сеть детских развивающих центров «Сема» – [Электронный ресурс], <http://www.semaclub.ru>.
2. Франшиза детского центра «Крошка Ру» – [Электронный ресурс], <http://f.kroshkaru.ru>.
3. Центры детского развития «ЯСАМ» – [Электронный ресурс], <http://www.yasam.ru>.
4. Международная сеть детских центров гармоничного развития «Точка роста» – [Электронный ресурс], <http://tochka-rostafranch.ru>.
5. Детская академия Fox&Kids – [Электронный ресурс], <http://foxandkids.com/franchise>.
6. Ведущий российский портал бизнес-планов, руководств и франшиз – [Электронный ресурс], <http://www.openbusiness.ru>.
7. Центральная база статистических данных – [Электронный ресурс], <http://www.gks.ru/dbscripts/cbsd/dbinet.cgi>.

ОСНОВЫ И ПОСЛЕДСТВИЯ ПРИМЕНЕНИЯ ТЕХНОЛОГИЙ КОНЦЕПЦИИ НЕЙРОМАРКЕТИНГА

Набокова Алина Владиславовна

*аспирант, Кубанский государственный аграрный университет
имени И.Т. Трубилина,
РФ, г. Краснодар*

FUNDAMENTALS AND CONSEQUENCES OF THE APPLICATION OF TECHNOLOGIES OF THE CONCEPT OF NEUROMARKETING

Alina Nabokova

*graduate student, Kuban State Agrarian University,
Russia, Krasnodar*

Аннотация. В статье рассмотрены основы концепции нейромаркетинга. Определены преимущества данной концепции, а также основные группы нейровизуализации и ее влияния на потребительское поведение. В заключении проанализировано состояние нейромаркетинга в России, а также предложены пути его развития.

Abstract. The article deals with the fundamentals of the concept of neuromarketing. The advantages of this concept are determined, as well as the main groups of neuroimaging and its influence on consumer behavior. In conclusion, the state of neuromarketing in Russia has been analyzed, and ways of its development have been proposed.

Ключевые слова: нейромаркетинг; брендинг; маркетинговая стратегия.

Keywords: neuromarketing; branding; marketing strategy.

Развитие направлений маркетинга неизменно подвергалось сильному влиянию таких наук как психология и нейрофизиология – так прогресс данных наук в двадцатом веке положила начало основам нейронауки и способствовала рассвету методов нейровизуализации. А именно методы нейровизуализации явились базисом нейромаркетинга.

По данным научных исследователей, впервые доктрина нейромаркетинга была представлена профессором Гарвардской школы

бизнеса Дж. Залтменом [3]. На сегодняшний день нейромаркетинг является активно развивающимся маркетинговым направлением, базисом которого является концепция, в соответствии с которой более 85 % умственной деятельности человека протекает за гранью контролируемого сознания – в области «Ид» или «Оно». Именно данной областью воспринимаются различные внешние раздражители, которые в последствии преобразуются органами чувств в эмоции.

Нейромаркетинг представляет собой процесс исследования бессознательных реакций человека на маркетинговые стимулы при помощи специального оборудования (томографы, гальванометры и др.). Полученные в результате исследований данные являются основой для формирования прогнозируемо эффективных маркетинговых мероприятий. Одним из эффективных методов нейромаркетинга является метод извлечения метафор. Данный метод заключается в том, что у подопытных, при помощи ряда изображений, закрепляется положительная эмоциональная реакция. Далее из участвующих в методе изображений формируется коллаж, который впоследствии становится основой рекламной компании бренда и активизирует скрытые образы («метафоры»), стимулирующие покупку продукта у лидов.

Среди преимуществ нейромаркетинга можно выделить отсутствие субъективизма возникающего в процессе опросов и/или маркетинговых исследований – приемы нейромаркетинга позволяют значительно сократить затраты времени, направленные на рост репрезентативности выборки [2].

Заключение о высокой эффективности нейромаркетинга обосновывается в научных исследованиях зарубежных и отечественных авторов (как в области маркетинга, так и в области психологии и нейрофизиологии), в которых детально представлены реакции отдельных зон, а также взаимодействия групп зон головного мозга. В качестве примера можно привести результаты ряда экспериментов, которые продемонстрировали активацию зон группы «А» в случае запуска поведения «риска» у подопытного и зон группы «В» в случае запуска поведения «избегания риска».

На сегодняшний день наблюдается значительный прогресс в исследованиях с применением радиологических методов – являясь методами не требующих инвазивного вмешательства, они дают возможность (в режиме реального времени): визуализировать активность головного мозга; составить объективную оценку активности мозга, как реакции подопытного на внешний раздражитель.

Такие возможности позволяют нейрорадиологам дать беспристрастные ответы на вопросы маркетологов об эмоциях потребителя, результатах решения о покупке продукта и многом другом. На сегодняшний день определены принципы работы и основные реакции зон головного мозга при: предпочтении или равнодушии; доверии или поведении «избегания риска»; удовольствии или разочаровании; чувства альтруизма; подавления или превалирования эмоций.

В отступлении стоит отметить, что появившиеся на основе нейрофизиологии и нейропсихологии научные направления санкционировали всесторонний анализ человеческих реакций на различные маркетинговые стимулы: выявление наиболее эффективных цветов, музыкальных композиций и ароматов – анализ финансовой части данных исследований принято объединять под термином «нейроэкономика».

Далее необходимо отметить вклад нейровизуализации в исследования потребительского поведения. В призме от применяемого подхода, методы нейровизуализации можно разделить на три основные группы [3]:

1. Анализ и адаптация бренда на основании предпочтений целевой группы потребителей. Наиболее эффективными инструментами данной группы выступают реклама и атрибуты архитектуры бренда, а среди мероприятий можно отметить следующие: изучения мотивов потребителей; изучение реакций на концепцию бренда, его рекламную и коммуникационную политику; определение зон внимания и концентрации потребителя; проведение исследования и актуализация ассоциаций потребителя по отношению к бренду.

Описанные выше мероприятия: позволяют построить результативный аналитический инструмент по формированию добавленной стоимости продуктов бренда; способствуют созданию оптимальной стратегии бренда в долгосрочной перспективе; дают возможность сформировать «язык» бренда; способствуют повышению рентабельности инвестиций в рекламу и продвижение бренда.

2. Оценка различных потребительских предпочтений целевой группы потребителей, при помощи реакций выбора и решения приобретения продукта: дефиниция влияющих на выбор потребителя свойств и/или функций продукта бренда; определение и оценка важности свойств продукта, являющихся актуальными для потребителя; определение комплекта позиций бренда и оценка уровня наличия каждой из них.

3. Нахождение основных функций познания, участвующих в процессе внимания и запоминания событий в ходе потребления

продукта. Мероприятия, направленные на данное исследование имеют иерархию из двух уровней: первый уровень – формирование иерархии ценностей для репрезентативной выборки потребителей; второй уровень – исследование возможности потребителей доставать ранее предоставленную информацию о бренде.

При этом стоит отметить, что традиционные методы исследования, как правило, влекут за собой закрытие подлинных эмоций и решений потребителя, за счет бессознательных психологических экранов: экран подсознания – человек не способен постичь своих действительных мотивов и директив; экран иррациональности – человек может стремиться логически объяснить свой выбор, однако он, как правило, иррационален; экран толерантности – человеку присущие утаивание своего отрицательного отношения к тем или иным нормам и/или правилам; экран учтивости – человек, как правило, стремится избегать открытого высказывания своей негативной оценки, так как подсознательно полагает, что подобными высказываниями он обижает собеседника; экран конформизма – человеку необходимо ощущать принадлежность к группе, вследствие этого он, как правило, пассивно перенимает ее точку зрения.

Понемногу воздействуя на получаемые результаты, данные экраны становятся нечувствительными к изменениям со стороны стандартных методов исследований. В то же время, технологии нейронауки санкционируют максимальное заполнение пробелов классических методов, а также дают определенное сближение (компромисс) двух поколений (типов) исследований в единое целое. При этом немаловажно отметить, что именно технологии нейронауки дают возможность добраться до первоисточника, т. е. получить ответы непосредственно от нейронных структур.

Рассматривая позицию российских маркетологов можно отметить их отношение к нейромаркетингу, как к прикладной науке, не всегда содержащей прозрачные методы и результаты. Существенными проблемами в процессе формирования теоретической и практической базы нейромаркетинга в России можно назвать: отсутствие понимания целей и задач дисциплины; недоверие к результатам исследований; особенностей этической составляющей. При этом в России наблюдается усиливающийся интерес к маркетинговым нейротехнологиям и становление рынка нейрофизиологических исследований в маркетинге. В условия роста интереса и имеющихся проблем можно наблюдать ряд сформировавшихся ограничений при применении нейромаркетинга. Нивелировать сложившуюся ситуацию сможет наличие четкого и прозрачного правового поля, регулирующего применение концепций нейромаркетинга.

Список литературы:

1. Залтман Дж. Как мыслят потребители. То, о чем не скажет потребитель, то, чего не знает ваш конкурент. – М.: Олма-Пресс, 2011. – 224 с.
2. Наумов В.Н. Нейромаркетинг: эффективный инструментарий воздействия на потребителя. // Маркетинг и маркетинговые исследования. № 2. – М., 2008.
3. Траиндл А. Нейромаркетинг. Визуализация эмоций: отдельное издание. – М.: А. Паблишер, 2016. – 112 с.

КОНЦЕПЦИЯ КОРПОРАТИВНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ: МИРОВОЙ ОПЫТ И ПРАКТИКА БЕЛОРУССКИХ КОМПАНИЙ

Разумова Светлана Васильевна

канд. экон. наук, доц.,

*Белорусский государственный экономический университет,
Республика Беларусь, г. Минск*

Аннотация. Целью исследования является изучение особенностей использования концепции социальной ответственности в реализации корпоративных и маркетинговых задач компании. Крупные компании испытывают возрастающее давление общественности в части содействия решению проблем экологической безопасности, соблюдения прав человека и сбережения природных ресурсов. Подобные вопросы становятся частью стратегий роста и маркетинговых стратегий. Изучение ряда литературных источников, опыта осуществления КСО-мероприятий различными компаниями на разных уровнях позволило показать их значимость в части достижения желаемых маркетинговых результатов. Сравнение КСО-активностей операторов мобильной связи белорусского рынка привело к определению наиболее успешных из них. Пилотный опрос представителей целевой аудитории показал недостаточную осведомленность о проводимых мероприятиях у оператора МТС ввиду их недостаточного продвижения и фокусировки, в то время как подход Velcom с ориентацией на культурные КСО-проекты оказался более результативным с точки зрения привлечения и вовлечения целевой аудитории. Дальнейшие исследования и проведение масштабного опроса представителей поколения Z позволят определить степень влияния КСО-активностей компаний на лояльность их клиентов.

Ключевые слова. Концепция социальной ответственности, результативность маркетинга, потребительская лояльность, стейкхолдеры, целевая аудитория.

Крупные мультинациональные компании ощущают нарастающее давление общества в вопросах соблюдения и содействия решению экологических, и других социально-значимых проблем. Их участие в проектах и мероприятиях социальной ответственности становится частью их стратегий роста, ценится инвесторами, положительно сказывается и на финансовых результатах [6]. Чем крупнее бизнес, тем более заметно его поверхностное отношение к КСО. Под вопросом остается влияние концепции КСО на эффективность бизнеса, его финансовую состоятельность. Особый интерес вызывает изучение взаимосвязи между использованием принципов КСО и изменением отношения, уровня лояльности представителей целевой аудитории к компании и ее брендам; необходимости и последствиях реализации КСО представителями малого и среднего бизнеса.

Исследования зарубежных авторов доказывают, что целевые КСО-активности ведут к увеличению доверия к компании, увеличивают лояльность как b2b, так и b2c клиентов [5].

Концепция социальной ответственности бизнеса наиболее популярна в настоящее время. Многие компании с мировыми именами принимают активное участие в инвестиционных программах, формируют собственные стратегии роста, создают элементы брендинга, базируясь на концепции социальной ответственности. К примеру, немецкая компания Beiersdorf в своем плане устойчивого развития до 2020 г. определяет «ответственное производство с фокусом на окружающую среду», охрану окружающей среды и повышение качества жизни людей как приоритетные направления. Швейцарская Nestle заявляет об исполнении 42 обязательств перед обществом соответствующих целям ООН по устойчивому развитию. Список социальных обязательств компании включает и развитие сельскохозяйственных регионов, и повышение эффективности использования водных и других ресурсов, и улучшение экологических характеристик продуктов и их упаковки.

В качестве объекта воздействия для КСО можно выделить внешнюю и внутреннюю аудиторию. Внешняя аудитория (стейкхолдеры) – это клиенты компании, представители общественных организаций, государственные службы, местное население, общество в целом. К внутренней аудитории относятся сотрудники компании.

Для внешних стейкхолдеров КСО сегодня реализуется на нескольких уровнях.

Уровень начальный – компания выделяет и направляет средства на решение социально-значимых проблем (филантропия, благотворительность) [1]. В таком случае деятельность компании не связана, а в отдельных случаях даже противоречит социальному благу. В качестве групп воздействия/вовлечения в этом случае выступают существующие и потенциальные клиенты компании, общественные организации, в том числе волонтерские движения, специальные фонды сбора средств, правительственные и государственные учреждения. С точки зрения решения маркетинговых задач, компания обеспечивает себе положительный имидж, привлекает новых клиентов, сопереживающих решаемой социальной проблеме, получает дополнительную коммуникацию, часто на безвозмездной основе, демонстрирует инвесторам приверженность современной системе ценностей, добивается дополнительных продаж и усиливает вовлеченность своих потребителей в процесс покупки. (Например, Макдоналдс показывает трату процента от цены на решение той или иной социальной проблемы).

Некоторые компании, реализующие корпоративную благотворительность, могут стать во главе, стать драйвером решения той или иной социальной проблемы, привлекая к ней дополнительное внимание, при этом в меньшей мере выступая за собственные выгоды и предпочтения. Спонсорство как еще одна форма КСО первого уровня дополнительно позволяет расширить границы бренда или поддержать его позиционирование, нередко может создавать новые коммуникационные коллаборации и даже способствовать развитию нового бизнеса компании. КСО первого уровня, таким образом, не всегда ориентировано лишь на коммерческий результат. На уровне государства такие мероприятия часто поддерживаются через механизм льготного налогообложения или предоставления других предпочтений в части рыночного воздействия.

Второй уровень реализации КСО предполагает использование принципов экологичности, ресурсосбережения, соблюдения высоких норм сохранности здоровья в производстве продукции, реализации услуг. Компании часто используют специальные технологии, ресурсы, сырье для выпуска социально-дружественных товаров. Процесс производства таких компаний становится элементом их брендинга, способствует их восприятию как представителей особой социально-ориентированной формации. Часты случаи выделения товарных категорий, продуктовых линий для придания им статуса социально-значимых. Для такого позиционирования компания использует

«зеленые» элементы брендинга (упаковку, слоган, ингредиенты, внешний вид самого продукта). Экономическим эффектом от реализации КСО на втором уровне можно считать как снижение себестоимости производства, так и наращивание его доходности. Примечательно, что реализация КСО-инициатив положительно воспринимается стейкхолдерами в случае, если компания производит высококачественный товар, но отрицательно в случае, если речь идет о компании, производящий товар низкого качества [2].

Экологический брендинг в купе с высоким качеством товара позволяет снизить ценовую чувствительность в экологически-вовлеченных целевых группах, делает возможным использование маркетинга лидеров мнений, усиливает узнаваемость и вовлеченность целевой аудитории в процессе коммуникаций [4].

В качестве удачного примера можно назвать американский бренд одежды для активного отдыха Patagonia. Бренд не только использует в производстве исключительно органические материалы, но и занимается разработкой новых экологически дружелюбных (флис Synchronilla, натуральный каучук Yulex, древесное волокно Lyocell и др.). Своим опытом компания активно делится с производителями, пропагандируя этическое производство и сохранность окружающей среды. В 2012 компания получила сертификат благотворительной корпорации и создала венчурный фонд, инвестирующий в стартапы в социальной и экологической сферах. В своих рекламных кампаниях бренд призывает не покупать лишней одежды, тем самым остановить необоснованное использование ресурсов.

На третьем уровне КСО реализуется посредством производства и предложения социально-значимых и эко-дружелюбных технологий, сырья, материалов, решений, которые в свою очередь помогают другим компаниям реализовать КСО на втором уровне. К примеру, диверсифицированная компания GE, одна из крупнейших по капитализации в мире, работает в рамках бизнес-стратегии Ecomagination, обязуясь обеспечивать своих клиентов чистыми технологическими решениями. С 2015 года GE состоит в партнерстве с рядом компаний, как-то Wal-Mart, Total, Intel, Goldman Sachs, которого являются увеличение энергетической эффективности, рациональное и бережное потребление водных ресурсов, разработка гибридных технологий возобновляемой энергии.

Исследования McKinsey доказывают способность компаний с высокой КСО-активностью достигать более высоких финансовых результатов. Реализация КСО-программ демонстрирует влияние на рост бизнеса в следующих областях: освоение новых рынков (компании принимают участие в развитии местного бизнес-сообщества);

производство новых продуктов (используя современные ресурсосберегающие технологии, компании создают действительно более ценные продукты); привлечение новых клиентов (компании открывают доступ к товарам и услугам новым социальным группам) [3].

Концепция КСО, направленная на внутренних клиентов – персонал, также весьма интересна для изучения. От создания собственных институтов по поддержке талантливых соискателей до разработки и внедрения внутренних стратегий построения карьеры сотрудника в компании – таков круг задач современной КСО. Такие компании как L'oreal, Danone создают специальные программы карьерного роста и профессионального развития. В компании организуют специальные стажировки и программы развития молодых менеджеров. Так в Danone Беларусь создали специальный проект DanYou, предусматривающий возможности прохождения стажировок, участия в бизнес-играх и дальнейшее трудоустройство для молодых специалистов, выпускников вузов и студентов со специализациями: биология, химия, технология производства, биоинженерия, экономика, финансы, маркетинг, логистика, юриспруденция, менеджмент. В Беларуси заметен и опыт ведущего разработчика программного обеспечения компании EPAM. Компания не только работает над удержанием и увеличением лояльности сотрудников, но активно коммуницирует с потенциальными специалистами, например, организует бесплатные тренинги для студентов старших курсов и выпускников для дальнейшего трудоустройства, активно сотрудничает с 15 белорусскими вузами (БГУ, БГУИР, БГЭУ, БНТУ и др.), открывая специальные лаборатории и ИТ-классы. Для «выращивания» будущих сотрудников EPAM открыла студию инновационных разработок E-KIDS для обучения школьников, периодически проводит ИТ-каникулы с посещением ведущих разработчиков ПО и посещением открытых лекций.

Отдельно стоит выделить применение концепции КСО в отношении собственных поставщиков. Система поддержки производителей своего основного сырья, регионов их присутствия находит отражение в финансовых результатах компании, заинтересованной в стабильности развития собственных партнеров, обеспечивает бесперебойные поставки и гарантированное качество получаемого ресурса. Например, Starbucks разработала глобальную социально-гуманитарную программу Shared Planet, в основе которой заложены такие принципы как: использование кофе, выращенного с соблюдением этических норм; принятие активных мер по защите окружающей среды и активное участие в жизни фермерских

сообществ. Starbucks сотрудничает только с теми фермерами, которые выращивают кофе экологически сбалансированными методами, позволяющими сохранить биологическое разнообразие территорий.

В настоящее время компания управляет центрами поддержки фермеров в ключевых странах-производителях кофе по всему миру, от Коста-Рики до Руанды. Там фермеры получают бесплатный доступ к результатам современных исследований в области агрономии, включая новые сорта устойчивых к болезням деревьев и передовые методы управления почвой. Целью является помощь фермерам в улучшении качества культур и наращивании их прибыльности.

По охвату и значимости решаемых вопросов можно выделить КСО глобального, международного, регионального, локального уровней. Есть программы решения глобальных проблем с вовлечением таких организаций как ООН, ЮНЕСКО, green peace, развития отдельных стран и регионов, решения проблем отдельных социальных групп и личностей.

Рассмотрим опыт реализации КСО на различных уровнях в Беларуси на примере провайдеров мобильной связи и передачи данных УП «Велком» (бренд Velcom) и ОАО «МТС» (бренд МТС). Компании заявляют о приверженности концепции КСО в своих стратегиях развития и принципах работы. Так МТС в качестве принципов работы отмечает ответственное ведение бизнеса, инновационность, приводящую к улучшению качества жизни, содействие росту экономики Беларуси и благосостоянию общества (путем инвестирования в телекоммуникационную инфраструктуру) и т. д. Компания проявляет свою активность по разным векторам: *поддержка спорта* (содействие проведению 27 Чемпионата Европы по художественной гимнастике; Генеральный партнер Белорусской ассоциации гимнастики, официальный партнер Белорусской ассоциации футбола, Национального олимпийского комитета; поддержка спортивных событий и мероприятий и др.); *поддержка культурно-массовых и профессиональных мероприятий* (фестиваля рекламы и маркетинга «Белый квадрат», международного фестиваля искусств «Славянский базар в Витебске», международного фестиваля Юрия Башмета в Минске; создание *специальных проектов* (социально-просветительский проект по обучению пожилых людей компьютерной грамотности, проект по безопасному использованию сети интернет «Дети в интернете»). Есть практика и создания специальных продуктов – тарифных планов для определенных социальных групп, например, акция «Интернет для педагогов». КСО компании достаточно заметна и разнообразна, но в большей мере ориентирована на решение именно национальных и региональных

социальных задач. С точки зрения маркетинговой результативности проекты пока не вносят значимого вклада в имидж бренда, невысок уровень осведомленности о сути и задачах указанных КСО-инициатив среди представителей целевой аудитории.

Политика компании Velcom в области КСО выглядит более сфокусированной и маркетингово успешной. Большинство проектов компании ориентировано на «культурную» составляющую, отличается массовостью и четким попаданием в основные ценности самого бренда. КСО Velcom хорошо направлено на реализацию крупных заметных проектов. К наиболее интересным из них можно отнести организацию музыкальных вечеров классической и джазовой музыки «Классика у Ратуши», проект поддержки белорусского языка и его популяризации среди детей школьного возраста на специальных уроках с участием белорусских сибирити «Читаем па-беларуску з velcom», нетривиальный проект по формированию и поддержанию образа современной белорусской литературы movabox. Отдельно стоит отметить проект строительства солнечной электростанции в Гомельской области, запущенный в 2016 г.

Пилотный опрос среди целевой аудитории брендов демонстрирует превосходство компании Velcom в осуществлении КСО-инициатив и с точки зрения ассоциаций мероприятий с брендом, и с точки зрения их известности и вовлечения стейкхолдеров. В то же время использование КСО в Беларуси воспринимается скорее как часть PR, которой прочится успешное будущее.

Таким образом, концепция корпоративной социальной ответственности, активно применяемая и развиваемая ведущими мировыми компаниями, постепенно входит в практику компаний, оперирующих на белорусском рынке. Наиболее часто реализуемыми направлениями КСО для Беларуси являются спонсорская помощь, event-мероприятия, программы поддержки и вовлечения сотрудников. В то же время использование КСО пока не приводит к значительным финансовым результатам, хотя при грамотном встраивании в маркетинговую стратегию, ведет к улучшению имиджа компании, способствует росту лояльности ее клиентов. Крупные КСО-проекты реализуемы при поддержке или инициированы крупными международными брендами, белорусские ИТ-компании более активны в части КСО, направленной на сотрудников. В целом концепция КСО становится заметным феноменом и на рынке Беларуси, требует тщательного и системного планирования.

Список литературы:

1. Симхович В.А., Данилова Е.А., Романова С.П. Социальная ответственность современного белорусского бизнеса. – Мн., 2012. – 125 с.
2. Bhattacharya C.B., Korschun D. and Sen S. (2011). “What really drives value in corporate responsibility?” McKinsey (December 2011).
3. Bonini Sh. and Koller T.M., Mirvis P.H. (2009). “Valuing social responsibility programs.” McKinsey Quarterly (July 2009).
4. Habel J., Schons L.M., Alavi S. and Wieseke J. (2016). “Warm glow or extra charge? The ambivalent effect of corporate social responsibility activities on customers’ perceived price fairness.” Journal of Marketing, (January 2016), American Marketing Association.
5. Saurabh M. and Sachin B.M. (2016). “Corporate social responsibility and shareholder wealth: the role of marketing capability.” Journal of Marketing, (January 2016), American Marketing Association.
6. Skilton P. and Purdy J. (2017). “Authenticity, power, and pluralism: a framework for understanding stakeholder evaluations of corporate social responsibility activities.” Business Ethics Quarterly (January 2017).

3. МЕНЕДЖМЕНТ

ОБ ОСОБЕННОСТЯХ ФОРМИРОВАНИЯ КОНКУРЕНТНОЙ СРЕДЫ НА РЫНКЕ ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННЫХ УСЛУГ

Сафонова Лариса Александровна

*проф. кафедры производственного менеджмента и маркетинга,
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования «Сибирский государственный
университет телекоммуникаций и информатики», СибГУТИ,
РФ, г. Новосибирск*

Завьялова Ольга Александровна

*аспирант кафедры производственного менеджмента и маркетинга,
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования «Сибирский государственный
университет телекоммуникаций и информатики», СибГУТИ,
РФ, г. Новосибирск*

ASPECTS OF COMPETITIVENESS ON THE TELECOMMUNICATIONS MARKET

Larisa Safonova

*professor of production management and marketing department,
Siberian State University of Telecommunications and Information Science,
Russia, Novosibirsk*

Olga Zavyalova

*postgraduate at Management and Marketing Department,
Siberian State University of Telecommunications and Information Science,
Russia, Novosibirsk*

Аннотация. В статье рассмотрены особенности формирования конкуренции на телекоммуникационном рынке, специфика рынка телекоммуникационных услуг, накладывающая отпечаток на формирование конкурентной среды. Особое внимание уделено особенностям проявления в телекоммуникационной отрасли «сетевых эффектов».

Abstract. The article deals with specific features of the formation of competition in the telecommunications market. The basic problems of the development of this direction are formulating. The features of display of network competition in the telecommunications industry are representing.

Ключевые слова: Конкурентоспособность, телекоммуникационный рынок, «сетевой эффект».

Keywords: The competitiveness, the telecommunications market, "network effect".

Проблема повышения конкурентоспособности российской экономики является одной из наиболее актуальных, решение которой позволит обеспечить устойчивый рост экономики, и, как следствие, безопасность страны и благополучие нации в целом. В свою очередь, ключевым фактором повышения конкурентоспособности национальной экономики является создание необходимых условий для повышения конкурентоспособности российских компаний. К сожалению, многие российские предприятия не имеют опыта, знания основополагающих принципов ведения активной конкурентной борьбы, выявления и завоевания конкурентных преимуществ в силу недостаточной методологической и теоретической проработанности вопросов построения систем обеспечения и оценки конкурентоспособности, разработки эффективных управленческих и организационно-экономических механизмов реагирования на изменения внешней и внутренней среды. Все сказанное актуально и для телекоммуникационных компаний, работающих в условиях динамично развивающегося рынка с высоким уровнем конкуренции и турбулентности внешней среды. Разработка методического инструментария оценки и управления конкурентоспособностью телекоммуникационных компаний во многом определяется конкурентной средой телекоммуникационного комплекса, ее особенностями и тенденциями развития, выявление которых представляется актуальным, как с практической, так и теоретической точек зрения.

Телекоммуникационная отрасль большинства стран мира долгие годы характеризовалась монопольным положением и участием государства в процессе ее управления. Внимание государства к телекоммуникационной отрасли было обусловлено, с одной стороны, ее значительным отставанием в своем формировании от индустриальной сферы, и, с другой стороны, ее значимостью в обеспечении национальной безопасности. Именно поэтому конкуренция на этом рынке стала развиваться значительно позже, чем в других секторах

экономики. Задержка проведения преобразований в телекоммуникационной отрасли тормозила развитие экономики стран и мирового хозяйства, что привело к осознанию необходимости пересмотра структуры государственного сектора связи в направлении разгосударствления телекоммуникационных компаний (как правило, путем их акционирования и последующей приватизацией), снижения уровня монополизации и государственного регулирования.

Деятельность традиционного оператора связи России, созданного на базе государственных предприятий связи в результате процесса их приватизации и реорганизации, регламентируется антимонопольным законодательством в отличие от альтернативного оператора, не оказывавшего до 1990 года услуг связи на сети связи общего пользования. К сказанному следует добавить, что альтернативные операторы действуют на рынке высокодоходных услуг, не требующих значительных инвестиций в организацию и развитие материально-технической базы (например, подвижная связь). Традиционные операторы несут риск «универсального оператора связи», обусловленного моделью информатизации российского общества, согласно которой операторы обязаны принять на себя риск убыточного бизнеса отрасли. Традиционные операторы обязаны оказывать универсальные услуги, т. е. услуги связи, оказание которых любому пользователю на всей территории Российской Федерации в заданный срок, с установленным качеством и по доступной цене является обязательным не зависимо от эффективности ее предоставления.

Телекоммуникационный рынок имеет ряд специфических особенностей, накладывающих отпечаток на формирование конкурентной среды. Во-первых, телекоммуникационная отрасль – это отрасль доступа (клиентам предлагается право доступа к технологическим возможностям сети без права владения), в связи с чем у телекоммуникационной компании реализуется возможность разработки и выбора большого числа вариантов бизнес-моделей с использованием различных тарифных планов, способов взаимодействия с другими операторами связи и предоставления услуг и т. д., обеспечивающих соответствующую эффективность деятельности. Во-вторых, телекоммуникационный рынок – это рынок с сетевым эффектом. Хотелось бы отметить, что как это не парадоксально, но телекоммуникационная отрасль, наиболее часто приводимая в пример в качестве сетевого рынка, еще недостаточно изучена экономистами-теоретиками.

Термин «сетевые эффекты» введен западными экономистами в начале 1970-х гг., в результате исследования рынка дальней телефонной связи после опубликования целого ряда работ, среди которых особо

выделялись работы М. Катца и К. Шапиро «Сетевые внешние эффекты, конкуренция и совместимость» и Д. Фарелла и Г. Салонера «Стандартизация, совместимость и инновации».

Сетевые эффекты – это те дополнительные преимущества, которые получают новые потребители определенного продукта или услуги в результате того, что тем же продуктом/услугой уже пользуется большое число других потребителей. Различают прямые эффекты, связанные с увеличением ценности информационного продукта по мере роста числа его пользователей, и косвенные, основанные на развитии комплементарных рынков (например, рост числа абонентов мобильной связи увеличивает количество точек продаж телефонов и оплаты услуг мобильной связи). Косвенный сетевой эффект возникает в том случае, когда потребление базового продукта повышает доступность и ценность дополняемых или совместимых товаров и услуг, и потребитель получает дополнительную выгоду. Для телекоммуникационного рынка особую роль и значимость имеет косвенный сетевой эффект. Обычный подход к сетевому рынку включает в себя исследование эффекта эскалации [6, с. 16], при котором сетевой эффект, обусловленный либо использованием новых технологий, либо повышенным спросом на услугу/товар, проявляется при достижении критической массы пользователей, после чего количество вновь присоединившихся абонентов возрастает лавинообразно. Чем больше абонентская база сети, тем более значимым становится для абонента факт пользования, тем он лояльнее по отношению к компании и предоставляемым услугам, тем менее вероятен его переход на другую сеть. В связи с этим сетевая конкуренция часто трактуется как технологическая, связанная с борьбой за абонентскую базу. Расширение клиентской базы приводит к уменьшению себестоимости предоставляемых услуг. Это позволяет компаниям дополнительно снижать тарифы и тем самым повышать свою конкурентоспособность. Только те телекоммуникационные компании, приоритетной целью которых является удовлетворение потребностей клиента, могут рассчитывать на стратегическое преимущество в условиях быстро изменяющегося рынка.

Хотелось остановиться на некоторых особенностях проявления сетевой конкуренции в телекоммуникационной отрасли. Для участников телекоммуникационного рынка характерна тенденция технологического выравнивания, смены имиджа от технологических компаний к компаниям, ориентированным на клиента. Известно, что из-за дополнительных затрат на маркетинг, рекламу привлечение нового клиента обходится

в 5 раз дороже сохранения старого [1, с. 68]. Оперативный переход на использование новых телекоммуникационных технологий дает возможность операторам связи не только расширить перечень и способ предоставления услуг, но и повысить качество услуг, получить временное монопольное преимущество на рынке. Наблюдается тенденция сокращения инновационно-технологического цикла отрасли: если на первых двух этапах развития длительность цикла составляла 60 лет, то на последнем этапе – уже 15 [2, с. 24]. В рамках одной технологии реализуется определенный перечень услуг с гарантированными качественными характеристиками, т. е. акцент приоритета потребителя перемещается в сторону качества предоставления услуги (а не качества самой услуги), качества обслуживания. Результаты опросов потребителей телекоммуникационных услуг свидетельствуют, что основным критерием выбора оператора являются не столько технологические характеристики его сети, сколько его умение гибко и эффективно работать с пользователем: выполнение взятых на себя обязательств, компенсация потерь клиента из-за сбоев в связи, гибкая тарифная политика, квалифицированный маркетинг, повышение качества предоставления услуг и обслуживания клиентов и т. д. [4, с. 26].

Для обеспечения оперативного перехода к новым технологическим стандартам операторы связи должны обладать соответствующими финансовыми ресурсами. Практика развития мировой телекоммуникационной отрасли свидетельствует об использовании традиционных финансовых инструментов – финансирование поставщиков, привлечение банковских кредитов, облигационных займов [2, с. 18].

Российские операторы связи являются одними из наиболее активных российских заемщиков. Для российских операторов фиксированной связи основным механизмом долгосрочного финансирования остаются банковские кредиты. В отличие от компаний фиксированной связи, мобильные операторы при привлечении средств в большей степени ориентируются на рынок облигаций.

Таким образом, чтобы выдержать жесткие условия технологической конкуренции на телекоммуникационном рынке, операторы связи должны иметь определенный запас финансовой устойчивости, уделяя внимание постоянному мониторингу своего финансового состояния, сокращению текущих издержек на основе совершенствования бизнес-процессов и использования новых ресурсосберегающих технологий, обладать соответствующей инвестиционной привлекательностью.

Третьей особенностью телекоммуникационного рынка является, то, что это рынок с вертикальной дифференциацией продукта.

Для характеристики любого продукта (услуги) возможно использование различного набора его свойств (качество, наличие послепродажного обслуживания, срок службы и т. д.), каждое из которых может выступать в качестве фактора продуктовой дифференциации, т. е. способствовать его выделению с точки зрения потребителя из остальных товаров или услуг данного класса. Вертикальная дифференциация связана с различием товаров в соответствии с их качеством, а для телекоммуникационного рынка означает, что качественные характеристики услуги связи улучшаются (или снижаются) одновременно для всех ее потребителей [5, с. 2].

Наконец, последней особенностью телекоммуникационного рынка, тесно связанной с вертикальной дифференциацией продукта, следует назвать сетевую олигополию, при которой рост числа фирм, при достаточном различии в предпочтениях, не вызывает увеличения конечного их числа на отдельных сегментах, т. е. при увеличении размера рынка число фирм и их рыночная доля будут оставаться неизменными при росте абсолютной величины продаж [4, с. 2].

Исследование особенностей конкуренции на рынке телекоммуникационных услуг позволило выявить условия и приоритетные факторы формирования конкурентоспособности основных его участников. Это, в свою очередь, является базой, основой для формирования набора критериев и оценки конкурентоспособности операторов связи.

Список литературы:

1. Дойль П. Маркетинг-менеджмент и стратегии. 3-е издание / Пер. с англ. под ред. Ю.Н. Каптуревского. – СПб.: Питер, 2002. – 544 с.
2. Казарян В.А. Осуществление вложений международными инвесторами в российские телекоммуникационные компании. – М: МАКС Пресс, 2003. – 48 с.
3. Кузовкова Т.А. Анализ и прогнозирование развития инфокоммуникаций. – М., 2009. – 218 с.
4. Розанова Н.М., Буличенко Д.А. Конкуренция в телекоммуникационной отрасли: сетевой рынок в условиях продуктовой дифференциации *TERRAECONOMICUS*, 2011, Том 9, № 1.
5. Сафонова Л.А., Завьялова О.А. Особенности конкуренции на рынке телекоммуникационных услуг. Журнал «Экономика и предпринимательство». – 2016. № 10, ч. 3.
6. Sutton J. Market structure: theory and evidence. In *Handbook of Industrial Organization*. 2007, V.3, Elsevier, Ch.35, 2303–2368.

ОЦЕНКА РЫНОЧНОЙ УСТОЙЧИВОСТИ КОММЕРЧЕСКОГО БАНКА

Копытова Нина Сергеевна

*студент магистратуры, экономический факультет,
Ярославский государственный университет им. П.Г. Демидова,
РФ, г. Ярославль*

В условиях современной экономической ситуации, обладающей высокой степенью изменчивости и кризисности на первый план выходят вопросы обеспечения устойчивости экономических субъектов, в том числе и банков. Относительно банковской системы под устойчивостью банка прежде всего понимает его финансовую устойчивость, при этом трактовки этого понятия могут несколько отличаться друг от друга. Например, Шенаев А.О. трактует финансовую устойчивость как «способность своевременно и в полном объеме финансировать свою деятельность и выполнять обязательства с учетом воздействия внешней среды, обеспечивая расширенное воспроизводство в соответствии с оперативными, текущими и стратегическими планами, а также позволяет выполнять возложенные на неё социальные функции» [5]. В связи с таким пониманием, как правило, при оценке устойчивости используются только показатели финансового состояния, примерами таких методик являются методика В. Кроморова и методика CAMEL(S) [4]. Наиболее прогрессивной является методология присвоения рейтинга кредитоспособности банка РА «Эксперт» [3], которая основана на использовании блоков различных факторов, в том числе включая блок рыночных позиции. Однако факторы рассматриваются исключительно с точки зрения их влияния на кредитоспособность банка. Данная методика обладает достаточно сложным алгоритмом оценки и активным применением экспертных мнений, что может вносить некоторую долю субъективности в оценку, а также существует необходимость предоставления дополнительных данных.

Подход к оценке устойчивости банка, основанный исключительно на финансовых характеристиках деятельности, нельзя считать полноценным, поскольку на деятельность банка значительное влияние оказывают рыночные факторы, такие как: рыночное положение, ассортиментная политика, развитость технологий и каналов дистанционного обслуживания и др. Таким образом, автором было уточнено экономическое понятие – «рыночная устойчивость», под которой понимается способность коммерческого банка к достижению

рыночного положения, характеризующегося наличием определенных конкурентных преимуществ в части ассортимента, качества и новизны внедряемых банковских продуктов, а также ростом числа клиентов при сохранении финансовой устойчивости и высоком уровне менеджмента, обеспечивающем сохранение достигнутых рыночных позиций в долгосрочной перспективе.

При оценке рыночной устойчивости помимо финансовых показателей, являющихся обязательной составной частью любой оценки деятельности банковских структур, предлагается оценивать следующие рыночные факторы, которые влияют как на нынешнее, так и будущее положение конкретного банка, а также перспективы сохранения и усиления в последующих временных периодах достигнутых позиций:

- занимаемое рыночное положение;
- спектр предлагаемых услуг (продуктовая политика банка);
- наличие и качество каналов дистанционного обслуживания;
- широта филиальной сети, регионы присутствия;
- качество управления и кадров;
- информационная прозрачность и открытость.

Рассмотрим более детально структуру, а также составные элементы методики. Для оценки обозначенных факторов, используемые для оценки рыночной устойчивости коммерческого банка и имеющие собственные показатели, можно разделить на три раздела: рыночные факторы, показатели финансового состояния (устойчивости), показатели для оценки качества управления. Схематично структура оценки рыночной устойчивости может быть представлена на рис. 1 (составлено автором).

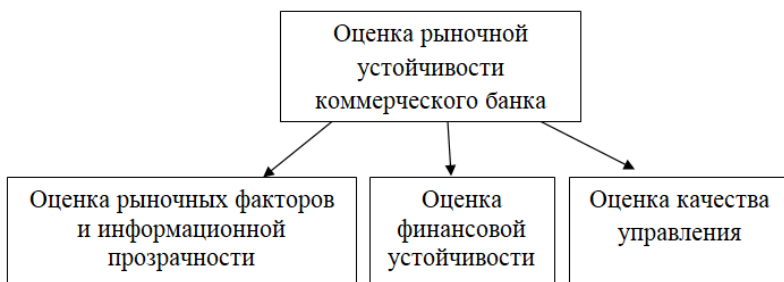


Рисунок 1. Структура оценки рыночной устойчивости банка

Для оценки рыночной устойчивости коммерческого банка будет использоваться бальная оценка отдельных параметров или блоков параметров деятельности в диапазоне от 1 до 3, при этом отрицательная оценка (0 и -1 балл) применяется для факторов, способных оказать негативное влияние на рыночную устойчивость банка.

В целях обеспечения единства оценки для каждого из выбранного параметра установлены соответствующие критерии оценивания. После оценивания каждого из рассматриваемых критериев, полученные баллы суммируются, тем самым формируется итоговое значение, на основе которого можно будет дать комплексную оценку рыночной устойчивости коммерческого банка.

1. Раздел «Рыночные факторы и информационная прозрачность». В данном разделе производится оценка влияния на рыночную устойчивость банка таких факторов, как: история развития, репутация, география деятельности, специализация, ассортиментная политика (анализ продуктовых линеек банка), качество каналов обслуживания, конкурентная позиция банка, информационная прозрачность.

Оценка рыночных факторов деятельности является ключевой частью оценки рыночной устойчивости коммерческого банка, поскольку обеспечение финансовой устойчивости не может гарантировать коммерческую успешность банка, особенно в условиях ужесточения конкуренции, политики регулирования, ограниченности доступа к внешним рынкам капитала в результате введения санкций, а также предложения практически однородных продуктовых линеек и продуктов.

2. Раздел «Оценка финансовой устойчивости». Так как любую оценку деятельности коммерческого банка, как финансового института, невозможно представить без оценки его финансового состояния, то в данную методику также должен быть включен раздел, оценивающий финансовую устойчивость, но при этом этот раздел несет, скорее, вспомогательную роль в итоговой оценке рыночной устойчивости банка.

3. Раздел «Управление». Качество управления напрямую оказывает влияние на устойчивость, а также эффективность деятельности коммерческого банка, в связи с этим нельзя игнорировать этот фактор при осуществлении оценки рыночной устойчивости банка. Хотя нельзя отрицать того, что качество управления прямым или косвенным способом находит отражение в ранее рассмотренных показателях, характеризующих влияние рыночных факторов и финансовое положение. При оценке этого раздела факторов необходимо дать оценку таким параметрам как: оценка деятельности совета директоров и правления,

организация службы внутреннего контроля и риск-менеджмента и структура собственности.

Рыночная устойчивость коммерческого банка оценивается по трем уровням: высокий, средний и низкий уровень в зависимости от величины полученной итоговой оценки. Характеристика уровней рыночной устойчивости представлена в таблице 1.

Таблица 1.

**Критерии присвоения уровня рыночной устойчивости
коммерческого банка**

Уровень рыночной устойчивости	Характеристика
Высокий	Деятельность коммерческого банка характеризуется устойчивым финансовым положением, устойчивыми конкурентными позициями, высокой диверсификацией бизнеса, которая позволяет сократить риски. Банк в необходимой степени является клиентоориентированным, обладает возможностью совершенствования предлагаемых продуктов и услуг в соответствии с тенденциями развития рынка банковских услуг (высокая инновационность услуг), что способствует не только поддержанию действующих рыночных позиций, но и создает основу для успешного дальнейшего развития.
Средний	Банк является в достаточной степени устойчивым, однако возможно возникновение трудностей при обеспечении финансовой устойчивости организации или соответствия темпам развития рынка банковских услуг, ограниченные возможности доступа к формированию качественной клиентской базы. Требуется уделять большее внимания рыночной ситуации, конкурентному окружению, с целью стабилизации рыночного положения и увеличения возможностей дальнейшего роста.
Низкий	Выявляются проблемы в части обеспечения финансовой устойчивости банка, в связи с чем, уделяется малое внимание рыночным факторам, оказывающим непосредственное влияние на деятельность банка. Крайне низкий потенциал инвестиционной привлекательности как для потенциальных инвесторов, так и клиентов. Банк подвержен сильному влиянию внешних факторов, в следствие недостаточной ресурсной обеспеченности, а также инновационности предлагаемых продуктов и услуг. Бизнес в высокой степени подвержен негативному влиянию рисков деятельности.

Рассмотренная методика обладает рядом преимуществ: большей комплексностью за счет рассмотрения рыночных фактор помимо финансового состояния, использование общедоступных данных без необходимости запроса дополнительной информации, относительная простота оценки с возможностью выявления факторов, снижающих рыночную устойчивость.

Таким образом, на основании такой оценки можно составить комплексное мнение об уровне рыночных позиций, конкурентных преимуществ, финансовом состоянии, а также качестве управления и риск-менеджмента, при рассмотрении отдельно оцениваемых параметров можно определить слабые места, а также точки потенциального развития и пути повышения рыночной устойчивости.

Полученные при оценки рыночной устойчивости коммерческого банка результаты могут быть использованы различными сторонами. Так собственники или топ-менеджмент могут использовать в целях оперативного или стратегического управления, со стороны регулятора – в целях мониторинга и контроля банковской деятельности, для клиентов – в качестве критерия выбора обслуживающего банка, а для инвесторов в качестве альтернативного показателя инвестиционной привлекательности.

Список литературы:

1. Алексеев Д.Д. Тенденции и перспективы развития банковской системы России // Молодой ученый. – 2016. – № 25. – С. 227–230.
2. Лотобаева Г.Г., Насонова А.А. Система ключевых показателей устойчивости коммерческого банка / Лотобаева Г.Г., Насонова А.А. // Банковское дело. – 2006. – № 3. – С. 76–79.
3. Методология присвоения рейтинга кредитоспособности банков – [Электронный ресурс] / Рейтинговое агентство «ЭКСПЕРТ РА». 1997–2012 // Режим доступа: <http://www.raexpert.ru/ratings/bankcredit/method>.
4. Бобыль В. Методика применения системы риск-менеджмента/ В. Бобыль // Банковский вестник. – июнь, 2014 – С. 16–21.
5. Шенаев А.О. Понятие финансовой устойчивости: её показатели и условия обеспечения / А.О. Шенаев // Банковские услуги. – 2008 – № 4.

ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ АТТЕСТАЦИИ ГОСУДАРСТВЕННЫХ СЛУЖАЩИХ И ВОЗМОЖНОСТИ ЕГО ПРИМЕНЕНИЯ В РОССИИ

Мельничук Александр Васильевич

*канд. ист. наук, доц., заведующий кафедрой УПиКП
Российского государственного социального университета (РГСУ),
РФ, г. Москва*

Набиева Сайёра Сергеевна

*магистрант
Российского государственного социального университета (РГСУ)
по специальности «Управление персоналом»,
РФ, г. Москва*

FOREIGN EXPERIENCE OF ATTESTATION OF CIVIL SERVANTS AND THE POSSIBILITY OF ITS APPLICATION IN RUSSIA

Alexander Melnichuk

*candidate of Historical Sciences, assistant professor,
Head of Department UPiKP Russian State Social University (RGSU),
Russia, Moscow*

Sayora Nabieva

*student of magistracy of the Russian State Social University (RSSU)
on a specialty "Human Resource Management",
Russia, Moscow*

Аннотация. В статье рассматривается процесс проведения аттестации государственных служащих в таких странах как: Россия, Франция, Англия, США, Германия и Япония. На основе изученного международного опыта сформулированы основные предложения по улучшению проведения периодической оценки в России.

Abstract. The article examines the process of attestation of civil servants in such countries as: Russia, France, England, USA, Germany and Japan. On the basis of the studied international experience, the main offers for improving the periodic evaluation in Russia are formulated.

Ключевые слова: служба; государственный служащий; аттестация; периодическая оценка; трудовая деятельность.

Keywords: service; civil officer; attestation; periodic evaluation; work experience.

Государственная служба представляет собой профессиональную служебную деятельность. Как правило, она показывает работу государственных служащих, которые составляют «аппарат», корпус руководителей, специалистов государственных органов.

На всех государственных служащих возложены определенные обязанности, которые в свою очередь необходимо выполнять. Одним из таких обязательств является прохождение процесса аттестации.

В разных странах данная оценочная процедура проводится по-разному. Так, например, в России проведение аттестации требует определенной организации и последовательности.

Аттестация российских чиновников проводится один раз в три года. Начинается она с издания руководителем государственного органа приказа или распоряжения, который включает в себя положение о формировании аттестационной комиссии и составлении списков государственных служащих, подлежащих аттестации.

Оценочная процедура проводится, как правило, в форме собеседования, а иногда может проводиться и в форме тестирования.

По итогам аттестации государственному служащему выставляется оценка служебной деятельности, а именно:

- соответствует занимаемой должности государственной службы;
- соответствует занимаемой должности государственной службы и рекомендуется к включению в установленном порядке в кадровый резерв для замещения вакантной должности государственной службы в порядке должностного роста;
- соответствует занимаемой должности государственной службы при условии успешного прохождения профессиональной переподготовки или повышения квалификации;
- не соответствует занимаемой должности государственной службы [8].

Результаты аттестации сообщаются государственным служащим, прошедшим ее и заносятся в аттестационный лист, в котором указываются:

- сведения о профессиональном образовании;
- замещаемая должность государственной службы на момент аттестации;
- стаж государственной службы;

- классный чин государственной службы;
- вопросы к служащему и краткие ответы на них;
- замечания и предложения, высказанные аттестационной комиссией;
- решение аттестационной комиссии.

Аттестационный лист подписывается всеми членами комиссии, присутствующими на заседании, затем дается под роспись государственному служащему для ознакомления [7].

Что же касается аттестации государственных служащих во Франции, то на первый взгляд, данная процедура чем-то похожа на процесс проведения аттестации в России, но у нее есть свои особенности.

Например, в отличие от России, во Франции аттестация государственных служащих проводится один раз в два года. Специальным постановлением утверждается периодичность проведения аттестации государственных служащих, и устанавливаются ответственные лица за порядок ее проведения и повышения оценки.

Во Франции аттестацию проводит руководитель ведомства после согласования с одним или несколькими должностными лицами.

По итогам оценочной процедуры оформляется так называемый бланк индивидуальной аттестации, который состоит из двух основных частей: общей оценки и поставленного балла.

Общая оценка формируется из личностных качеств и служебной деятельности государственного служащего, основанной на определенных критериях, таких как: организованность, коммуникабельность, гибкость мышления, способность адаптироваться к ситуации, умение качественно выполнять свою работу и желание участвовать в повышении своей квалификации.

Бальная же оценка состоит из шкалы баллов от 0 до 20, в ходе которой аттестуемого государственного служащего оценивает его непосредственный руководитель и руководитель следующего звена.

Далее эти оценки поступают в отдел управления персоналом, там они согласуются специально сформированной комиссией, приводятся в соответствие и присуждаются аттестуемому должностному лицу.

Не менее интересной является процедура проведения аттестации государственных служащих в Англии.

Аттестация английских чиновников проходит методом заполнения анкеты, в которую входят: персональные данные государственного служащего, описание выполненной им работы за прошлый год, описание о предстоящем выполнении служебной деятельности на следующий год, предложения по повышению квалификации и служебному переводу.

Помимо этого, все аттестуемые проходят индивидуальное собеседование со своим непосредственным руководителем (это происходит до того, как все заполняют аттестационную анкету).

Индивидуальное собеседование начинается с описания выполненной работы государственным служащим за прошедший год, после чего руководитель излагает своё мнение о работе подчинённого, производит оценку его эффективности с точки зрения поставленных задач и утвержденных планов.

Далее обсуждается служебная деятельность аттестуемого на следующий год, в ходе которой рассматриваются вопросы, относительно будущих достижений государственного служащего в рамках своей компетенции.

Итогом аттестации служит выставление оценки государственному служащему.

В отличие от российской и французской системы оценивания в Англии результаты аттестации отражаются по пятибалльной шкале и выглядят следующим образом:

- 1 – отлично;
- 2 – выше требуемого уровня;
- 3 – требуемый уровень по всем аспектам;
- 4 – ниже требуемого уровня;
- 5 – неудовлетворительно.

Самый желаемый уровень прохождения аттестации для государственных служащих обозначается тремя баллами, то есть требуемый уровень по всем аспектам. Это означает, что аттестуемый хорошо выполняет свою работу и получает за это соответствующую заработную плату.

Что же касается оценок отлично и выше требуемого уровня, то они присваиваются тогда, когда результаты работы превышают ожидания. Оценки ниже требуемого уровня и неудовлетворительно, наоборот, характеризуют работу ниже ожиданий и нормы [2].

После завершения аттестации руководители ведомств доводят до аттестуемых критические замечания, критерии оценки и результаты труда. Как правило, итоги аттестации являются основанием для принятия решения о необходимости повышения квалификации, переподготовки, обучения, поощрения, продвижения по службе и увольнения [5].

Особый интерес проведения аттестации государственных служащих представляется в США.

В каждом административном ведомстве США действуют собственные системы оценки профессиональной деятельности,

которые разрабатываются на основе рекомендаций Управления государственной службы.

В США аттестация государственных служащих проводится ежегодно. До каждого аттестуемого доводятся все необходимые требования, предъявляемые к его должности. Критериями оценки служебной деятельности выступают совершенствование результативности труда, качества работы и своевременности исполнения обязанностей по должности.

Согласно действующему законодательству, в США устанавливается трехуровневая система оценки государственных служащих, а именно:

- полностью удовлетворительная;
- минимально удовлетворительная;
- неудовлетворительная.

Примечательно, что при полностью удовлетворительной оценке некоторые подразделения могут добавлять еще по два положительных уровня, а в случае неудовлетворительной – государственного служащего либо увольняют, либо переводят на другую должность [9].

Что же касается аттестации государственных служащих в Германии, то, как правило, она проводится не реже, чем один раз в пять лет и осуществляется специалистами кадровых подразделений при обязательном участии руководителя, которому непосредственно подчинены аттестуемые работники.

Несмотря на то, что аттестация проводится так редко, в Германии приняты регулярные собеседования (один раз в полгода) государственных служащих с непосредственным руководителем.

Основной целью собеседования является выявление объективной потребности в повышении квалификации и должностного роста.

Результаты индивидуального собеседования с государственными служащими фиксируются в специальном документе, который называется «паспорт карьеры работника».

В Германии аттестация государственных служащих проводится на основе разработки аттестуемым творческого проекта, который, в свою очередь, должен быть неординарным, актуальным и реализуемым.

По итогам прохождения аттестации всех государственных служащих оценивают по различным признакам:

- умение аттестуемого воспринимать основную суть дела;
- умение приспосабливаться к новой ситуации;
- готовность самостоятельно выявлять проблемы и пути их решения;
- умение правильно излагать свои мысли;
- способность рационально организовывать свою работу [1].

Аттестация государственных служащих в Японии также имеет свои особенности. В большинстве учреждений и организаций страны действует система так называемого «пожизненного найма». Она предполагает длительную службу чиновников в одной организации вплоть до ухода на пенсию.

Аттестацию государственных служащих в Японии проводит Совет по делам персонала, который состоит из экзаменационного отдела и четырех главных экзаменаторов.

Оценочная процедура в японских организациях проводится ежегодно и начинается она с изучения личных данных сотрудников (образования, семейного положения, физического развития, коммуникабельности и итогов прошлых ежегодных оценок, содержащихся в личном деле).

Далее проводится экспертная оценка анкет, которые заполняются самими аттестуемыми, их руководителями и подчиненными. Анкеты включают в себя сведения об умении работника планировать, организовывать, контролировать и принимать решения в ходе своей профессионально-служебной деятельности.

Итогом аттестации является составление матрицы перемещений, благодаря которой положение государственного служащего находит свое отражение в возможности занять новую должность немедленно или через определенный период [10].

Рассмотрев процесс аттестации государственных служащих можно сделать вывод о том, что в разных странах периодическая оценка проводится по-разному. Например, чтобы оценить аттестуемого в России – проводится собеседование, в Англии – заполняется анкета, в Германии – разрабатывается творческий проект.

Также различен и срок проведения аттестации. В некоторых странах периодическая оценка проводится ежегодно, а в некоторых раз в два-три года.

На основании изученного международного опыта проведения аттестации государственных служащих предлагаются следующие мероприятия по улучшению оценочной процедуры в России.

Во-первых, в области оптимизации форм проведения аттестации можно предложить составление индивидуального плана личностно-профессионального развития сотрудника, разработанного совместно с его непосредственным руководителем в межаттестационный период, как это практикуется в Англии и Германии [6].

И, во-вторых, в области совершенствования аттестационных мероприятий целесообразно определить перечень оцениваемых личностно-профессиональных характеристик, применяемых в ходе проведения аттестации во Франции, Германии и Японии [4].

Ведь оценка, полученная в ходе аттестации, влияет на поведение работника. Так, например, общая позитивная оценка улучшает результаты работы, но также может привести и к формированию завышенной самооценки; а общая отрицательная, наоборот, обеспечивает неуверенность в себе. Поэтому, для более правильного и успешного оценивания чиновников, необходима оценка конкретных поступков [3].

Список литературы:

1. Апон М.Е. Государственная служба в зарубежных странах: Учебное пособие / М.Е. Апон. – Санкт-Петербург: НОИР, 2016. – С. 73.
2. Брысев А.Ю., Полушкина Т.М.: Зарубежный опыт аттестация государственных гражданских служащих – [Электронный ресурс] // Электронный научный журнал. – Режим доступа: [www. URL:
https://www.scienceforum.ru/2013/pdf/7353.pdf](http://www.scienceforum.ru/2013/pdf/7353.pdf) (Дата обращения: 09.02.2017).
3. Виниченко М.В.: Развития персонала организации: проблемы и пути решения – [Электронный ресурс] // Научная электронная библиотека. – Режим доступа: [www. URL:
http://elibrary.ru/download/elibrary_22859301_8478219.pdf](http://elibrary.ru/download/elibrary_22859301_8478219.pdf) (Дата обращения: 09.02.2017).
4. Кириллов А.В., Макушкин С.А.: Организация обучения персонала российских коммерческих организаций – [Электронный ресурс] // Научная электронная библиотека. – Режим доступа: [www. URL:
http://elibrary.ru/download/elibrary_21823316_29283425.pdf](http://elibrary.ru/download/elibrary_21823316_29283425.pdf) (Дата обращения: 09.02.2017).
5. Кононов Е.В.: Применение опыта Великобритании в сфере оценки и стимулирования труда государственных служащих – [Электронный ресурс] // Экономический анализ: теория и практика. – Режим доступа: [www. URL:
http://cyberleninka.ru/article/n/primenenie-opyta-velikobritanii-v-sfere-otsenki-i-stimulirovaniya-truda-gosudarstvennyh-sluzhaschih](http://cyberleninka.ru/article/n/primenenie-opyta-velikobritanii-v-sfere-otsenki-i-stimulirovaniya-truda-gosudarstvennyh-sluzhaschih) (Дата обращения: 09.02.2017).
6. Мельничук А.В.: Эффективная аттестация – [Электронный ресурс] // Научная электронная библиотека. – Режим доступа: [www. URL:
http://elibrary.ru/download/elibrary_23049198_39544656.pdf](http://elibrary.ru/download/elibrary_23049198_39544656.pdf) (Дата обращения: 09.02.2017).
7. Российская Федерация. Законы. О государственной гражданской службе города Москвы от 26.01.2005 №3 (ред.29.01.2014 №4) – [Электронный ресурс] // Официальный портал Мэра и Правительства Москвы = mos.ru. – Режим доступа: [www. URL:
http://mosarchiv.mos.ru/about/norm/5-zm-gs.php](http://mosarchiv.mos.ru/about/norm/5-zm-gs.php) (Дата обращения: 06.02.2017).

8. Российская Федерация. Федеральная служба государственной статистики (Росстат). Об утверждении Порядка проведения аттестации и сдачи квалификационного экзамена федеральными государственными гражданскими служащими Федеральной службы государственной статистики от 14 апреля 2014 года № 241 – [Электронный ресурс] // Консультант Плюс. – Режим доступа: [www. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_163898](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_163898) (Дата обращения: 06.02.2017).
9. Студопедия: Особенности организации государственной службы США – [Электронный ресурс] // Интернет-портал. – Режим доступа: [www. URL: http://studopedia.ru/10_205330_osobennosti-organizatsii-gosudarstvennoy-sluzhbi-ssha.html](http://studopedia.ru/10_205330_osobennosti-organizatsii-gosudarstvennoy-sluzhbi-ssha.html) (Дата обращения 10.02.2017).
10. Юридическая библиотека Круглова: Государственная служба – [Электронный ресурс] // Интернет-портал. – Режим доступа: [www. URL: http://kruglaw.narod.ru/lit/admin_law/kozyrin/6](http://kruglaw.narod.ru/lit/admin_law/kozyrin/6) (Дата обращения 13.02.2017).

РИСК-ОРИЕНТИРОВАННОЕ МЫШЛЕНИЕ КАК ОДИН ИЗ ПУНКТОВ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ПРОЦЕССА УПРАВЛЕНИЯ РИСКАМИ

Подустова Алена Вадимовна

*магистрант, Тюменский индустриальный университет,
РФ, г. Тюмень*

RISK-ORIENTED THINKING AS ONE OF THE POINTS FOR IMPROVING THE RISK MANAGEMENT PROCESS

Alena Podustova

*undergraduate, Tyumen industrial University,
Russia, Tyumen*

Аннотация. В статье рассмотрены подходы совершенствования процесса управления рисками в соответствии с риск-ориентированным мышлением, а также представлено применение данного подхода к организациям.

Abstract. The article considers approaches to improving the risk management process in accordance with risk-oriented thinking, as well as the application of this approach to organizations.

Ключевые слова: система менеджмента качества; риск-ориентированное мышление; управление рисками.

Keywords: quality management system; risk-oriented thinking; risk management.

В настоящее время работы по управлению рисками в концепции системы менеджмента качества, соответствующие требованиям ГОСТ ISO серии 9001, ведутся в большинстве организаций. Однако для успешного функционирования в динамически развивающейся среде, организация должна стремиться к постоянному совершенствованию.

Управление рисками – это процесс планирования, разработки и выполнения управленческих решений, призванных максимально снизить возможность наступления негативного результата и свести к минимуму возможные потери, связанные с его реализацией [1].

Целью управления рисками является увеличение вероятности и воздействия положительных событий и уменьшение вероятности и воздействия опасных событий для проекта, деятельности, процесса и продукции [2].

Управление рисками способствует повышению эффективности деятельности организации, а также снижению расходов, возникших в результате реализации рисков.

Для повышения результативности и эффективности функционирования процесса по управлению рисками в концепции системы менеджмента качества необходимо совершенствовать методы управления рисками, то есть применять риск-ориентированный подход. Ведь риск является неотъемлемой частью деятельности любой организации, в независимости от производимой продукции или оказываемых услуг, и влияет на цели организации. Главным преимуществом риск-ориентированного мышления является постоянное улучшение процессов системы менеджмента качества путем заблаговременной идентификации «опасных мест» процессов, что в дальнейшем позволит повысить удовлетворенность потребителей и других заинтересованных сторон.

Данное направление является на сегодняшний день весьма актуальным и практически востребованным в виду выхода новой версии стандарта ГОСТ Р ИСО 9001-2015 «Системы менеджмента качества. Требования», в котором особое внимание уделено новому подходу «принятие решений, основанных на рисках» (или «риск-ориентированному мышлению»).

Тема управление рисками уже была актуальна в предшествующих версиях стандарта, данному понятию давалось толкование, отличающееся от стандарта нового поколения. Управление рисками рассматривалось со стороны потенциального несоответствия, которое исключалось или минимизировалось с помощью предупреждающих действий. Благодаря предварительному анализу рисков, идентификации и разработке мер по снижению рисков определялись способы управления рисками. В результате проводимых работ составлялся перечень возможных рисков, который ежегодно актуализировался по результатам анализа фактических рисков. Для каждого процесса деятельности организации составлялась Карта рисков на основании информации, сведенной в перечень возможных рисков. В Карту рисков вносились наиболее вероятные риски, которые могли бы повлиять на выполнение процесса деятельности организации.

Мониторинг рисков и мероприятий по их снижению проводился с целью определения полноты и правильности назначения мер по их

снижению, идентификации новых видов риска и назначения мероприятий по ним.

Информация о результатах мониторинга заносилась в Карту риска, и служила исходными данными для проведения анализа рисков. Результатом завершения работ являлся анализ рисков и мероприятий по их снижению. Данная система управления рисками уже устарела и не соответствует требованиям стандарта нового поколения.

Анализируя Карту рисков можно констатировать, что оценка рисков проводится только в ключевых точках выполнения работ и использует только качественные методы оценки.

Было упущено важное условие, а именно, количественная оценка рисков, то есть в каждом конкретном случае невозможно определить, какой риск будет самым опасным для организации и из-за какого риска организация может иметь последствия.

На текущий момент риск-ориентированное мышление является заменой предупреждающих действий, которые ранее выполнялись формально, из необходимости выполнить требование ISO 9001, а не в качестве реального инструмента продвижения вперед, непрерывного улучшения.

Теперь для каждого процесса деятельности организации составляется – Паспорт рисков, который представлен в виде формата учета информации о риске, содержащий структурированную информацию по каждому риску.

Для того чтобы улучшить процесс управления рисками и наглядно видеть, какой из рисков является самым опасным для организации, нужно проводить количественную оценку рисков. Используя количественную оценку рисков, можно будет выявлять самый опасный риск для организации, и заполнять Паспорт рисков. Форма Паспорта рисков представлена в таблице 1.

Таблица 1.

Форма Паспорта рисков

Наименование этапов процесса	Вид риска	Последствие риска	Значимость риска	Потенциальная причина риска	Возникновение риска	Действующие меры контроля	Обнаружение риска	Приоритетное число риска	Рекомендуемые мероприятия	Ответственный за проведение мероприятий	Дата проведения	Предпринятые действия
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13

Применяя разработанный Паспорт рисков, организация получит структурированную информацию по каждому риску, сможет заменить устаревший документ – Карту рисков и тем самым усовершенствует процесс управления рисками, в соответствии с риск-ориентированным мышлением.

Список литературы:

1. ГОСТ Р ИСО 9001-2015 Система менеджмента качества. Требования – введ. 28.09.2015. – М.: Стандартиформ, 2015.
2. Дульзон А.А. Управление проектами: учебное пособие / Национальный исследовательский Томский политехнический университет – 3-е изд., перераб. и доп. – Томск: Изд-во Томского политехнического университета, 2010. – 334 с.
3. Косичин П.А. Управление рисками в СМК ООО «Сибаналитприбор» // Сборник трудов IV Всероссийской научно-практической конференции студентов, аспирантов и молодых ученых «Не разрушающий контроль: электронное приборостроение, технологии, безопасность»: в 2 т. / Томский политехнический университет. – Т.1. – Томск: Изд-во Томского политехнического университета, 2014. – С. 107–110.

СОВРЕМЕННЫЕ ИНФОРМАЦИОННЫЕ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ И ПРОБЛЕМЫ ИХ ВНЕДРЕНИЯ

Курмышева Дарья Сергеевна

*студент, Сибирский федеральный университет,
РФ, г. Красноярск*

Полежаева Дарья Васильевна

*студент, Сибирский федеральный университет,
РФ, г. Красноярск*

Боркова Виктория Александровна

*студент, Сибирский федеральный университет,
РФ, г. Красноярск*

В современных экономических условиях предприятиям необходимо коренным образом менять сложившиеся у них традиционные методы управления. Например, основной задачей государственных служб является предоставление услуг, которые способны удовлетворить потребности населения. Их выполнение должно быть своевременным и эффективным, а для этого нужно обязательное использование календарных планов, производственных графиков, а также установление постоянного контроля работы предприятия и всех его отдельных подразделений.

Государственные структуры в кризисный период применяют непопулярную методику управления – это сокращение штатной численности. Однако, это не является целесообразным методом, так как под сокращение попадают специалисты государственного предприятия, которые выполняют трудоемкий и огромный процесс работы. Если же сокращать таких специалистов, то работа будет выполняться медленно, что приведет к неэффективности выполнения задач государственного предприятия, а соответственно жалобам граждан и недовольству вышестоящего руководителя. Поэтому необходимо применять современные технологии управления для более эффективной деятельности предприятия. Таким образом доказывается важность постоянного совершенствования технологий управления и внедрения современных технологий.

На сегодняшний день самой важной услугой выступает информация, а техника помогает ее получить, это является главным отличием настоящего времени от предшествующих. Популярная

фраза, которая может полно охарактеризовать наше время: «21 век – век информационных технологий». Таким образом, в кризисных условиях предприятиям необходимо внедрять и использовать современные автоматизированные системы управления. Различные предприятия, в частности государственные, в своем управлении используют их, но в основном это старые, не актуальные, устаревшие системы. Для выхода из кризисной ситуации предприятию необходимо использовать современные и мощные автоматизированные системы управления. Главное требование к управлению предприятием в современных условиях – обеспечение адаптивности (приспособляемости и гибкости) предприятия к изменяющимся условиям внешней и внутренней среды.

Примерами современных информационных систем могут послужить такие как:

1. CASE – поддерживает процессы создания и сопровождения программного обеспечения, включает анализ проектирования, документирование, обеспечение качества и управление проектом, поддерживает процессы инжиниринга и реинжиниринга.

2. RAD – разрабатывает приложения и системы, которые основаны на функциональной организации бригад, упрощает сложную систему, разбивает ее на части, а также организует ее в виде иерархических структур, кроме того, она осуществляет раскрытие стратегических информационных потребностей для успешного ведения бизнеса.

3. SADT – производит структурный системный анализ и проектирование информационных систем, результатом работы является модель, состоящая из диаграмм, текстов и глоссария. Постепенное ведение все больших уровней детализации по мере создания диаграмм.

4. DFD – моделирует требования системы, позволяет построить модели в виде диаграммы потоков данных, обеспечивающей правильное описание выходов при заданном воздействии на вход системы.

5. ERD – предназначена для разработки моделей данных, а также обеспечения стандартный способ определения данных и отношений между ними, при работе данной системы осуществляется детализация хранилищ данных проектируемой системы.

6. STD – предназначена для моделирования и документирования аспектов систем, позволяет осуществить декомпозицию управляющих процессов. При этом происходит моделирование последующего функционирования системы на основе предыдущего и текущего функционирования.

Однако внедрение новых технологий является спорным вопросом в работе предприятия, потому что автоматизация бизнес-процессов достаточно дорогое удовольствие, тем более в кризис, однако, хороший руководитель понимает, что без риска невозможно выполнять эффективно свои задачи. Дешевые средства в основном являются не эффективными и не экономичными, так как в будущем необходимы будут денежные средства на совершенствование выбранных решений, что является собой постоянную трату денежных средств. Таким образом, для того что бы предприятию выйти из кризисной ситуации необходимо пользоваться принципом «лучше один раз выложить крупную сумму, чем каждый раз по немного, которая выйдет в эту же или большую сумму».

Совершенствование информационных технологий управления, дает возможность принимать эффективные управленческие решения, основываясь на данных как из предыдущих периодов, так и на данных в реальном времени. В любой современной организации, так и в государственном предприятии, информацию рассматривают как производственный ресурс, ставя ее на одном уровне вместе с деньгами, сырьем и прочим. Специфика информации как производственного ресурса состоит в том, что данные, преобразованные в форму, которая является значимой для предприятия, могут использоваться и обеспечивать рациональное управление организацией.

Одним из видов управленческой технологии является управление на базе «искусственного интеллекта». В целом оно представляет собой систему современных информационных технологий, моделирующих некоторые стороны мыслительной деятельности человека при разработке и реализации решений. Технологий работы системы основано на том, что подавляющее большинство отклонений в работе организаций являются штатными, то есть повторяющимися, с известным набором решений по их устранению. Внештатные отклонения же связаны исключительно на базе штатных и, поэтому набор решений по их устранению может быть получен путем корреляции штатных методов решений с помощью информационной системы.

Информационные технологии также эффективны при меняющейся среде обитания, так как их можно подстроить под то или иное изменение, усовершенствовать, поэтому управленческие решения на базе «искусственного интеллекта» будут являться эффективным средством, хоть и дорогостоящим, но это позволит выйти предприятию из кризисной ситуации. Чтобы своевременно получать информацию, которая нужна для успешной работы организации, необходимо постоянно собирать данные, обрабатывать их и превращать в удобную для использования форму.

Различные информационные системы тесно взаимодействуют друг с другом. Транзакционные системы – основной источник данных для других информационных систем, в то время как системы поддержки решений руководства – потребители данных из систем нижнего уровня.

При помощи автоматизированных систем управления происходит обслуживание нескольких уровней управления. Автоматизированные системы управления дают возможность работать с информацией о текущей деятельности организации, а также о ее работе в предыдущих периодах.

В автоматизированных системах управления консолидируются данные, которые были получены на выходе из транзакционных систем. Далее весь этот набор информации обрабатывается и из него генерируется отчетность. В большинстве случаев автоматизированные системы управления отвечают за конкретные, заранее известные вопросы. Данные системы имеют слабые аналитические возможности.

Различные информационные системы тесно взаимодействуют друг с другом. Транзакционные системы – основной источник данных для других информационных систем, в то время как системы поддержки решений руководства – потребители данных из систем нижнего уровня.

Современные информационные технологии дают возможность реализовать задачу получения интегрального эффекта от использования различных информационных систем, при помощи которых реализуется беспрепятственный обмен информацией между различными отделами компании. Вместе с тем процесс интеграции требует денежных и временных ресурсов. Из-за этого каждое предприятие должно оценить свои потребности и возможности в реализации процессов интеграции.

Самое важное для любого предприятия, в том числе и для государственного, чтобы управленческие технологии подходили под критерии, выбранные руководством.

Список литературы:

1. Современные информационные системы как фактор повышения качества управленческих решений и конкурентоспособности организаций – [Электронный ресурс] – Режим доступа. – URL: <https://cyberleninka.ru> (Дата обращения 05.06.2017).

ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ КОМАНД В РОССИЙСКИХ ОРГАНИЗАЦИЯХ

Курмышева Дарья Сергеевна

*студент, Сибирский федеральный университет,
РФ, Красноярск*

Полежаева Дарья Васильевна

*студент, Сибирский федеральный университет,
РФ, Красноярск*

Боркова Виктория Александровна

*студент, Сибирского федерального университета,
РФ, Красноярск*

Известно, что успех любой организации зависит от личностей, которые в ней работают. В современном мире особенно ценятся кадры, которые профессионально активны в своей сфере, а также которые могут эффективно взаимодействовать между собой. Специалисты должны уметь действовать в команде, причем работа в ней должна быть организована так, чтобы все ее члены работали на результат. Команда помогает человеку занять место, соответствующее его способностям и возможностям, поэтому он ощущает себя значимым и незаменимым, а это в свою очередь дает ему удовлетворенность от работы.

В литературе команда рассматривается как небольшая группа людей, которые имеют различные навыки и умения, взаимодополняя друг друга, активно работая над достижением цели, неся коллективную ответственность. Так как работа одного члена команды зависит от работы другого, то в команде происходит постоянный обмен информацией и разделение ответственности между собой.

Хорошую команду невозможно собрать моментально и ждать от нее сразу высоких результатов работы.

Преимущества работы в команде огромное множество, в нашей статье мы раскроем основные [6]:

- В команде учитываются мнения всех участников, каждый из которых имеет свои профессиональные навыки в конкретно своей области, поэтому вероятность принятия стратегически правильного решения возрастает;

- Проблема при командном подходе будет рассмотрена с разных точек зрения, а значит, она будет полностью охвачена и детально проанализирована;

- При работе в команде удовлетворенность человека от места его работы возрастает в разы, так как в ней он может раскрыть свою индивидуальность, свои творческие начала, а также показать свою значимость для работы всей организации;

- Работник не просто выполняет данные ему поручения, а знает к какому результату он стремиться. Он выражает свои идеи, что помогает взглянуть на ситуации с другой стороны;

- Работа в команде увеличивает производительность, потому что ясное осознание целей и задач, поставленных перед организацией, мотивирует работника на это.

Цель статьи – исследовать проблемы командообразования в российских организациях.

В России образованию команд в организациях мешают:

- Традиционные отношения между различными уровнями власти;
- Неверный подход к обучению сотрудников;
- Взаимоотношения членов команды между собой.

Для развития командообразования предлагаем следующие подходы:

- повысить уровень доверия к лидеру и укрепить его авторитет у команды;

- сформулировать правильную и рациональную задачу перед командой;

- вызвать у каждого сотрудника чувство, что он важное звено в организации и его вклад необходим для достижения общей цели;

- позволить персоналу участвовать в принятии управленческих решений.

В современных российских компаниях трудно добиться командной работы от членов организации [1]. На наш взгляд, главная причина кроется в привычках русского человека – безусловная субординация, даже если иерархия носит условный характер. Принято считать, что руководитель имеет право на жестокость. Такое мнение зародилось во времена СССР, постепенно с ослаблением власти в 60-х годах XX века появились нормы, которые защищают достоинство человека, а с установлением рыночной экономики они усилились еще в большей степени, однако принцип жестокости не ушел окончательно в прошлое. Кроме того, существует влияние на сотрудников через традиции. Опять же корни уходят в советский режим, который укреплял власть руководителя, отвечающий таким требованиям, как жестокость, уверенность в себе и своих решениях и обладание суровым

характером. Если таких качеств не наблюдалось, то сотрудники начинали его осуждать. Традиция на некоторых предприятиях сохраняется до сих пор [4]. Исходя из выше сказанного, можно сделать вывод, что в нашей стране самый распространенный тип команд – вертикальный, то есть существует менеджер-руководитель и несколько подчиненных. Как правило, чтобы верно проанализировать проблему принять верное управленческое решение, руководитель должен получать информацию от сотрудников, которые имеют непосредственное отношение к этому, советоваться с ними, выслушивать их мнение. В России же не принято высказывать что-либо начальнику, давать ему советы, следовательно, работа команды становится неэффективной, руководитель может принять неуместное, необоснованное решение, которое может привести только к негативным последствиям [3].

Исходя из опыта отечественных компаний, можно отметить, что работа в команде зависит от неформальных отношений между ее членами [5]. Так, чаще всего, команда просто не может продуктивно работать из-за того, что в ней нет командного духа, а есть только соперничество и личная неприязнь. Целью становится работа не на результат, а на выяснение отношений, причем каждый реализует свои интересы, а не организации в целом. Работа в команде будет эффективной, если ее лидер сможет создать командный дух, сформирует доверительные и дружелюбные отношения в ней, которые приведут к повышению качества работы. Для этого существуют некоторые методы, повышающие сплоченность группы. Прежде всего, необходимо сформулировать «миссию команды» для сотрудников, а также сформировать в их глазах положительный имидж компании. Во-вторых, нужно «заразить» всех членов энтузиазмом, замотивировать их на выполнение целей и донести характер выгод, которые они могут получить от продуктивной работы. В-третьих, заставить членов думать о том, что достижение целей зависит непосредственно от всеобщих усилий и важна самоотдача каждого, поэтому стоит создавать неформальные содержательные отношения в команде [8].

На наш взгляд, чтобы руководитель достиг желаемого, необходимо учесть распространенные факторы, которые негативно влияют на работу организации. В качестве примера можно привести коммуникативную проблему, когда руководство передает сообщение своим подчиненным, но до структурных единиц оно доходит неточным, недостоверным или сжатым. Такая ситуация возникает по нескольким причинам – информация может исказиться, быть перегруженной или проходить через большое количество уровней управления. Существуют

различные пути их решения, но одно из них может повысить уровень доверия к лидеру и укрепить его авторитет. Приходя с совещания более высокого уровня, руководитель подразделения может собрать свой коллектив и поделиться не только важными, но и незначительными новостями. Это поможет устранить коммуникативную проблему, а также убедить подчиненных в том, что они команда – важное звено во всей работе, и все должны действовать сообща для достижения общей цели. Еще одним примером может послужить отсутствие учета мнения низших и средних должностных лиц при решении возникающих проблем. Как правило, их решает управленческий персонал, а до остальных доходит только указания к действию. Чтобы учесть мнение всех работников, стоит применить метод мозгового штурма, когда собираются представители различных отделов и уровней компетенций и начинают генерировать различные пути решения поставленной задачи. Так, можно учесть взгляды со всех точек зрения, а также заинтересовать сотрудников в работе организации.

И еще одна проблема, связанная с внедрением команд в российских организациях – негативное отношение к проведению тренингов по сплочению команды, или тимбилдингу [2]. Чаще всего отечественные компании перенимают опыт зарубежных стран, что не всегда подходит для России, так как менталитеты людей в разных странах отличаются. В глазах российских работников, зачастую, участие в тимбилдинге выглядит навязыванием чужих ценностей, причем участие носит строго обязательный характер, то есть большинство на них ходит «через силу». Настоящее сближение коллектива происходит, когда он собирается в неформальной обстановке: корпоративы, выезды на пикник или походы в ресторан. Повод не имеет значения, как и место его проведения. Именно в таких случаях сотрудники узнают друг о друге немного больше, у них появляются хорошие взаимоотношения, налаживается дух единства.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что на данный момент работа в командах для российских организаций довольно трудно воплощаемая в жизнь по ряду причин. В России командный дух в компаниях можно и нужно развивать, но не по стандартам чужих стран, а с учетом российского менталитета. При этом руководителю стоит входить в доверительные отношения с его сотрудниками и перестраивать организационную культуру на новый уровень общения, в которой подчиненные смогут высказывать свое мнение, давать советы и принимать активное участие в принятии управленческих решений.

Список литературы:

1. Авраменко Е.С. Лидерство: российский контекст / Е.С. Авраменко // Известия Уральского государственного университета. Сер. 3, Общественные науки. 2010. № 2 (77). С. 50–74.
2. Варгания П.В. Проблемы коадообразования в российских компаниях // Экономика и менеджмент инновационных технологий. 2014. № 3. URL: <http://ekonomika.snauka.ru/2014/03/4780>.
3. Дунин В.С. Типичные ошибки руководителя // Управление в страховой компании. 2010. № 4. URL: http://www.reglament.net/ins/mng/2007_4.htm.
4. Календжян С.О., Гумилевская О.В. Корпоративное управление и делегирование полномочий: адаптация европейского опыта в российском бизнесе // Российский внешнеэкономический вестник. 2014. № 5. С. 22–39.
5. Куликова Т.И. Технология командообразования в современной организации // Научно-методический электронный журнал «Концепт». 2015. № 9 (сентябрь). С. 31–35. URL: <http://e-koncept.ru/2015/15305.htm>.
6. Лукаш, Ю.А. Начальники и подчиненные: кто есть кто, взаимоотношения и конфликты. Учеб. пособие / Ю.А. Лукаш – М.: Издательство «Флинта», 2012. 101 с.
7. Сарган Г.Н. Команда: как создать управляемый коллектив. – М.: Боргес, 2011. 188 с.
8. Старцева Н.В., Артемов А.С. Эффективная модель командного взаимодействия – фундамент системы мотивации и стимулирования персонала компании // Вестник МИЭП. 2014. № 4 (17). С. 85–97.

СОВРЕМЕННАЯ КОНЦЕПЦИЯ УПРАВЛЕНИЯ КАЧЕСТВОМ ЖИЗНЕННОГО ЦИКЛА НАУКОЕМКОЙ ПРОДУКЦИИ

Решетникова Юлия Валериевна

*специалист,
АО «Московский машиностроительный завод АВАНГАРД»,
РФ, г. Москва*

THE MODERN CONCEPT OF QUALITY MANAGEMENT OF LIFE CYCLE OF HIGH TECHNOLOGY PRODUCTS

Julia Reshetnikova

*specialist, JSC Moscow Mechanical Engineering Plant AVANGARD,
Russia, Moscow*

Аннотация. Статья посвящена исследованию существующих систем управления качеством ЖЦ наукоемкой продукции в России с целью разработки приоритетной концепции управления качеством ЖЦ наукоемкой продукции, отвечающей современным требованиям и способствующей повышению конкурентоспособности изделий.

Abstract. The article is devoted to the existing systems of quality management of life cycle of high technology products in Russia with the aim of developing a priority of the concept of quality management of the life cycle of high-tech products that meet modern requirements and contribute to improving the competitiveness of products.

Ключевые слова: управление качеством, НИОКР, жизненный цикл изделия, н СМК, цикл качества, конкурентоспособность изделия, реинжиниринг процессов, бизнес-роль, система сбалансированных показателей.

Keywords: quality management, scientific research, the life cycle of products, reengineering processes, business role, Balanced scorecard.

В современных условиях приоритетным направлением для промышленного предприятия является повышения конкурентоспособности выпускаемой продукции, которое не может быть достигнуто без эффективного управления качеством продукции, являющегося лидирующим направлением функционирования промышленного предприятия.

Согласно ГОСТ Р 52104-2003 «Ресурсосбережение. Термины и определения» конкурентоспособность продукции – это предположительная рыночная характеристика продукции, определяемая как привлекательность, выражаемая в потенциальной возможности товара удовлетворять требованиям конкретного покупателя по показателям качества, экологичности, безопасности, ресурсопотребления и затратам на приобретение данного товара. При оценке конкурентоспособности изделия может быть использована модель, включающая стратегические аспекты, выражаемые в баллах через эмпирическое соотношение:

$$КСП = \frac{\text{Качество} + \text{Экологичность} + \text{Безопасность} + \text{Бережливость}}{\text{Цена (при покупке)} + \text{Затраты (при использовании)}} \quad (1)$$

Согласно представленной формуле, увеличение показателя качества способствует повышению конкурентоспособности изделия.

Согласно данным всемирно-экономического форума в рейтинге глобальной конкурентоспособности за 2016–2017 г. Россия в сравнении с 2015 г. поднялась на 2 позиции и занимает 43 место. Рассматривая машиностроительную отрасль, согласно данным Минэкономразвития за 2011–2015 гг., наблюдается отрицательная тенденция снижения динамики промышленного производства, структура машиностроительного комплекса за 2011–2015 гг. представлена на рисунке 1.



Рисунок 1. Структура объема отгруженных товаров собственного производства машиностроительного комплекса

Согласно данным, представленных на рисунке 1, наблюдается отрицательная тенденция снижения доли производства машин и оборудования за 2009–2015 гг. на 9 %, и положительная тенденция роста производства транспортных средств и оборудования на 5,7 % и производства электрооборудования на 3,4 %. Снижение доли производства машин и оборудования обусловлена затруднительным доступом страны к зарубежным технологиям, нехваткой финансовых ресурсов на проведение НИОКР.

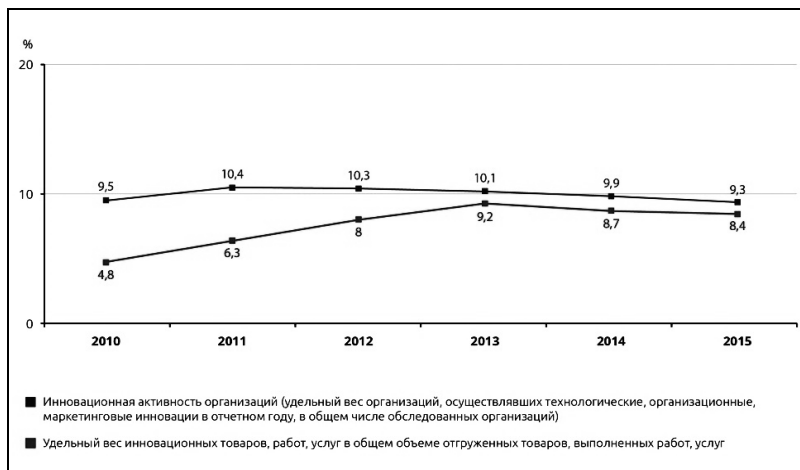


Рисунок 2. Иновационная активность организаций России за 2010–2015 гг.

Анализ данных, представленных на рисунке 2, показывает, что наблюдается отрицательная тенденция снижения иновационной активности организаций в 2015 г. в сравнении с 2014 г. на 0,6 % и снижение удельного веса инноваций на 0,3 %, следствием которого является снижение эффективности управления.

В государственной программе РФ «Развитие промышленности и повышение ее конкурентоспособности» утвержденной 15 апреля 2014 № 328 для машиностроения стоит задача повышения конкурентоспособности изделий путем стимулирования иновационного развития отрасли и инвестиций в научно-исследовательские и опытно-конструкторские работы.

В связи с поставленной задачей следует отметить важность совершенствования управления СМК в области научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ (НИОКР) как

этапа жизненного цикла наукоемкого изделия. Выполнение требований заказчика и удовлетворение его потребностей за счет выпускаемой продукции должно также сопровождаться непрерывным контролем функционирования каждого этапа жизненного цикла продукции, поскольку поэтапный контроль соответствия установленным требованиям позволяет обеспечить выпуск качественной продукции, обеспечивающий эксплуатацию изделия с требуемыми показателями надежности, следовательно, повышение качества должно сопровождаться сокращением производственного цикла, снижением затрат на изготовление и эксплуатацию изделия [4].

С целью развития системы менеджмента качества в России были разработаны системы управления качеством, представленные в таблице 1.

Таблица 1.

Характеристика российских систем управления качеством

№	Наименование системы управления качеством	Описание	Основной критерий эффективности
1	Система бездефектного изготовления продукции (БИП) (1995 г. Саратовский авиационный завод)	Создание условий производства, обеспечивающих изготовление изделий без отступлений от технической документации.	Процент сдачи продукции с первого предъявления
2	Система бездефектного труда (1950–1960 г.г. г. Львов)	Обеспечение выпуска продукции отличного качества путем стимулирования каждого работника предприятия.	Коэффициент качества труда
3	Система КАНАРСПИ (1958 г. г. Нижний Новгород)	Управление качеством на стадии изготовления продукции, система же КАНАРСПИ - на то, чтобы уже в процессе проектирования и технологической подготовки производства обеспечить изготовление надежных и высококачественных изделий.	Показатели надежности

№	Наименование системы управления качества	Описание	Основной критерий эффективности
4	Система НОРМ (1963 г. г. Ярославль)	Комплексный подход к управлению качеством на стадиях проектирования, изготовления и эксплуатации двигателей.	Наработка в часах до первого капитального ремонта
5	Система КС УКП (1978 г. Госстандарт)	Совокупность мероприятий, методов и средств, при помощи которых целенаправленно устанавливается, обеспечивается, поддерживается на основных стадиях жизненного цикла (планирование, разработка, производство, эксплуатация или потребление) уровень качества продукции, соответствующий потребностям народного хозяйства и населения.	Уровень качества продукции, соответствующий потребностям народного хозяйства и населения.

Согласно таблице 1 для управления качеством ЖЦИ применима система КАНАРСПИ, которая предусматривает управление качеством на стадии производства и обеспечение качества на этапе проектирования, в настоящее время существует основанная на этой системе концепция КАНАРСПИ 21 века, предусматривающая управление ЖЦИ Качеством, Надежностью, Ресурсом с первых изделий) [2], основанная на применении системного подхода к управлению качеством.

Согласно ГОСТ Р 57189-2016 «Системы менеджмента качества-Руководство по применению ИСО 9001:2015» СМК включает процессы деятельности (предназначенные для производства продукции) и процессы системы (проведение внутреннего аудита и анализа со стороны руководства). В свою очередь любой процесс представляет собой последовательность операций, элементов или подпроцессов.

В качестве процессов деятельности выступают процессы, необходимые для реализации этапов ЖЦ изделия, к ним относятся:

- основные процессы (в качестве основного процесса выступает производство продукции или оказание услуги);

- вспомогательные процессы (ориентированы на обеспечение функционирования основных процессов);
- управленческие процессы (планирование деятельности и организация производства);
- процессы – сети, обеспечивающие взаимодействие с потребителем и поставщиками.

В качестве процессов системы выступает цикл качества (планирование, реализация, контроль, устранение причин отклонений в качестве (корректирование), схематично отображенное на рисунке 3 с использованием процессного подхода.

Согласно данным, представленных на рисунке 3, управление качеством осуществляется на всех этапах ЖЦИ путем планирования качества согласно требованиям заказчика, анализу показателей надежности.

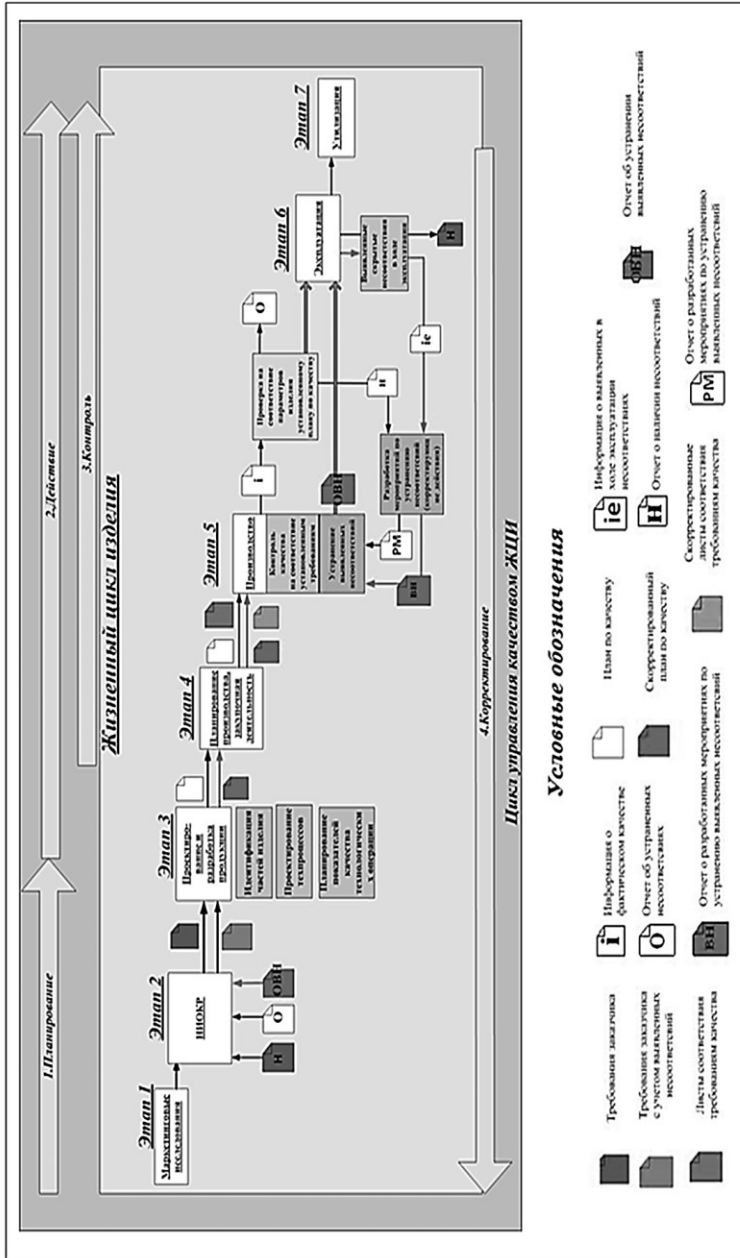


Рисунок 3. Управление качеством продукции ЖЦИ с использованием цикла качества

Согласно представленной схеме процесса ЖЦИ на этапе НИОКР формируется задание на изделие согласно полученным в ходе маркетинговых исследований данным и требованиям заказчика, на выходе этапа 1 имеются требования заказчика, которые на этапе 3 (проектирование) необходимы для идентификации части изделия, проектирования техпроцессов. На выходе этапа 3 появляется план по качеству, который является входным ресурсом для планирования производства. На выходе этапа 4 «Планирование производства» имеем план по качеству и листы контроля качества техпроцессов. В процессе производства (этап 5) происходит контроль качества техпроцессов установленным требованиям и устранение выявленных несоответствий, на выходе (этапа 5) имеем информацию о фактическом качестве и сопоставляем фактические данные с плановыми показателями. На схеме указаны действия цикла качества (планирование (этапы ЖЦИ №1, №2, №3), действие (этапы ЖЦИ №3, 4, 5, 6), контроль (этапы № 5, № 6), корректирование (на всех этапах ЖЦИ по мере выявления несоответствий требованиям плана по качеству). На этапе эксплуатации (этап №6) осуществляется повторение цикла качества в случае выявления несоответствий, которые необходимо учитывать на этапе НИОКР для предотвращения повторения их возникновения в ходе эксплуатации. Система отслеживания несоответствий должна быть четко отлаженной, т.к. производимые в ходе эксплуатации корректирующие действия значительно снижают длительность этапа эксплуатации, т.к. требуется время на разработку мероприятий по устранению скрытых несоответствий (скрытых дефектов). Выявление скрытых дефектов в ходе эксплуатации неизбежно приведет:

- к разработке мероприятий по их устранению производителем, что потребует дополнительное время и сокращения ЖЦИ на этапе эксплуатации,
- снижению показателей надежности, следствием которого является снижение конкурентоспособности изделия,
- увеличение затрат заказчика на техническое обслуживание и ремонт изделия.

С целью предотвращения вышеперечисленных проблем предлагается концепция управления СМК ЖЦИ, основанием которой служит выполнение цикла качества на всем ЖЦИ и на каждом этапе в отдельности согласно ГОСТ Р ИСО 9001-2015 «Система менеджмента качества. Требования» и интеграцию системного и процессного подходов (КАНАРСПИ 21). Реализация современной концепции управления СМК включает основные этапы:

1. Определить состав процессов в предприятии исходя из идентификации процессов, используя информацию о характеристике продукции, используя показатели качества: технико-эксплуатационные,

нормативно-правовые, экономичности исполнения, и распределить процессы по этапам ЖЦИ.

2. Определить бизнес-роли (назначить ответственных за функционирование процессов), используя правило «один процесс – одно подразделение – один бюджет – один руководитель процесса» [4].

3. Определить «входы» (материальные ресурсы, информация) и «выходы» (продукция и информация) процессов. При идентификации процессов необходимо уточнить обязанности бизнес-ролей, этапы и взаимосвязи в процессах.

4. Определить ресурсы процессов: персонала, оборудования и технологических материалов, технологий и методик, средств измерений и т. д.

5. Определить показатели процесса, которые характеризуют выполнение требований стандарта ISO 9001, выполнение стандартов предприятия.

Наиболее важным этапом является определение бизнес-роли, ответственного за процесс, ввиду возникновения конфликта между процессным подходом и функциональным управлением. В рамках процессного подхода каждая бизнес-роль кроме ответственности за функционирование управляемого подразделения, владелец процесса также несет ответственность за результативность процесса. Владелец процесса должен системно управлять своим процессом, выявлять и устранять недостатки в функционировании в рамках своего процесса для обеспечения выхода качественного продукта процесса. Для обеспечения функционирования СМК в соответствии с современными требованиями необходимо проведение реинжиниринга процессов и сопровождения функционирования системы сбалансированных показателей (BSC) Balanced Scorecard [3], основанной на доведении до персонала стратегических целей и задач предприятия, способной обеспечить повышение и поддержание конкурентоспособности продукции в современных условиях.

Список литературы:

1. Зворыкин Н.М. Реализация процессного подхода на промышленном предприятии // Методы менеджмента качества. – 2004. – № 1. – С. 35–40.
2. Казаков В.Г., Коцюбинская С.Р., Решетникова Ю.В. Роль менеджмента качества при импортозамещении // Потенциал современной науки, 2016. № 8. С. 24–30.
3. Каплан Роберт С., Нортон Дейвид П. Сбалансированная система показателей. От стратегии к действию. – 2-е изд., испр. и доп.: Пер. с англ. – М.: ЗАО «Олимп-Бизнес», 2003. – 320 с.
4. Ковшов А.Н., Назаров Ю.Ф., Ибрагимов И.М., Никифоров А.Д. Информационная поддержка жизненного цикла изделий машиностроения: принципы, системы и технологии CALS/ИПИ – М.: Академия, 2007. – 304 с.

4. ПРИРОДОПОЛЬЗОВАНИЕ

НАЛОГ НА ВЫБРОСЫ CO₂ КАК ДРАЙВЕР РАЗВИТИЯ РЫНКА ВОЗОБНОВЛЯЕМЫХ ИСТОЧНИКОВ ЭНЕРГИИ

Стройков Геннадий Алексеевич

*аспирант кафедры организации и управления,
Санкт-Петербургский Горный Университет,
РФ, г. Санкт-Петербург*

CO₂ EMISSION TAX AS A DRIVER FOR MARKET DEVELOPMENT OF RENEWABLE ENERGY SOURCES

Gennady Stroykov

*PhD student, department of management and organization
Saint-Petersburg Mining University,
Russia, Saint-Petersburg*

Аннотация. В работе представлены итоги первого периода действия Киотского протокола, а также рассмотрено так называемое «Парижское соглашение», и временные рамки его ратификации в Российской Федерации. В статье описывается взаимосвязь между введением углеродного налога и развитием возобновляемой энергетики в России и мире.

Abstract. The paper presents the results of the Kyoto Protocol, as well as the so-called "Paris Agreement" and the time frame for its ratification in the Russian Federation. The article describes the relationship between the introduction of a carbon tax and the development of renewable energy in Russia and the world.

Ключевые слова: парижское соглашение, углеродный налог, возобновляемые источники энергии, энергоэффективность, ресурсосбережение.

Keywords: Paris Agreement, carbon tax, renewable energy sources, energy efficiency, resource saving.

Одна из наиболее масштабных по своим последствиям проблем современности – глобальное изменение климата, начиная с середины XX в. среднегодовая температура на планете повышается. Примерно три четверти антропогенной эмиссии CO₂ в течение последних 20 лет обусловлено добычей первичного топлива, его транспортировкой, переработкой и сжиганием с целью получения тепловой, электрической и механической энергии. Статистический анализ данных по всему миру показал, что около 44 % парниковых газов образовались при использовании угля, 36 % – нефти и нефтепродуктов, 20 % – природного газа

Россия приняла участие в подписании Рамочной конвенции ООН об изменении климата (включая Приложение 1) и Киотского протокола (включая Приложение В), что накладывает на нее определенные обязательства по ограничению выбросов CO₂ и ведению соответствующей отчетности. Кроме того, в декабре 2015 г. было согласовано, а в ноябре 2016 г. вступило в силу новое Парижское соглашение по климату, направленное на регулирование выбросов парниковых газов, начиная с 2020 г. [3].

Киотский протокол был подписан в 1997 году в рамках РКИК ООН26. Область действия соглашения распространялась на 6 парниковых газов, перечисленных в Приложении А: Дioxid углерода (CO₂); Метан (CH₄); Закись азота (N₂O); Гидрофторуглероды (ГФУ); Перфторуглероды (ПФУ); Гексафторид серы (SF₆). Страны, включенные в Приложение В к протоколу, брали на себя количественные обязательства по ограничению либо сокращению выбросов парниковых газов в период с 1 января 2008 г. по 31 декабря 2012 г. – первый период действия протокола. Основным механизмом реализации протокола должен был стать механизм торговли квотами. Цель ограничений – снизить совокупный средний уровень антропогенных выбросов парниковых газов на 5 % по сравнению с уровнем 1990 г. Однако, обязательства среди стран распределились отнюдь не поровну.

Развивающиеся страны не взяли на себя вообще никаких обязательств, в т.ч. Индия и Китай, объемы выбросов которых росли наиболее высокими темпами. Наибольшие обязательства на себя взяли страны Евросоюза, которые вместе с Японией и были главными инициаторами Киотского соглашения: основная часть стран должна была уменьшить объем выбросов на 8 %, остальные – на 6 %. А вот, например, США взяли на себя обязательства сократить выбросы на 7 %, однако даже не ратифицировали документ. Канада, также как и Япония обязалась сократить выбросы на 6 %, однако Канада вышла из соглашения незадолго до окончания первого периода действия

протокола. Австралия, один из крупнейших горнодобывающих производителей, в итоге просто не выполнила свои обязательства по Киотскому протоколу, оставшись при этом его участником. Обязательства России заключались в сохранении среднегодового уровня выбросов в период 2008–2012 годов на уровне 1990 года, при этом поглощение российскими лесами учитывались только на уровне около 30 млн т, что составляет около 3–5 % от актуальной оценки поглощения. [1].

Таблица 1.

**Обязательства стран по сокращению выбросов парниковых газов
в первый период Киотского протокола и результаты**

	Обязательства стран по сокращению выбросов парниковых газов, в % к уровню 1990 г.	Изменение выбросов CO₂ за период 1990–2013 гг., в % к уровню 1990 г.
США	-7	+6,6
Китай	-	+307,0
ЕС (15 стран)	-8	-11,4
Россия	0	-28,7 (по данным МЭА, без учёта поглощения)
		-35,6 (по данным Национального доклада, без учёта поглощения)
		-57,6 (по данным Национального доклада, с учётом поглощения)
Индия	-	+249,9
Япония	-6	+17,7
Остальные страны	-	+57

Примечание: Составлено по данным Международного энергетического агентства и «Национального доклада о кадастре» [5; 2]

Итоги первого периода действия Киотского протокола были официально подведены лишь в 2015 году. Часть стран, подписавших договор, выполнила и даже перевыполнила свои обязательства. Например, страны Евросоюза добились сокращения выбросов за период 2008–2012 гг. к уровню 1990 года более чем на 11 %. Россия сократила выбросы CO₂ почти на 30 %, т. е. перевыполнила взятые на себя обязательства (Таблица 1).

В ноябре-декабре 2015 г. в Париже прошла 21-я конференция РКИК ООН. По результатам конференции было принято так называемое «Парижское соглашение». Подписание соглашения началось 22 апреля 2016 г., и к июню 2016 г. Под соглашением поставили подписи представители 177 стран.

В минувшем декабре исполнился год со дня принятия Парижского соглашения по климату. Этот документ, вступивший в силу 4 ноября, с 2020 года придет на смену действующему с 1997 года Киотскому протоколу. За прошлый год соглашение ратифицировали уже в 118 странах, на которые приходится 75 % глобальных выбросов парниковых газов, в том числе в США и Китае. Мир берет на себя повышенные обязательства – не допустить роста глобальной температуры к 2100 году свыше 2 градусов по Цельсию, а также довести до нуля выбросы парниковых газов (ПГ) уже к середине столетия.

Россия тоже подписала Парижское соглашение, но ратифицировать его пока не спешит. Отношение к климатической мировой повестке в России противоречивое. Тем не менее вопросы о будущем и экономики, и энергетики, и страны в целом в новой – низкоуглеродной – реальности встают все более остро.

Ратификация Парижского соглашения намечена на 2019–2020 годы; до этого, кстати, планируется подготовить доклад о ее целесообразности, который ляжет на стол президенту. Пока же в нашей стране будут разрабатывать модель государственного регулирования выбросов ПГ (проект федерального закона, по плану правительства РФ, подготовят только к лету 2019 года). К декабрю 2019 года должен быть готов проект указа президента (в котором будут прописаны целевые индикаторы ограничения выбросов к 2030 году) и стратегия долгосрочного развития с низким уровнем выбросов ПГ до 2050 года.

В 2015 г был зафиксирован рекордный за всю историю объем инвестиций в ВИЭ – 328,9 млрд долларов США, при этом наибольший объем средств – 161 млрд долларов – был направлен в солнечную энергетику. Инвестиции в традиционную генерацию на основе углеводородов составили в том же году 130 млрд долларов США.

Сегодня крупнейший эмитент выбросов ПГ в мире - Китай становится и главным мировым инвестором и владельцем объектов ВИЭ-генерации. Более 80 компаний в мире заявили о переходе на ВИЭ; в их числе такие гиганты, как Microsoft, Google, Facebook, ИКЕА, GM, BMW, Coca-Cola, Nestle и др. Google уже сейчас в лидерах по закупаемой энергии ветра и солнца. И все они инвестируют в технологии. Влияние выбросов ПГ на изменение климата все же не главный фактор для роста роли ВИЭ в энергетике России. Есть и более прозаичные причины. Прежде всего «углеродный след» компаний и производимых ими товаров все больше становится фактором конкуренции за деньги потребителей (покупателей) и инвесторов. «И те, и другие требуют сегодня от товаропроизводителей сведений о выбросах парниковых газов и о том, как компании эти выбросы учитывают, контролируют и сокращают. Сегодня на рынке в тренде «зеленое»: от «зеленых» инвестиций до «зеленых» цепочек поставок.

Нельзя сказать, что Россия не движется в сторону низкоуглеродного будущего. «ЕвроСибЭнерго», к примеру, совместно с МГУ занимается разработкой альтернативной технологии солнечных панелей, которая позволит сделать их гибкими и использовать не только на электростанциях, но и в строительстве. «Шумозащитные или облицовочные панели для зданий могли бы параллельно вырабатывать электроэнергию. Эти покрытия могут работать и при рассеянном свете. Проблема в том, что ключевая трансформация все равно должна произойти в энергетике. На этот сектор приходится около 80 % от всего объема выбросов ПГ, и его доля всю четверть века остается практически неизменной (хотя сами выбросы и сократились примерно на треть).

По мнению Михаила Юлкина, генерального директора Центра экологических инвестиций, «реально мы можем управлять только двумя факторами: энергоемкостью продукции (услуг) и углеродоемкостью производства энергии». И в этом плане любые технологии, способные сделать углеродную энергетику более «чистой», все равно будут проигрывать ВИЭ. Однако пока этот сектор в России развивается недостаточно активно. В схеме территориального планирования энергетики до 2030 года планируется всего 6 ГВт вводов ВИЭ-генерации.

Ключевой вопрос: как стимулировать компании в России к движению в безуглеродное будущее? Так, угольная промышленность и связанная с ней тепловая энергетика полностью отрицает климатическую повестку. Другие, вроде ОК «РУСАЛ», Роснано или «ЕвроСибЭнерго», напротив, уверены, что отсидеться в стороне не получится. Нефтяные гиганты Total, BP, Statoil и другие, казалось бы, должны противиться любым изменениям традиционных моделей добычи ископаемого

топлива – нефти, газа и так далее. А эти компании, наоборот, сами начали двигаться в сторону безуглеродной экономики, став на сегодня, как бы это странно ни звучало, крупными инвесторами в ВИЭ. Эти компании понимают, что в будущем спрос на ископаемое топливо сократится, цены на него рухнут. И чтобы оставаться на вершине, сохранять лидерские позиции, им необходимо заниматься развитием других видов энергетики и других видов бизнеса.

Для ТЭК основными целями являются развитие нового производства высокотехнологичного оборудования и материалов для генерации на основе ВИЭ, создание новых рабочих мест и компетенций в технологической и научной сфере. ВИЭ выступают в роли катализатора изменений структуры рынка электроэнергии и совершенствования энергосистемы. Цели развития ВЭ в сельских районах и зонах децентрализованного энергоснабжения – повышение доступности и надежности энергоснабжения, экономия бюджетных средств, создание рабочих мест для населения и дополнительных доходов местных бюджетов, рост качества жизни населения. В крупных городах и их пригородах развитие ВЭ связано, прежде всего, с решением экологических проблем.

Необходимость обеспечения энергетической безопасности – важнейшая движущая сила развития новых энергетических технологий, в том числе тех, которые делают доступными новые источники энергии или удешевляют существующие. Наличие технологической базы и заделов в энергетике позволяет любой стране получить дополнительные конкурентные преимущества на мировых рынках, а их отсутствие вынуждает вступать в гонку за лидерами. Для развивающихся стран международный трансфер технологий выступает ключевым каналом обеспечения низкоуглеродного роста и чистых производственных технологий.

Глобальное потепление является признанным в мире фактом. Основные антропогенные причины этого феномена – выбросы парниковых газов (углекислого газа, метана и др.), происходящие вследствие генерации электрической и тепловой энергии с использованием ископаемых топлив. Изменение климата сопровождается природными катастрофами (засухами, доказывают, что переход к использованию ВИЭ способствует значительному снижению антропогенного воздействия на климат. Изменения в отечественной и мировой экономике оказывают существенное влияние на возможные траектории развития возобновляемой энергетике (ВЭ) в энергетическом комплексе России. Реализация конкретного направления развития зависит от внешних и внутренних условий, которые могут обеспечить широкомасштабное развитие ВЭ в стране, а могут создать ситуацию,

при которой возобновляемые источники энергии (ВИЭ) будут использоваться в минимальных масштабах для решения узких задач электро- и теплоснабжения. Одним из наиважнейших критериев развития ВЭ станет ратификация Парижского соглашения в России, а разработка модели государственного регулирования выбросов ПГ.

Список литературы:

1. Аналитический доклад «Риски реализации Парижского климатического соглашения для экономики и национальной безопасности России» // Институт проблем естественных монополий – [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://www.ipem.ru/files/files/other/doklad_riski_realizacii_parizhskogo_klimaticheskogo_soglasheniya_dlya_ekonomiki_i_nacionalnoy_bezопасnosti_rossii.pdf.
2. Национальный доклад о кадастре – [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://cc.voeikovmgo.ru/images/dokumenty/2016/RUS-NIR-2016_vol1.pdf.
3. Проскурякова Л.Н., Г.В. Ермоленко «Возобновляемая энергетика 2030: глобальные вызовы и долгосрочные тенденции инновационного развития» // Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики» 2017 г.
4. Стройков Г.А. «Использование возобновляемых источников энергии на горных предприятиях». // Экономика и предпринимательство № 11-2 (76-2) 2016 г.
5. CO2 Emissions from Fuel Combustion. Highlights 2015 / OECD, IEA // URL: <http://www.iea.org/media/freepublications/stats/CO2Highlights2015Exceltables.xls>
6. Planning for the renewable future Long-term modelling and tools to expand variable renewable power in emerging economies. The International Renewable Energy Agency (IRENA) – [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://www.irena.org/DocumentDownloads/Publications/IRENA_Planning_for_the_Renewable_Future_2017.pdf.

5. РЕГИОНАЛЬНАЯ ЭКОНОМИКА

ТЕРРИТОРИИ С ЛЬГОТНЫМ РЕЖИМОМ РАЗВИТИЯ КАК ИНСТРУМЕНТ СТИМУЛИРОВАНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА МУНИЦИПАЛЬНЫХ ОБРАЗОВАНИЙ

Каткова Нина Андреевна

*магистрант, Казанский федеральный университет,
РФ, г. Набережные Челны*

TERRITORIES WITH THE PREFERENTIAL MODE OF DEVELOPMENT AS THE INSTRUMENT OF STIMULATION OF ECONOMIC GROWTH OF MUNICIPALITIES

Nina Katkova

*master of the first course, Kazan federal university,
Russia, Naberezhnye Chelny*

Аннотация. Сегодня в России создаются территории со специальным льготным режимом налогообложения, позволяющим бизнесу осуществлять свою деятельность с меньшими потерями. В данной статье рассматриваются виды таких территорий, их преимущества и недостатки.

Abstract. Today in Russia territories with the special preferential mode of the taxation allowing business to carry out the activity with smaller losses are created. In this article types such territories, their advantages and shortcomings are considered.

Ключевые слова: льготный режим; развитие территорий; экономический рост; преимущества; недостатки; налогообложение; бизнес.

Keywords: preferential mode; development of territories; economic growth; advantages; shortcomings; taxation; business.

Сегодня в России создаются территории со специальным льготным режимом налогообложения, позволяющим бизнесу осуществлять свою деятельность с меньшими потерями.

Первые российские территории с особым режимом развития были созданы в конце прошлого века, называвшиеся свободными экономическими зонами (СЭЗ). Свободная экономическая зона представляла собой географически ограниченную территорию с благоприятным экономическим и правовым статусом для зарегистрированных государственных и иностранных фирм, которые использовали систему льгот и стимулов с учетом установленных критериев в отношении ведения определенных видов деятельности на территории зоны [1].

Свободная экономическая зона создавалась с целью привлечения иностранных инвестиций, а также повышения уровня экономического развития региона с помощью имеющихся и привлеченных ресурсов и предоставленных привилегий. Государство предоставляло резидентам зоны общие и особые стимулы и льготы налогового, финансового, торгового и административного характера.

В 1990–1991 годах были учреждены более десяти СЭЗ. Однако большинство проектов не реализовали планируемых результатов. Это было связано с бессистемным функционированием, недостатком финансирования, отсутствием законодательной базы и с постоянной борьбой регионов за максимальные льготы.

В 2005 году начался новый этап реализации специального режима развития свободные (особые) экономические зоны, связанный с принятием ФЗ №116 «Об особых экономических зонах в РФ». Этот закон упразднил все ранее существовавшие СЭЗ за исключением Калининградской и Магаданской и упорядочил принципы их создания и функционирования.

Особые экономические зоны создавались с целью развития инновационных отраслей экономики, импортозамещающих производств, туризма и санаторно-курортной сферы, разработки и производства новых видов продукции, расширения транспортно-логистической системы за счет предоставляемых привилегий.

Резидентам ОЭЗ предоставлялись дополнительные льготы, в зависимости от типа зон, а также общие налоговые льготы для всех: льготу по транспортному налогу и налогу на имущество; освобождение от уплаты налога на имущество и земельного налога (на 5–10 лет) [4].

В настоящее время в России действует 25 специализированных ОЭЗ (таблица 1) [3].

Таблица 1.

Особые экономические зоны

Технико-внедренческие	Портовые
«Зеленоград», г. Москва	Мурманская область
«Дубна», Московская область	«Советская гавань», Хабаровский край
г. Санкт-Петербург	«Ульяновск-Восточный», Ульяновская область
«Томск», Томская область	
«Иннополис», Республика Татарстан	
Промышленно-производственные	Туристско-рекреационные
г. Астрахань	«Алтайская долина», Республика Алтай
г. Владивосток	«Байкальская гавань», Республика Бурятия
«Липецк», Липецкая область	«Бирюзовая Катунь», Алтайский край
«Алабуга», Республика Татарстан	«Гранд Спа Юца», Ставропольский край
«Тольятти», Самарская область	«Ворота Байкала», Иркутская область
«Титановая долина», Свердловская область	«Остров Русский», Приморский край
«Моглино», Псковская область	Туристический кластер в СКФО, Краснодарском крае и Республике Адыгея
«Калуга» Калужская область	

Основными проблемами ОЭЗ являются недостаточная разработка законодательства, низкая привлекательность преференции иностранным резидентам, неразвитая инфраструктура, минимизация административного контроля, низкий уровень привлечения инвестиций. Главным препятствием на пути развития ОЭЗ является, конечно, отсутствие продуманной стратегии развития России [2].

Однако, не смотря на негативный опыт, государство создает новый наиболее эффективный режим развития – зона территориального развития (ЗТР). Цель ЗТР – создание благоприятных условий для инвесторов с целью уменьшения социально-экономического неравенства регионов страны. Именно поэтому резидентам зон территориального развития предоставляется бюджетная и инфраструктурная поддержка (налоговые льготы, аренда земли и т.д.) [6].

С 2014 года в Российской Федерации введен новый режим – территория опережающего социально-экономического развития (ТОСЭР).

ТОСЭР – часть территории субъекта Российской Федерации, включая закрытое административно-территориальное образование, на которой в соответствии с решением Правительства Российской Федерации установлен особый правовой режим осуществления предпринимательской и иной деятельности в целях формирования благоприятных условий для привлечения инвестиций, обеспечения ускоренного социально-экономического развития и создания комфортных условий для обеспечения жизнедеятельности населения [7].

ТОР создается с целью ускорения социально-экономического развития субъектов РФ. Основными задачами являются привлечение инвестиций как отечественных, так и иностранных в экономику России и увеличение конкурентоспособности товаров и услуг, производимых на данной территории.

Резидентам территории опережающего социально-экономического развития предоставляется целый ряд привилегий (рисунок 1).

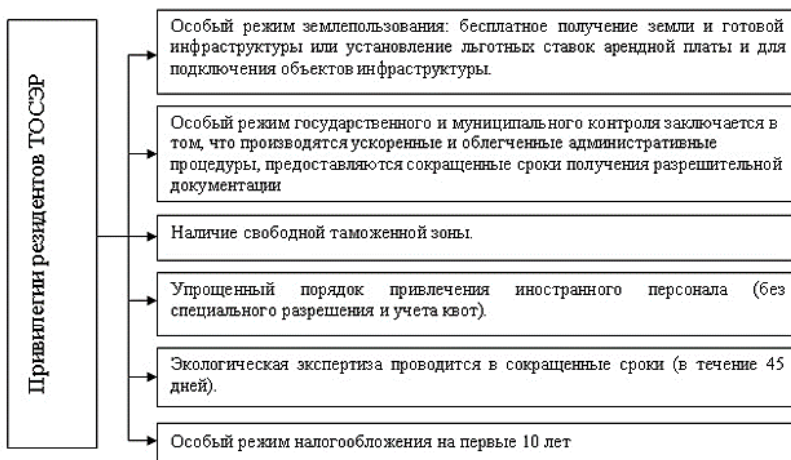


Рисунок 1. Привилегии резидентов ТОСЭР

Основным преимуществом ТОСЭР является особый режим налогообложения на первые 10 лет (таблица 2) [7].

Таблица 2.

Налоговые преференции

Наименование налога	ТОР	Без ТОР
Налог на прибыль	0-5%	20%
Налог на землю	0%	В среднем 1,5%
Налог на имущество организаций	0%	2,2%
Страховые взносы в государственные внебюджетные фонды	7,6%	30%

В Российской Федерации были созданы двенадцать территорий опережающего социально-экономического развития в пределах Дальневосточного федерального округа и три ТОР в моногородах.

ТОР является новым поколением режима территориального развития. При разработке этого инструмента регионального развития Правительство РФ постаралось учесть положительный и отрицательный опыт функционирования предшествующих зон с особым статусом. При правильной стратегии государства ТОР могут способствовать ускоренному социально-экономическому развитию регионов.

Таким образом, можно сделать вывод, что территории с особым льготным режимом развития – это новая стратегия государства, которая предоставляет благоприятные условия для привлечения инвестиций, осуществления предпринимательской и иной деятельности, обеспечения ускоренного социально-экономического развития и создания комфортных условий для обеспечения жизнедеятельности населения.

Список литературы:

1. Костюнина Г.М. Свободные экономические зоны в мире и в России – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.ehd.mgimo.ru / IORManagerMgimo/file?id=99044B3D-B93D-6C66-93F1-D97C2781EBCE> (Дата обращения: 01.06.2017).
2. Леонтьев М. Особые экономические зоны России: проблемы развития – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://mpleontiev.ru> (Дата обращения: 02.06.2017).
3. Министерство экономического развития Российской Федерации – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://economy.gov.ru/minec/activitain/> (Дата обращения: 01.06.2017).
4. Налоговые льготы для резидентов особых экономических зон – [Электронный ресурс] // Министерство экономического развития Российской Федерации: офиц.сайт. – URL: <http://economy.gov.ru/minec/activity/sections/sez/xconcession/> (Дата обращения: 31.05.2017).

5. Федеральный закон от 22.07.2005г. №116-ФЗ «Об особых экономических зонах в Российской Федерации» – [Электронный ресурс] // Консультант Плюс: офиц.сайт. – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_law_54599/ (Дата обращения: 03.06.2017).
6. Федеральный закон от 03.12.2011 № 392-ФЗ «О зонах территориального развития в Российской Федерации и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации» – [Электронный ресурс]. // Консультант Плюс: офиц.сайт. – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_122563/ (Дата обращения: 29.05.2017).
7. Федеральный закон от 29.12.2014г. №473-ФЗ «О территориях опережающего социально-экономического развития в Российской Федерации» – [Электронный ресурс] // Президент России: офиц.сайт. – URL: <http://kremlin.ru/acts/bank/39279/page/1> (Дата обращения: 01.06.2017).

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ В СФЕРЕ ЖИЛИЩНОГО СТРОИТЕЛЬСТВА

Такмашева Ирина Вениаминовна

*доц., Югорский государственный университет,
РФ, г. Ханты-Мансийск*

Коновалова Анна Алексеевна

*студент, Югорский государственный университет,
РФ, г. Ханты-Мансийск*

MODERN TRENDS IN THE SPHERE OF HOUSING CONSTRUCTION

Irina Takmasheva

*associate Professor of Yugra state University,
Russia, Khanty-Mansiysk*

Anna Konovalova

*student group 47326, Yugra state University,
Russia, Khanty-Mansiysk*

Аннотация. Любой разговор о недвижимости неизбежно касается ценовых характеристик, потому что принятие решения и об инвестировании строительства, и о приобретении жилья связано с конкретными суммами. Сначала они определяют себестоимость строительства, а затем, в определенной мере, и рыночную цену жилья.

Abstract. Any conversation about real estate would inevitably affect the price characteristics because the decision-making and investing the construction and acquisition of housing is connected with specific amounts. First, they determine the cost of construction, and then, to a certain extent, and the market price of housing.

Ключевые слова: Строительство, себестоимость строительства, ипотека.

Keywords: Construction, construction costs, mortgage.

Жилищное строительство – это одна из наиболее активно процветающих частей рынка недвижимости, которая несет и особую социальную нагрузку. Массовый рынок жилья столь же важен для решения проблем социального характера, как и для развития экономики Ханты-Мансийского автономного округа-Югры и страны в целом. Активизация жилищного строительства становится особым катализатором развития региональной экономики и улучшения качества жизни населения Ханты-Мансийского автономного округа-Югры [1].

В себестоимость строительства фактически включены две основные составляющие, в первую очередь, это стоимость самого строительства объекта, а также это дополнительные затраты, которые несет любой инвестор когда осваивает территорию, на которой осуществляется непосредственно сама стройка. На сегодняшний день, основным, и, пожалуй, главным сдерживающим фактором развития регионального жилищного строительства, не учитывая дефицит финансовых ресурсов, является неподготовленность территории региона с точки зрения уровня развития инфраструктуры.

В настоящее время, строительная себестоимость значительно возрастает из-за постоянного роста ниже перечисленных компонентов [3]:

- тарифы естественных монополий;
- цены на основные материалы, такие как песок, цемент, металл, щебень;
- отчисления, производящиеся на условиях договора о выделении площадки под застройку;
- заработная плата строителей и другого обслуживающего персонала.

На сегодняшний день цены на строительные материалы стали существенно выше, чем в начале года. Непременно, эти суммы будут закладываться в себестоимость строительства. Государство дает гарантию уровня инфляции не более десяти процентов в год по стране в целом, но инфляция в строительной отрасли уже на сегодняшний день почти достигла данного показателя.

Значительной частью себестоимости считаются отчисления, осуществляемые по условиям договора о выделении площади под застройку, то есть количество бесплатной площади, выделяемой городу в каждом доме, количество школ, детских садов, строящихся за счет средств инвестора, количество строительства инженерных сетей, включая головные сооружения. Все это является соответственным обременением всего строительного процесса. И именно тогда, когда органы власти решают, какую часть расходов должен взять на себя инвестор, то их расчет становится предельно простым и понятным для любого. Строительная себестоимость является открытой цифрой,

и если данную цифру суммировать с затратами инвестора (такими как, стоимость школ, детских садов, бесплатных квартир, новых коммуникаций и прочее), то себестоимость строительства можно искусственно подогнать под рыночную цену жилья в конкретном районе, на конкретной территории. Следовательно, инвесторам дается возможность иметь незначительный собственный доход, при помощи которого они могли бы существовать и каким-либо образом развиваться. Притом, на плечи инвесторам ложится решение множества вопросов, которые связаны с освобождением площадки для строительства, не предусмотренных проектно-сметной документацией, например, такие как: снос и строительство гаражей, переезд или переселение жителей из сносимого дома и прочее. Вдобавок приходится нести дополнительные затраты по реконструкции каких-либо неучтенных сетей, установку детских площадок, оформлению газонов и прочее.

Стоит отметить, что нет такого строительного объекта, в отношении которого не возникало бы непредвиденных проблем на этапе проектирования. Инвестор берет на себя затраты, которые позволяют высвободить определенные суммы для повышения выплат в бюджетной сфере, оплату расходов на строительство и ремонт дорог, совершенствование инфраструктуры и прочее.

Еще одной расходной статьей, которая включена в себестоимость жилой площади, является заработная плата строителей. Разумеется, их заработки растут. Считается, что самым большим богатством каждой строительной компании являются профессионалы, труд которых должен достойно оплачиваться.

В настоящем из-за инфляции цены на рынке недвижимости не могут быть стабилизированы, поэтому стоимость всех элементов, которые составляют себестоимость, в любом случае будет расти. В последние годы в зависимости от категории дома рост стоимости одного квадратного метра жилой площади примерно составляет десять-пятнадцать процентов, а в отдельных случаях достигает тридцати процентов.

Фактором, который также формирует рыночную цену квадратного метра жилья, является покупательский спрос, который на сегодняшний день колоссальнейшим образом не удовлетворен, так, например, в Ханты-Мансийском автономном округе – Югре востребовано строительство индивидуального малоэтажного жилья. К сожалению, на рынке появляется все меньше дешевых квартир.

Для решения жилищной проблемы имеются разные способы. Одним из современных способов решения жилищной проблемы, на наш взгляд, может стать реализация ипотеки, в том числе для тех категорий населения, которые не имеют больших доходов. Если ипотека

в действительности заработает, и появится большое количество желающих воспользоваться ипотечной схемой, то число покупателей жилья значительно увеличится. Необходимо обратить внимание на то, что на отечественном рынке жилищного кредитования на сегодняшний день, по сути, конкурируют ипотека и строительные долевые схемы. Фактически, эти схемы конкурируют в настоящее время с цивилизованным ипотечным кредитованием, так как они привлекают своей малой себестоимостью. Но также стоит отметить, что важным является понимание того, какие риски существуют внутри долевых систем: при всей прозрачности экономических процессов в долевом строительстве, гарантий, в том числе со стороны государства, нет, а системы, которые построены на репутации личности, в нашей стране пока что работают недостаточно хорошо.

Существенное влияние на строительный рынок оказывает государство в рамках стратегического планирования. Долгосрочная стратегия массового строительства жилья для всех категорий граждан на период до 2025 года (далее – Стратегия) разработана во исполнение Послания Президента Российской Федерации Федеральному Собранию Российской Федерации. Основная цель Стратегии заключается в обеспечении массового строительства жилья различных ценовых категорий, доступного для приобретения в собственность или найма для всех категорий граждан, независимо от уровня их доходов [5].

Также на территории Ханты-Мансийского автономного округа-Югра до конца этого года действует Программа «Жилье для российской семьи». Данная программа реализуется на территории Сургутского района путем строительства жилья экономического класса по цене, которая не будет превышать 36 тысяч рублей за квадратный метр.

Приобретать жилье экономического класса, могут лишь отдельные категории граждан, постоянно проживавшие и проживающие по сей день на территории Ханты-Мансийского автономного округа – Югры. Данное право реализуется гражданами только один раз и только в отношении одного жилого помещения.

В Ханты-Мансийском автономном округе – Югре проведена работа по привлечению средств из федерального бюджета. Распоряжением Правительства Российской Федерации автономного округа от 17.01.2017 № 25-р «О графике выпуска и распределения в 2017 году государственных жилищных сертификатов в рамках реализации подпрограммы «Выполнение государственных обязательств по обеспечению жильем категорий граждан, установленных федеральным законодательством» федеральной целевой программы «Жилище» на 2015–2020 годы» на 2017 год Ханты-Мансийскому автономному

округу – Югре распределены 96 бланков государственных жилищных сертификатов, в том числе:

- 87 – гражданам, которые относятся к категории «выезжающие из районов Крайнего Севера и приравненных к ним местностей»;
- 6 – гражданам, подвергшимся радиационному воздействию вследствие аварии на Чернобыльской АЭС;
- 3 – вынужденным переселенцам [4].

Кроме того, подписаны соглашения между Минстроем России и Правительством Югры о предоставлении и распределении в 2017 году субсидии из федерального бюджета бюджету Ханты-Мансийского автономного округа – Югры на софинансирование расходных обязательств субъекта Российской Федерации, на предоставление социальных выплат молодым семьям, на приобретение (строительство) жилья в рамках подпрограммы «Обеспечение жильем молодых семей» федеральной целевой программы «Жилище» на 2015 – 2020 годы на сумму средств федерального бюджета 15,57 млн. рублей, а также о предоставлении субвенций из федерального бюджета на обеспечение жильем ветеранов боевых действий, инвалидов, семей, имеющих детей-инвалидов, ветеранов Великой Отечественной войны.

Рассматривая показатели ввода индивидуального малоэтажного жилья, как на уровне Российской Федерации, так и на уровне Ханты-Мансийского автономного округа – Югры можно сделать вывод, что существует положительная динамика, как абсолютных показателей ввода индивидуального малоэтажного жилья, так и доли индивидуального жилищного строительства (ИЖС) в общем вводе жилой площади.

Список литературы:

1. Алибеков Ш.И., Шишканева В.Д. Особенности развития региональных рынков жилья // Вестник Санкт-Петербургского университета МВД России. – 2013. – № 2 – С. 128–130.
2. Жилищный кодекс Российской Федерации (ЖК РФ) – [Электронный ресурс]: КонсультантПлюс – <http://www.consultant.ru>.
3. Игнатов Л.Л. Экономика недвижимости: Учебно-методическое пособие, 3-е изд., исправл. и дополн. – М.: Издательство МГТУ им. Н.Э. Баумана, 2003. – 168 с.
4. Официальный сайт Департамента строительства Ханты-Мансийского автономного округа-Югры. – [Электронный ресурс]: <http://www.ds.admhmao.ru>.
5. Указ Президента РФ от 19 декабря 2012 г. № 1666 «О Стратегии государственной национальной политики Российской Федерации на период до 2025 года».

6. СТАНДАРТИЗАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ КАЧЕСТВОМ ПРОДУКЦИИ

АНАЛИЗ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ОБРАЗОВАНИЯ В ОБЛАСТИ МЕНЕДЖМЕНТА КАЧЕСТВА

Киматова Райгуль Гарифоллиевна

*ст. преподаватель,
Западно-Казахстанский аграрно-технический университет
имени Жангир хана,
Республика Казахстан, г. Уральск*

Кубашева Гульдарья Амангельдиевна

*ст. преподаватель,
Западно-Казахстанский аграрно-технический университет
имени Жангир хана,
Республика Казахстан, г. Уральск*

THE ANALYSIS OF ACTIVITY OF THE ORGANIZATION OF EDUCATION IN THE FIELD OF A QUALITY MANAGEMENT

Raigul Kimatova

*senior lecturer,
West Kazakhstan agrarian and technical university named Zhangir Khan,
Kazakhstan, Uralsk*

Guldarya Kubasheva

*senior lecturer,
West Kazakhstan agrarian and technical university named Zhangir Khan,
Kazakhstan, Uralsk*

Аннотация. В данной статье рассмотрено анализ деятельности организации образования в области менеджмента качества на примере Тамбовского государственного технического университета. Даны рекомендации по улучшению системы менеджмента качества.

Abstract. In this article it is considered the analysis of activity of the organization of education in the field of quality management on the example of the Tambov state technical university. Recommendations about improvement of a quality management system are made.

Ключевые слова: качество, система менеджмента качества, заинтересованные стороны, постоянное улучшение, социальная ответственность.

Keywords: quality, quality management system, stakeholders, continuous improvement, social responsibility.

Система менеджмента качества как совокупность взаимосвязанных и взаимодействующих элементов предназначена для обеспечения выполнения установленных требований посредством руководства и управления деятельностью всех сотрудников и подразделений, входящих в организационно-административную структуру системы менеджмента качества. Применение СМК является стратегическим решением для организации, которое может помочь улучшить результаты её деятельности и обеспечить надежную основу для начинаний, ориентированных на устойчивое развитие [1].

Анализируя, деятельность Тамбовского государственного технического университета мы видим, что внутри вузовская система гарантии качества образовательной деятельности обеспечивает прозрачность образовательного процесса, тем самым, отвечает основным требованиям системного подхода. В университете разработана и внедрена система менеджмента качества, направленная на формирование эффективной системы управления качеством образовательных и научно-технических услуг образовательных организации [4].

Тамбовский государственный технический университет определил процессы университета в соответствии с требованиями стандарта, необходимые для системы менеджмента качества и ее применения во всей организации, а также взаимодействие и последовательность этой деятельности (рисунок 1). Последовательность, приведенная на рисунке, устанавливает взаимодействие процессов, начиная от получения требований потребителей до удовлетворения этих требований. На рисунке 1 процессы, обведенные сплошной линией рассматриваются как составляющие главного образовательного процесса. Процессы, направленные сверху на образовательный процесс, являются процессами менеджмента, а процессы, направленные снизу, - процессами обеспечения.

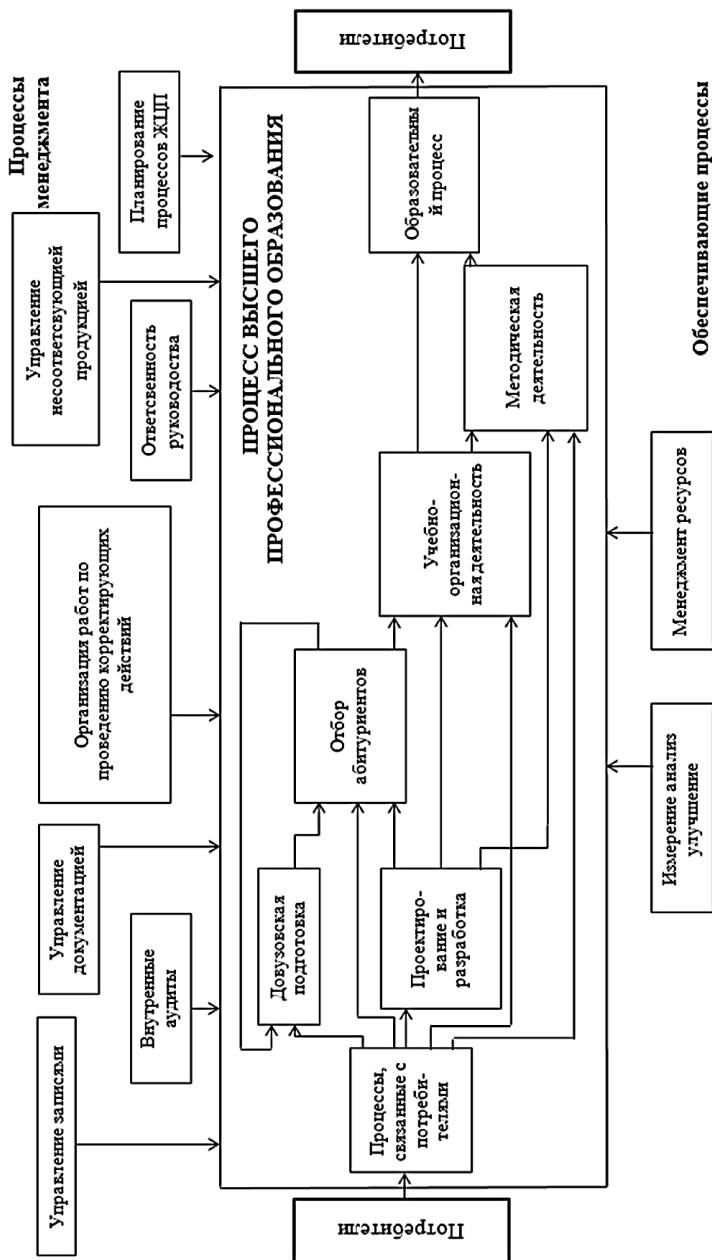


Рисунок 1. Сеть процессов СМК ТГУ

Системное функционирование системы менеджмента качества университета обеспечивается на основе внутренних нормативных документации, которые разработаны и реализуются в пяти уровнях. Для оценки, эффективности управления процессами в документах установлены критерии их результативности. Оценка их результативности проводят руководители процессов в соответствии с процедурой. На основе установления степени выполнения запланированных мероприятий в стратегическом плане развития организации образования определяется эффективность достижения целей и задач.

В Тамбовском государственном техническом университете определены и применяются процессы мониторинга, измерения, анализа и постоянного улучшения. На рисунке 2 представлена взаимосвязь этих процессов.

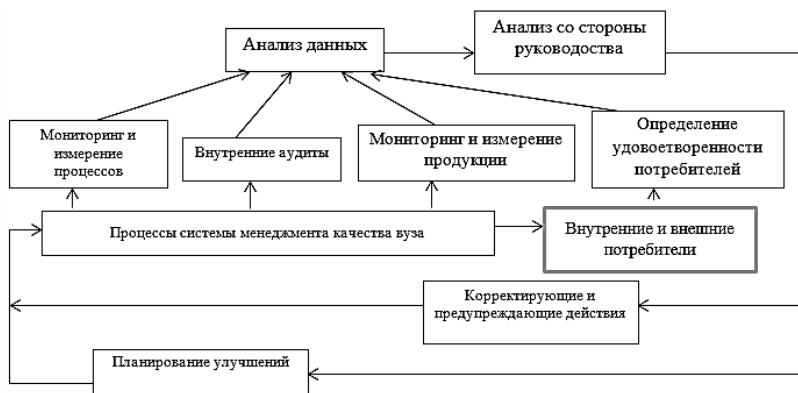


Рисунок 2. Взаимосвязь процессов измерения, мониторинга и улучшения

Полученные результаты мониторинга и измерения процессов и услуг, внутренних аудитов и оценка удовлетворенности потребителей используются для анализа данных, результаты которого планомерно и по мере возникшей необходимости, являются входными данными для анализа со стороны руководства [3].

Корректирующие действия определяются на основе анализа со стороны руководства, и планируется постоянное улучшение. Постоянное улучшение – это непрерывная деятельность по увеличению способности выполнять комплекс требований установленных разными факторами. В образовательных организациях процесс постоянного

улучшения используется как инструмент для улучшения внутренней результативности и результативности системы менеджмента качества, а также для повышения удовлетворенности потребителей и других заинтересованных сторон путем оптимального использования опыта и знаний сотрудников. В процессе постоянного улучшения принимают участие все сотрудники организации. Постоянное улучшение распространяется на: образовательную услугу, в том числе знания, умения, навыки выпускников; процессы; систему менеджмента качества; производственную среду.

Для реализации процесса постоянного улучшения в университете даны следующие рекомендации:

- деятельность организации не должен быть направленным только на потребителя. В стандарте ИСО 9001 версии 2015 года определено новое требование – установление контекста организации и определение заинтересованных сторон. Для организации образований, как социального института, это имеет принципиальное значение. Определив все заинтересованные стороны, организации образований может эффективнее выполнять свои функции. Сегодня организации должны правильно определить своих заинтересованных сторон и направить свою деятельность на налаживание контактов с ними. Правильное определение заинтересованных сторон дает возможность стабильно развиваться в будущем.

- деятельность организации должен быть социально ориентированным. Стандарт ИСО 9001-2015 не содержит конкретных требований к другим системам менеджмента [1], в том числе и социальный менеджмент. Хотя ИСО 26000 не содержит требования использования процессного подхода, оно является руководством по социальной ответственности [2]. В период интеграции все стандарты ИСО подготовлены к интегрированию с другими стандартами, это дает нам возможность совместить ИСО 9001-2015 и ИСО 26000 и внедрить в СМК образовательных организации.

Осуществление данного процесса приведет к следующему результату:

- повышается результативность процессов системы менеджмента качества и выбирается оптимальная организация процессов различного уровня;

- путем устранения неэффективных, нерациональных действий и эффективного использования всех видов ресурсов снижаются затраты, а также улучшается инфраструктура и производственная среда;

- качество образовательной услуги повышается, в том числе знания, умения, навыки студентов путем закрепления начатых изменений в системе менеджмента качества образовательных организаций;
- мотивация персонала повышается путем вовлечения всех сотрудников в активное участие в жизни организации, придания работе творческого характера и расширения возможностей самореализации сотрудников;
- уровень корпоративного общения повышается путем создания сплоченной команды.

Список литературы:

1. ГОСТ Р ИСО 9001-2015 Системы менеджмента качества. Требования.
2. ИСО 26000 Руководство по социальной ответственности.
3. Программа стратегического развития федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Тамбовский государственный технический университет» на период 2014–2018 гг. (с изменениями и дополнениями, утвержденными Ученым советом ТГТУ, протокол № 5 от 30.05.2016 г.) www.tstu.ru.

7. ФИНАНСЫ, ДЕНЕЖНОЕ ОБРАЩЕНИЕ И КРЕДИТ

ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЕ ВОЗМОЖНОСТИ И РИСКИ НА РОССИЙСКОМ РЫНКЕ СТРУКТУРНЫХ ФИНАНСОВЫХ ПРОДУКТОВ

Грапов Ярослав Сергеевич

*аспирант, ФГБОУ ВО «Финансовый Университет
при Правительстве Российской Федерации»,
РФ, г. Москва*

Введение

Структурный финансовый продукт – это сложный финансовый инструмент, представляющий из себя комбинацию простых финансовых инструментов. Они впервые появились в 70-х годах 20 века в США, чтобы удовлетворить специфические потребности инвесторов в защите капитала, учете индивидуальных рыночных ожиданий и структуры денежных потоков. Рынок структурных продуктов с тех пор значительно вырос, а их формы стали настолько разнообразны, что дать единое однозначное определение структурному продукту достаточно трудно. Поэтому определения, данные в частности Международной организацией комиссий по ценным бумагам (IOSCO) и Комиссией по ценным бумагам и биржам США (SEC), сформулированы весьма размыто [7, с. 3].

В России структурированные продукты появились в 2000-ые годы, и с того момента их число значительно выросло, что показывает заинтересованность в данном инструменте со стороны инвесторов. Однако существующая законодательная база до сих пор не предусматривает правовой формы структурированного продукта и не регулирует отношения между эмитентами инвесторами. Это вызывает большие сложности со стороны предложения на рынке: инвестиционные компании и банки вынуждены использовать другие варианты правового оформления (так называемые «обертки»). Рассмотрим и проанализируем достоинства и недостатки различных форм структурных финансовых продуктов возможных в рамках российского законодательства.

Индексируемый депозит – это особый вид срочного банковского вклада. Он функционирует следующим образом. В начальный момент времени клиент заключает с банком договор банковского вклада

и вносит на депозит некоторую сумму. В дату истечения депозита клиенту возвращается инвестированная сумма, а также начисляется процентная ставка. Однако, в отличие от классических депозитов, данная ставка является не фиксированной, а плавающей, и может быть привязана, например, к фондовому индексу [2, с. 58].

Поскольку в соответствии с российским законодательством ставка по банковскому вкладу должна быть положительной, обычно банки выплачивают по индексируемым депозитам, наряду с плавающей ставкой, также и некоторую минимальную фиксированную ставку.

Таблица 1.

Достоинства и недостатки структурного продукта в форме индексируемого депозита

Достоинства	Недостатки
Попадают под государственную систему страхования вкладов Возможность досрочного погашения без потерь и даже с минимальным доходом по ставке вкладов до востребования	Только для структурных продуктов с полной защитой капитала.
	Ставка налога значительной выше НДФЛ, если доходность будет выше ключевой ставки + 5 %
Простая и понятная обывателю форма	Банк может не раскрывать содержания структурного продукта и включать любые комиссии
Система налогообложения по депозитам позволяет снизить налогооблагаемую базу, если доходность незначительно выше ключевой ставки + 5 % [4]	
Риски на стороне продавца – покупатель в любой момент может потребовать вернуть инвестированную сумму	

Структурный продукт в форме *депозитного (сберегательного) сертификата* по своей сути очень схож с индексируемым депозитом, однако имеет некоторые отличия, связанные с тем, что он имеет форму ценной бумаги. Процесс выглядит аналогично – только при заключении договора покупателю выдается ценная бумага.

Таблица 2.

Достоинства и недостатки структурного продукта в форме депозитного (сберегательного) сертификата

Достоинства	Недостатки
Попадают под государственную систему страхования вкладов, если сертификат именной	Подходит только для простых структурированных продуктов на рост или падение, не подходит для более сложных (например: купонных).
Возможность досрочного погашения без потерь и даже с минимальным доходом по ставке вкладов до востребования	Ставка налога значительно выше НДФЛ, если доходность будет выше ключевой ставки + 5 %
Простая и понятная обывателю форма	Банк может не раскрывать содержания структурного продукта и включать любые комиссии
Система налогообложения по депозитам позволяет снизить налогооблагаемую базу, если доходность незначительно выше ключевой ставки + 5 %	Не действует система страхования вкладов, если сертификат на предъявителя.
Риски на стороне продавца – покупатель в любой момент может потребовать вернуть инвестированную сумму	В соответствии с текущим законодательством сертификаты могут быть выпущены только в рублях.
Возможность вторичного обращения (перепродажи)	Возникают сложности с налогообложением в случаях, когда предъявляется сертификат не первоначальным покупателем. Необходимо подтвердить в налоговой инспекции свои расходы на покупку данного сертификата.

Самая простая и очевидная форма структурированного продукта – *договор займа с плавающей ставкой*, в котором оговариваются взаимные права и обязательства сторон в отношении структурированного продукта. В договоре детально описывается порядок расчета выплат по структурированному продукту, указываются сроки этих выплат и другие важные детали сделки.

Таблица 3.

Достоинства и недостатки структурного продукта в форме договора займа с плавающей ставкой

Достоинства	Недостатки
Данный способ подходит для любого вида структурированных продуктов, поскольку данный договор не имеет никаких жестких ограничений по процентной ставке и форме возврата средств.	Вторичное обращение не представляется возможным, единственный способ – досрочное погашение по согласию сторон.
	Гарантия по защите капитала обеспечивается только продавцом.
	Непрозрачна комиссия продавца.
	Регламентируется гражданским кодексом, могут возникнуть трудности в суде.

Структурированный продукт может быть сформирован в рамках стандартного **брокерского обслуживания**. В этом случае клиенту необходимо заключить договор о брокерском обслуживании (чаще всего в форме присоединения к регламенту) и затем самостоятельно подать поручение на покупку, скажем, облигаций и опционов. Поручения можно подать по телефону или через информационно-торговую систему (например QUIK). Брокер может выступать в роли консультанта по формированию подобного портфеля.

Таблица 4.

**Достоинства и недостатки структурного продукта в форме
брокерского обслуживания**

Достоинства	Недостатки
Поскольку это портфель из ценных бумаг, не возникнет проблем с вторичным обращением – в любой момент можно обратными операциями закрыть портфель с минимальными потерями	Предварительно обсуждаемые параметры могут не соответствовать действительности, поскольку есть разница во времени между обсуждением и заключением сделок
Данный подход универсален для большинства структурированных продуктов	Для неквалифицированных инвесторов ограничен список доступных инструментов
Покупатель может видеть весь портфель и комиссию продавца	Нет никаких гарантий защиты капитала со стороны продавца, все риски на стороне покупателя

Однако составление структурного продукта самостоятельно довольно проблематично, поэтому брокеры могут выступать в качестве доверительного управляющего. Процесс происходит следующим образом: между клиентом и брокером заключается стандартный договор *доверительного управления*. Клиент передает доверительному управляющему денежную сумму для формирования заранее определенного структурированного продукта, речь идет о формировании портфеля с использованием инструментов с фиксированной доходностью и опционов.

Таблица 5.

Достоинства и недостатки структурного продукта в форме доверительного управления

Достоинства	Недостатки
Нет проблем с вторичным обращением – в любой момент можно закрыть портфель с минимальными потерями	Предварительно обсуждаемые параметры могут не соответствовать действительности из-за разницы во времени между обсуждением и заключением сделок
Данный подход универсален для большинства структурированных продуктов	Для неквалифицированных инвесторов ограничен список доступных инструментов
Покупатель может видеть весь портфель и комиссию продавца	Нет гарантий защиты капитала со стороны продавца, все риски на стороне покупателя
Высокий порог для входа	
Понятно и доступно для большинства покупателей	

В России структурированные продукты могут оформляться в виде обыкновенных **облигаций**. Чтобы приобрести такую облигацию необходимо иметь брокерский счет и подать поручение на приобретение. В российской практике было всего два выпуска структурных облигаций – Тройка Диалог в 2009 году выпустила облигации с плавающим купоном, привязанным к индексу РТС (Troika Index Bond), а второй произошел совсем недавно в 2015 году и это облигации МинФина (ОФЗ-ИН) с индексированием на инфляцию номиналом [3, с. 3]. Ключевыми инвесторами в данный инструмент должны стать российские институциональные инвесторы, прежде всего пенсионные фонды, а также иностранные инвесторы на ожиданиях включения ОФЗ-ИН в существующие benchmark-индексы.

Структурированные облигации можно считать российским аналогом структурированных нот и сертификатов, выпускаемых на развитых рынках. Также в России иностранные структурированные ноты могут продаваться в виде иностранных ценных бумаг. Данные ноты приобретаются в рамках стандартного брокерского обслуживания посредством заключения биржевой сделки.

Таблица 6.

**Достоинства и недостатки структурного продукта
в форме облигаций**

Достоинства	Недостатки
Так как это ценная бумага – вторичное обращение значительно проще, ее можно продать в любой момент времени	Закрытый инструмент, не подразумевает под собой прямого демонстрирования портфеля, поэтому не понятна комиссия продавца
Гарантия защиты капитала обеспечивается эмитентом облигации, либо внутренними условиями (спецификацией)	Существует ряд рисков, способных снизить стоимость облигации в отрицательную зону, несмотря на гарантию защиты капитала
Небольшой порог для входа (на практике встречается от 80 тысяч рублей)	
Возможна любая структура продукта	
Высокая степень регулирования со стороны государства – соответственно хорошая защита в суде	

Внебиржевая срочная сделка оформляется путем личного подписания клиентом поручения в офисе брокера. Причем контрагентом по сделке обычно выступает аффилированный офшор брокерской компании, а сделка совершается от имени российской компании в пользу и интересах клиента.

Таблица 7.

**Достоинства и недостатки структурного продукта
в форме внебиржевой сделки**

Достоинства	Недостатки
Используя разные виды срочных сделок можно получить любую форму структурированного продукта	Только для квалифицированных инвесторов
Поскольку это ценные бумаги – вторичное обращение возможно.	Гарантия защиты капитала обеспечивается только продавцом структурированного продукта, либо внутренними условиями (спецификацией)
	Ликвидность на вторичном рынке очень низкая, поэтому вторичное обращение весьма затруднено
	Высокий порог для входа.
	Не понятна комиссия продавца

Клиент может купить *пай инвестиционного фонда* непосредственно у управляющей компании или ее агента. Покупка делается на основании безотзывной заявки. Права на инвестиционные доли учтены на специальных списках владельцев паев. Для совершения покупки клиент обязан заполнить три документа: анкета, заявление на приобретение пая и на открытие счета в реестре. Покупка оплачивается в кассе банка, который часто является и агентом компании.

Таблица 8.

**Достоинства и недостатки структурного продукта
в форме паев инвестиционного фонда**

Достоинства	Недостатки
Управляющие имеют обязательство по раскрытию информации, что делает систему более прозрачной и открытой для покупателя	В случае учреждения закрытого паевого инвестиционного фонда вступает ограничение – только для квалифицированных инвесторов.
Поскольку это ценные бумаги – вторичное обращение возможно	Данный подход не предусматривает никаких гарантий по возврату или доходности.
Гарантии, что управляющий не сможет купить или продать что-либо, противоречащее правилам фонда [3]	Невозможно задействовать точные критерии (например: барьеры)
Возможность сформировать почти любую структуру	
Низкий порог для входа	
Налог удерживается управляющей компанией и только в конце срока	

Структурный продукт в форме **векселя**. Для того, чтобы оформить данный структурированный продукт необходимо прийти в офис банка и купить вексель, который номинирован в иностранной валюте. В договоре купли-продажи векселя оговаривается, что банк обязуется произвести конвертацию суммы погашения по векселю в рубли. При этом для конвертации иностранной валюты в рубли используется фиктивный курс, рассчитываемый по специальной формуле, таким образом, чтобы при конвертации иностранной валюты в рубли инвестор получил специфическую выплату по продукту, привязанную к определенному фондовому индексу, цене акции или иной переменной.

Таблица 9.

Достоинства и недостатки структурного продукта в форме векселя

Достоинства	Недостатки
Очень простая форма вторичного обращения через индоссамент	Документарная форма ценной бумаги не удобна и не надежна
Гарантия защиты капитала обеспечивается не только первоначальным продавцом, но и всеми промежуточными держателями векселя	Подходит только для простых структурированных продуктов на рост или падение, не подходит для более сложных (например, купонных)
	Непонятна комиссия продавца

Страховой продукт оформляется как банками, так и брокерами и оформляется либо в виде *полиса страхования жизни*, либо в виде комбинации депозита и полиса страхования. Такие продукты имеют долгосрочный характер и обычно заключаются сроком от 3 лет. Если держатель полиса дожил до установленного срока, то получает установленную в договоре сумму плюс инвестиционный доход, рассчитываемый по специальной формуле. При этом по договору страхователь обязуется вкладывать страховую премию в определенные финансовые инструменты.

Таблица 10.

Достоинства и недостатки структурного продукта в форме полиса страхования жизни

Достоинства	Недостатки
Долгосрочный характер от 3-х до 10-ти лет	Невозможность вторичного обращения
Льготное налогообложение	Подходит только для простых структурированных продуктов на рост или падение, не подходит для более сложных (например, купонных)
Подобные продукты просты и доступны широким массам	Непонятна комиссия продавца
Сочетает в себе и структурированный продукт и страховку от несчастных случаев	Гарантия защиты капитала обеспечивается только продавцом структурированного продукта, либо внутренними условиями.

Заключение

Не смотря на отсутствие в российском законодательстве нормативных актов, регулирующих рынок структурированных финансовых продуктов, эмитенты находят формы, позволяющие предоставлять их инвесторам, соблюдая основные принципы этих финансовых инструментов. И хоть официальной статистики по объему сделок со структурными продуктами в России нет, исходя из их появления в продуктовой линейке все большего числа инвестиционных компаний и банков, можно сделать вывод о серьезном росте популярности данного вида вложений. Однако, необходимо создание единых правил игры, определении статуса структурного финансового продукта в национальных законах и наследования лучших мировых практик.

Говоря о том, что структурный продукт – это удовлетворение специфических инвестиционных запросов клиента, касающихся риска, доходности и структуры будущего денежного потока, стоит отметить, что законодательство должно иметь достаточную гибкость, чтобы не создать рамки, ограничивающие потенциал этих инструментов в создании благоприятной среды для диверсификации инвестиционных возможностей инвесторов, благодаря разнообразию характеристик разных юридических форм. С другой стороны, закон должен обеспечить инвесторам юридическую защиту, которая также будет способствовать большему доверию этим финансовым инструментам и развитию финансового рынка страны в целом.

Проанализировав достоинства и недостатки существующих юридических «упаковок» структурного продукта, мы пришли к выводу, что наиболее распространенными являются те формы, которые менее всего выгодны для инвестора. Так, наиболее ликвидными формами, максимально гарантирующими защиту капитала в российском праве и имеющими довольно низкие входные пороги (в сравнении с другими формами) являются индекслируемые депозиты, сертификаты и облигации. Избавиться от данных активов можно максимально быстро, сохранив основную часть вложений. В депозитах, даже при неблагоприятном изменении базового актива инвестор в любом случае имеет возможность досрочно вернуть вклад и даже получить небольшой процент. При этом данные формы практически отсутствуют на рынке в виду высоких рисков для эмитента (депозиты и сертификаты) или сложности процедуры эмиссии (облигации). Только государство, организовавшее выпуск ОФЗ-ИН, исправляет положение и предоставляет надежный инструмент для защиты своих активов от инфляции.

Наименее же выгодными и защищенными формами являются внебиржевая срочная сделка и доверительное управление. Внебиржевая сделка подразумевает фиксированный срок инвестиций, и возможности перепродать договор фактически отсутствует. А доверительное управление является наиболее дорогой для инвестора формой структурного продукта. При этом данные формы структурных продуктов являются наиболее распространенными на данный момент, и их предлагает большинство брокерских и инвестиционных компаний (например, БКС, Открытие, ФИНАМ).

Для защиты своих интересов потребителям на рынке структурных финансовых продуктов в России необходимо обратить внимание на юридическую форму приобретаемого продукта и тщательно проверять информацию о его структуре и возможных финансовых рисках. Также важно, чтобы государство в лице Центрального Банка и Государственной Думы инициировало поправки в законодательство о рынке ценных бумаг с целью определения юридического статуса структурных продуктов, что позволит сделать финансовые законы максимально актуальными и полезными, а финансовые продукты надежными и защищающими интересы как эмитента, так и инвестора.

Список литературы:

1. Белинский А. Структурные продукты на российском финансовом рынке. // Рынок ценных бумаг. 2005. № 7. С. 12–15.
2. Глухов М.Ю. Структурированные финансовые продукты в системе финансового инжиниринга: дис. ... канд. экон. наук. Финансовый Университет при Правительстве РФ, Москва, 2007. С. 48–70.
3. Департамент анализа рыночной конъюнктуры АО «Газпромбанк» Облигации, привязанные к инфляции: новый класс от МинФина // Стратегия долговых рынков. Аналитический отчет, 15 июля 2015 года. URL: http://www.gazprombank.ru/upload/iblock/7f8/GPB_Inflation-linked%20bond_100715.pdf (Дата обращения: 28.03.2016).
4. Налоговый Кодекс Российской Федерации (части первая, вторая). // Консультант- плюс – справочная правовая система.
5. Федеральный закон от 22 апреля 1996 г. № 39-ФЗ «О рынке ценных бумаг» (в ред. Федеральных законов от 17.05.2007 N 83-ФЗ, с изм., внесенными Федеральным законом от 26.04.2007 N 63-ФЗ) // Консультант-плюс – справочная правовая система.
6. Федеральный закон от 29 ноября 2001 г. № 156-ФЗ «Об инвестиционных фондах» (в ред. Федеральных законов от 29.06.2004 N 58-ФЗ, от 15.04.2006 N 51-ФЗ). // Консультант-плюс – справочная правовая система.
7. The Board of the IOSCO Regulation of Retail Structured Products // Consultation Report. 2013. CR05/13 URL: <https://www.iosco.org/library/pubdocs/pdf/IOSCOPD410.pdf> (Дата обращения: 20.03.2016).

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ МЕТОДИК ОЦЕНКИ ФИНАНСОВОЙ УСТОЙЧИВОСТИ КОММЕРЧЕСКОГО БАНКА

Лебедева Яна Александровна

*магистрант Департамента «Финансовых рынков и банков»
Финансового университета при Правительстве РФ,
РФ, г. Москва*

COMPARATIVE ANALYSIS OF TECHNIQUES OF THE ASSESSMENT COMMERCIAL BANK'S FINANCIAL STABILITY

Yana Lebedeva

*master of Department of Financial Markets and Banks
of the Financial University under the Government of the Russian Federation,
Russia, Moscow*

Аннотация. Банки являются основой устойчивого развития финансовой системы. В статье представлен сравнительный анализ методик оценки финансовой устойчивости коммерческих банков, выявлены преимущества и недостатки, а также отличительные особенности рассмотренных методик при выявлении кризисных явлений.

Abstract. Banks are the basis of financial system of sustainable development. The article presents a comparative analysis of methodologies for assessing the financial stability of commercial banks, detection of advantages and shortcomings, as well as distinctive features of the considered techniques in identifying crisis events.

Ключевые слова: финансовая устойчивость, коммерческий банк, зарубежные методики, сравнительная характеристика.

Keywords: financial stability, commercial bank, foreign techniques, comparative characteristics.

Современное направление развития экономики и банковского сектора определяет приоритетность решения проблем оценки устойчивости банковской системы, которая эффективно будет выполнять

функции финансового посредника и способствовать экономическому росту. Одним из самых важных элементов обеспечения финансовой устойчивости банковской системы является устойчивость развития каждого банка, в основе которого лежит поддержание платежеспособности, ликвидности, рационального соотношения собственного и заемного капитала, а также сочетанием активных и пассивных операций банка. Учитывая, что банковская деятельность основывается на аккумулировании привлеченных средств клиентов, обеспечение устойчивости отдельного банка и банковской системы в целом является неотъемлемым условием экономического роста страны [4, с. 16].

На текущий момент возникают кризисных ситуаций, усиление конкуренции, регулярное трансформация внешних условий, в которых банки осуществляют свою деятельность, требуют глубокой оценки их финансовой устойчивости. В настоящее время предпринимаются попытки поиска оптимальной модели оценки финансовой устойчивости банков, в том числе определение показателей, необходимых для анализа [3 с. 104].

Все зарубежные методики оценки финансовой устойчивости коммерческого банка можно разделить на следующие категории:

- 1) рейтинговые системы оценки (PATROL, ORAP, CAMELS);
- 2) системы анализа коэффициентов (BAKIS);
- 3) комплексные системы оценки банковских рисков (RATE, RAST);
- 4) статистические модели (FIMS, SAABA) [2, с. 157].

Одной из самых известных в мире рейтинговых систем оценки является методика “CAMELS”, используемая американскими организациями, осуществляющими надзор за банковской деятельностью, — Федеральной резервной системой, Федеральной корпорацией страхования банковских вкладов и Управлением контролера денежного обращения. Система формируется на основе оценки шести интегральных компонентов:

- (C) – Capital adequacy, или достаточность капитала;
- (A) – Asset quality, или качество активов;
- (M) – Management, или качество управления;
- (E) – Earnings, или доходность;
- (L) – Liquidity, или ликвидность;
- (S) – Sensitivity to risk, или чувствительность к риску.

В качестве достоинств методики следует отметить стандартизованность, отдельные рейтинги для каждого направления оценки, а также комплексный характер оценки деятельности.

К недостаткам следует отнести то, что методика в значительной степени основана на экспертных оценках супервизора, поэтому качество оценки достаточно субъективно.

Еще одной из наиболее развитых рейтинговых систем оценки является PATROL, применяемая Банком Италии. На основе дистанционного анализа финансового состояния, система выявляет банки, в которых требуется провести выездную проверку. При анализе оценивают пять показателей: качество кредитов, достаточность капитала, прибыльность, менеджмент, ликвидность. В целом данная система построена на тех же научно-методических принципах, что и CAMELS. Система PATROL является эффективной в качестве оценки текущего финансового состояния банка, а также, следует отметить, скорость анализа при использовании этой методики. Однако результаты анализа отражают только текущее финансовое состояние банка.

Значительно отличается французская рейтинговая система – ORAP (Organization and Reinforcement of Preventive Action). В нее входят 14 показателей, которые делятся на пять групп: пруденциальные коэффициенты (капитал, ликвидность и т. д.); балансовая и внебалансовая деятельность (качество активов); рыночный риск; доходы; качественные критерии (держатели акций, управление и внутренний контроль). Преимущества и недостатки системы схожи с предыдущей методикой, а именно – быстрота проведения анализа, однако оценка возможна исключительно текущего состояния банка.

К системам, построенным на основе анализа коэффициентов, относится немецкая система BaKred System (BAKIS). Основной целью является оценка финансового положения банка, выявление изменений в динамике кредитного, рыночного и риска ликвидности, а также изучение общих тенденций в финансовом секторе экономики, что является значительным преимуществом, наряду со стандартизованностью модели и значительным количеством коэффициентов, позволяющих глубже проанализировать состояние банка. В то же время обширность исследования характеризуется его трудоемкостью, а также использование методики ограничено выявлением проблемных сторон деятельности банка.

Система RATE, применяется Банком Англии для оценки финансовой устойчивости банков с 1997 года, включает оценку 9 факторов: капитал, активы, обязательства, рыночный риск, доходность, бизнес, внутренний контроль, организация и менеджмент. Использование данной системы предполагает тесную работу всех подразделений банка с представителями контролирующих органов. Результат суммарной оценки публично не разглашается, но обсуждается с руководством банка для внедрения соответствующих изменений в текущую деятельность банка [6, с. 154].

Информационная система банковского анализа SAABA позволяет прогнозировать объем вероятных будущих убытков кредитной деятельности, на основе оценки кредитного портфеля, и возможные различные источники финансирования. Автоматизированное программное обеспечение использует информацию двадцати пять различных баз данных, на основе которых рассчитываются различные показатели банковских рисков и влияющих факторов. Данная система прогнозируется на длительный срок, однако вычисление вероятности невозврата каждого выданного кредита требует значительных затрат.

Методика Банка России по оценке финансового состояния банков используется в контрольно-надзорной деятельности. Методика позволяет обнаружить финансово нестабильные, проблемные банки для применения различных пруденциальных мер. В указании Банка России от 11.06.2014 № 3277-У [1] отражен состав показателей, методики их расчета и определение обобщающего результата по ним. Методика построена на оценке коэффициентов, отражающих основные направления деятельности банка. Система позволяет учитывать максимальное количество факторов, которые не только отражают выполнение определенных критериев, но и характеризующих степень финансовой устойчивости банка в целом. Однако, несмотря на преимущества, следует отметить, что для расчета требуется большой объем информации, часто недоступной пользователям, а также отсутствие расчета прогнозных показателей.

Безусловно, все методики оценки финансовой устойчивости имеют свои преимущества и недостатки. Основным недостатком зарубежных методик является анализ исключительно текущего финансового состояния банка. Основой анализа являются данные публикуемой отчетности, на основе которых производится характеристика количественных показателей, однако, анализ качественных показателей является не менее важной составляющей. Именно комбинация оценки количественных и качественных показателей позволяет адекватно оценить финансовое положение коммерческого банка. Что касается коэффициентного анализа, то полученные результаты можно рассматривать, принимая во внимание динамику показателей и прогнозирование его будущего финансового состояния.

Таким образом, существующие на сегодняшний день российские и зарубежные методы оценки финансовой устойчивости коммерческих банков не позволяют с достаточной степенью объективности оценить устойчивость развития коммерческих банков. Кроме того, все зарубежные методики достаточно трудно адаптировать к российским условиям.

Устойчивость коммерческих банков обусловлена влиянием разнообразных внешних и внутренних факторов. Необходимость определения влияния этих факторов, предотвращения негативных последствий их воздействия на состояние устойчивости коммерческих банков обуславливает создание новых подходов к организации управления устойчивости и разработки адекватной внешним и внутренним угрозам теоретико-инструментальной базы [5, с. 55].

По мнению большинства экспертов, накопленный опыт развития методики анализа финансовой устойчивости коммерческих банков необходим России, поскольку при оценке банков в условиях финансовой нестабильности внедрение прогрессивных экономико-статистических моделей имеет важное значение, как для контролирующих органов, так и для кредитных учреждений, разрабатывающих собственные системы анализа контрагентов. На текущий момент в области оценки финансовой устойчивости становятся актуальными вопросы создания системы раннего предупреждения, позволяющей выявить банки, находящиеся в предкризисном состоянии, которая сможет выявить такие банки на более ранней стадии, вести мониторинг, учитывать достаточность капитала, уровень управляемости ликвидностью, качество активов, оптимальность пассивов и результаты финансовой деятельности. На основе экономико-статистического анализа можно выявить корреляционные связи из всей исследуемой совокупности и выделить наиболее тесные, которые позволяют определить взаимосвязи и направления развития, что предполагает создание системы раннего обнаружения проблемных банков и снижение вероятности возникновения кризисов в банковской системе.

Список литературы:

1. Указание Банка России от 11.06.2014 № 3277-У (ред. от 11.03.2015) «О методиках оценки финансовой устойчивости банка в целях признания ее достаточной для участия в системе страхования вкладов» – Режим доступа – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_166974/ (Дата обращения 10.05.2017).
2. Клаас Я.А., Сравнительный анализ зарубежных методик оценки финансовой устойчивости коммерческого банка // ВЕСТНИК ТИСБИ. 2012. № 4. С. 155–160.
3. Кирсанова М.В. Влияние мирового финансового кризиса на состояние банковского сектора России // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. 2010. № 7. С. 102–107.
4. Лаврушин О.И. Устойчивость банковской системы и развитие банковской политики: У81 монография / коллектив авторов; под ред. О.И. Лаврушина. – М.: КНОРУС, 2016. – 280 с.

5. Чернишова О.К. Теоретические аспекты исследования понятия финансовой устойчивости банка // Молодой ученый. – 2014. – № 6(09). – 53–57 с. Режим доступа - URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=23237991> (Дата обращения 10.05.2017).
6. Zakharov V.A. / Semen Kuznets Kharkiv National University of Economics / EXPENDITURE MANAGEMENT OF INDUSTRIAL ENTERPRISE USING THE COST CENTRE / “Young Scientist” № 5 (20) Part 1 may, 2015 – 153–158 с.

РАЗВИТИЕ ЗЕМЕЛЬНОГО НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ В СТАВРОПОЛЬСКОМ КРАЕ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ

Ревегук Наталья Андреевна
студент, Северо-Кавказский университет,
РФ, г. Ставрополь

DEVELOPMENT OF THE LAND TAXATION IN STAVROPOL TERRITORY AT THE PRESENT STAGE

Natalya Reveguk
student, NCFU,
Russia, Stavropol

Аннотация. В последнее время все больше жителей городов нашего края переезжают из благоустроенных городских квартир в частные домовладения. Такое решение можно объяснить желанием и возможностью сэкономить на питании за счет собственного приусадебного хозяйства и на уплате услуг ЖКХ. Рассмотрим подробнее последствия при уплате земельного налога.

Abstract. Recently more and more residents of the cities of our edge move from well-planned city apartments to private households. Such decision can be explained with desire and an opportunity to save on food at the expense of own homestead economy and on payment of housing and communal services. We will consider in more detail than a consequence at payment of a land tax.

Ключевые слова: земельный налог; налогоплательщики; консолидированный бюджет.

Keywords: land tax; taxpayers; the consolidated budget.

Рациональное землепользование представляет собой огромное значение для обеспечения продовольственной безопасности страны, укрепления здоровья населения и качества его жизни [1, с. 42]. Приобретение земельного участка дает не только ряд прав, но и накладывает определенные обязанности. Одной из главных обязанностей собственника является выплата налога на имеющуюся территорию, т. е. земельного налога.

Налог на землю утвержден и регламентируется гл. 31 Налогового Кодекса Российской Федерации (НК РФ), а регулируется местными властями городов и регионов, т. к. относится к числу местных. Он вводится по решению представительного органа муниципального образования, которому принадлежат полномочия устанавливать отдельные элементы налогообложения (налоговые ставки, сроки и порядок уплаты, льготы).

Земельный налог обязаны платить физические и юридические лица, владеющие участками земли на праве собственности, постоянного (бессрочного) пользования или пожизненного наследуемого владения (рис. 1). В случае, когда земля находится у владельца на праве безвозмездного срочного пользования или была ему передана по договору аренды, то земельный налог не платится.



Рисунок 1. Плательщики земельного налога

Величина земельного налога зависит от объективных обстоятельств: плодородности, расположения земельного участка и т. п., а никак не от финансовых результатов деятельности налогоплательщика. До 2006 года налог применялся в отношении индексируемой нормативной цены земли, которая не отражала соотношения между стоимостью земли и налогами на нее [3, с. 129]. Сегодня налог на землю начисляется с учетом кадастровой стоимости, приравненной к рыночной. Это влечет за собой увеличение суммы в несколько раз.

Кадастровая стоимость земельных участков определяется по результатам проведения государственной кадастровой оценки земли. Данные о стоимости участков содержатся в государственном кадастре недвижимости. Он представляет собой систематизированный свод сведений об административно-территориальном и кадастровом делении. Кадастровая стоимость определяется методом массовой оценки

на определенную дату на базе рыночной стоимости. Определяют кадастровую стоимость оценщики, организации, выбранные органами власти субъектов РФ путем проведения процедуры размещения заказа. Налоговая ставка вычисляется в процентах от кадастровой стоимости участка.

Ставки налога на землю регулируются местными муниципалитетами или властями города. Но диапазон допустимых колебаний этой величины предусмотрен статьей № 394 НК РФ. В случае если налоговая ставка определена местными властями, то в настоящее время для участков отрасли сельского хозяйства, земель, на которых располагаются здания жилищного фонда и коммунальные комплексы, а также площади, отведенные для подсобного хозяйства, налоговая ставка составляет 0,3 % от цены объекта по кадастру. Для земель, используемых для прочих нужд – 1,5 % стоимости из кадастра.

Местные органы власти имеют право изменять налоговые ставки в зависимости от категории земли, места расположения и предназначения объекта, разрешения на использование. Следовательно, в каждом регионе, муниципальном образовании для определенного объекта может быть своя налоговая ставка.

Для физических лиц расчет земельного налога производят сотрудники Налоговой Службы. В случае несогласия с величиной, ее можно рассчитать самостоятельно. Начиная с 2016 года, размер земельного налога (ЗН) вычисляют по формуле:

$$\text{ЗН} = \text{Кст} \times \text{Д} \times \text{Ст} \times \text{Кв}, \quad (1.1)$$

где: Кст – кадастровая стоимость земельного участка;

Д – размер доли в праве на земельный участок;

Ст – налоговая ставка;

Кв – коэффициент владения земельным участком (применяется, если участком владеют менее года).

Юридические лица совершают расчет земельного налога самостоятельно с учетом всех особенностей: изменение статуса физического лица на юридическое, перевод земельного участка в другую категорию, начало или окончание деятельности в середине отчетного года.

В Ставропольском крае, как и во всех регионах России, объектами обложения земельным налогом считаются земельные участки, находящиеся на территории данного субъекта, где этот налог внедряется нормативными актами, утвержденными региональными властями. Причем, эти земли являются собственностью граждан или организаций. В регионе сформирована «единая система кадастровой

регистрации объектов недвижимости и прав на них с дальнейшей перспективой перехода к налогу на недвижимость, дискуссии о введении которого не утихают последние годы» [2, с. 320].

Муниципальные власти разных городов и населенных пунктов Ставропольского края могут принимать свое значение налоговой ставки. Например, в г. Ставрополе налоговая ставка в отношении земельных участков, приобретенных для личного подсобного хозяйства, садоводства, огородничества или животноводства, а также дачного хозяйства составляет 0,3 %. В г. Георгиевске – 0,1 %, в г. Кисловодске – 0,15 %, в г. Невинномысске – 0,01 %, в с. Грушевское – 0,2 % и т. д.

Любая форма налогообложения имеет свои льготные категории, как среди физических лиц, так и среди юридических. В нашем крае приняты следующие льготные ставки для земельного налога: 100 % (для ветеранов и инвалидов ВОВ и других боевых действий); 50 % (для инвалидов I и II группы, инвалидов детства, героев РФ и СССР, граждан участвовавших в испытаниях ядерного вооружения и устранения последствий аварии на Чернобыльской АЭС, инвалидов лучевой болезни, приобретенной в результате космических и ядерных испытаний); 100 % (для органов местного самоуправления, земель занятых муниципальными автомобильными дорогами, спортивными детско-юношескими организациями и т. д.). Соответственно, можно отметить весьма лояльную систему и достаточно приемлемые возможности понижения суммы налога к уплате для многих категорий граждан.

Налогоплательщики, имеющие право на налоговые льготы, обязаны в налоговые органы по месту нахождения участка земли представить документы, подтверждающие это право.

В 2017 году для всех регионов России, в том числе и для муниципальных образований Ставропольского края установлен, единый срок уплаты земельного налога – не позднее 1 декабря 2017 года. В случае просроченного, неполного платежа или неуплаты налога на земли, Налоговый Кодекс предусматривает наказания в виде пени или штрафа. Если произошло не умышленное нарушение, штраф составляет около 20 % от суммы годового налога, если умышленное – до 40 %. Пеня начисляется за каждый просроченный день и составляет 1:300 ставки рефинансирования.

Рассмотрим объем поступлений в краевой бюджет земельного налога за период с 2013 по 2016 годы, рассчитаем динамику изменений и отразим полученные результаты в таблице 1.

Таблица 1.

Объем поступлений земельного налога в консолидированный бюджет Ставропольского края, тыс. руб.

Год	Фактическое поступление земельного налога	Общий объем налоговых поступлений	Темп роста, %	Доля налога в общей структуре налоговых поступлений, %
1	2	3	4	5
2013	1700,0	10359,54	-	16,41
2014	1783,9	9839,5	104,9	18,13
2015	2129,5	10622,0	119,4	20,05
2016	1559,3	9915,7	73,2	15,72

До некоторого времени поступления земельного налога отражались не по каждому году, поскольку его доля была ничтожно мала. Достаточно весомое значение данный вид налоговых поступлений стал принимать уже ближе к 2015 году. Наибольший удельный вес за рассмотренный период занимает объём налога за 2015 год, составляя около 20,05 % от всего объема налоговых поступлений в краевой бюджет. Далее замечен достаточно резкий для этих объемов спад до 15,72 % от всех налоговых поступлений. Проведенные расчеты позволяют отметить всё ещё малую долю земельного налога в общем объеме налоговых поступлений даже с течением времени.

Увеличение доли земельных собственников, позволяет надеяться на повышение доли данного налога в доходах бюджета и повышение его роли в налоговой системе страны.

Список литературы:

1. Саркисов В.Б., Хохлова Е.В., Навойчик Л.М. Совершенствование механизма налогообложения земель сельскохозяйственного назначения // Вестник СевКавГТИ. – 2016. – Т. 1. – № 1 (24). – С. 42–46.
2. Хохлова Е.В. Имущественное налогообложение в Ставропольском крае на современном этапе // Университетская наука – региону. Материалы III-й ежегодной научно-практической конференции Северо-Кавказского федерального университета – Ставрополь: Фабула, 2015. – 324 с.
3. Хохлова Е.В., Бондарева А.В. Проблемы формирования бренда Ставропольского края // Крымский экономический вестник. – 2014. – № 5(12). – С. 8–10.

8. ЭКОНОМИКА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

ВЫБОР СИСТЕМЫ НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ ДЛЯ СУБЪЕКТА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В СЕЛЬСКОМ ХОЗЯЙСТВЕ

Хохлова Елена Валериевна

*канд. экон. наук, доц. кафедры налогов и налогообложения,
Северо-Кавказский федеральный университет,
РФ, г. Ставрополь*

Корыстов Владимир Александрович

*студент Института Экономики и Управления,
Северо-Кавказский федеральный университет,
РФ, г. Ставрополь*

Аннотация. Сложившаяся современная система налогообложения сельскохозяйственных производителей в данный момент является более благоприятной. Она способствует развитию АПК страны, повышению эффективности деятельности и снижению налоговой нагрузки на сельскохозяйственных производителей. Также стоит отметить, что данная система с ее элементами способствуют расширению возможностей субъектов малого и среднего предпринимательства в области сельского хозяйства выполнять возложенные на них государством обязательства.

Ключевые слова: АПК; специальный режим налогообложения; УСН; ЕСХН; кассовый метод.

Вновь созданные предприятия сельского хозяйства в большинстве регионов наделяются льготами по уплате налогов или вообще освобождаются от его уплаты. Налог на прибыль от сельскохозяйственной деятельности в современной России варьировался в зависимости от года. В данный момент налоговая ставка для налога на прибыль организаций составляет 20 %.

Для субъектов малого и среднего предпринимательства в сельском хозяйстве определяющее значение имеет определение выбора налогового режима. Рассмотрим возможность использования таких специальных налоговых режимов, как упрощенная система налогообложения (УСН) и единый сельскохозяйственный налог (ЕСХН).

Многие экономисты сходятся во мнении, что такой специальный налоговый режим как ЕСХН, должен способствовать росту динамики эффективности и развития сельскохозяйственного производства, а также росту конкурентоспособности сельскохозяйственной продукции внутри рынка страны. Однако в данном случае, существуют проблемы налогового стимулирования, которые возникают у крупных субъектов предпринимательства в сельском хозяйстве и которые способны обеспечить высокую конкурентоспособность отечественной продукции на внешних рынках сбыта. Стоит также обратить внимание на то, что для таких субъектов предпринимательства не предусмотрены налоговые льготы. В тоже время существует некоторая неопределенность в выгоды выбора того или иного специального режима налогообложения для предпринимателей в сфере сельского хозяйства, поскольку ежегодно принимается множество законодательных актов, регулирующих существенные положения, порядок и условия применения специального режима налогообложения.

В результате при оценке данных возникающих проблем назревает вопрос о целесообразности перехода на тот или иной специальный режим, так как «процесс перехода с одного режима налогообложения на другой может быть весьма сложным не только с фискальной, но и с организационной точки зрения».

При переходе на уплату ЕСХН предусмотрено освобождение от следующих налогов общей системы налогообложения:

- налога на прибыль,
- налога на имущество организаций,
- налога на добавленную стоимость.

При освобождении уплаты первых двух перечисленных налогов величина налоговой нагрузки на субъект предпринимательства в сельском хозяйстве будет ощутимо снижена. Однако освобождение от обязанности уплачивать НДС не во всех случаях является эффективным ввиду того, что данное освобождение будет способствовать потери своих контрагентов (плательщиков НДС), что приведет к снижению получаемой выручки и следовательно, к снижению рентабельности.

При переходе на уплату ЕСХН могут возникнуть определенные сложности. К этим сложностям относят особенности механизма перехода, указанные в ст. 346.3 НК РФ. Согласно данной статье субъект предпринимательства получает право на переход к применению ЕСХН при условии, что доля выручки, полученная при реализации продукции, которая относится к сельскохозяйственной категории, должна быть не менее 70 % от общей выручки за прошедший налоговый период.

При невыполнении данного критерия, исходя из результатов хозяйственной деятельности, налогоплательщик обязан перейти на ОСН (Общую систему налогообложения) в следующем налоговом периоде.

Теперь рассмотрим преимущества и недостатки ЕСХН. К преимуществам можно отнести следующие положения:

- ЕСХН замещает налоги: налог на прибыль, НДС, налог на имущество, НДФЛ для ИП;
- вывод из оборота денежных средств, расходуемых на оплату авансовых платежей и налогов в 2 раз реже, чем при обычном режиме;
- основные средства, приобретённые в период применения ЕСХН, списываются единовременно с момента их ввода в эксплуатацию;
- нет обязанности выписывать счета-фактуры, вести журнал полученных и выданных счетов-фактур, а также книг покупок и продаж, по причине освобождения от уплаты НДС;
- учет авансов от покупателей осуществляется кассовым методом.

К недостаткам использования ЕСХН субъектами предпринимательской деятельности в области сельского хозяйства можно отнести:

- условием перехода на ЕСХН является тот факт, что доля реализации с/х продукции или улова водных биологических ресурсов не менее 70 % в общей выручки;
- организация или ИП, применяющие ЕСХН, не освобождаются от обязанности ведения бухгалтерского учета в полном объеме;
- доходы учитываются по кассовому методу, организации не выгодно использовать отсрочку платежа, в результате чего, покупатели могут выбрать другую компанию для сотрудничества;
- перечень расходов, признаваемых при ЕСХН (п. 1 ст. 346.5 НК РФ), более ограничен, чем при ОСН;
- компания, применяющая ЕСХН, не имеет права предъявить к вычету из бюджета НДС.

Таблица 1.

**Преимущества и недостатки упрощенной системы
налогообложения для сельхозтоваропроизводителей**

Вид режима налогообложения	Преимущества	Недостатки
УСН	<p>+ Освобождение от обязанности предоставлять бухгалтерскую отчетность в налоговую, что упрощает бухгалтерский учет для предпринимателей, занимающихся сельским хозяйством.</p> <p>+ Упрощенный налоговый учет, который заключается в том, что в книге учета доходов и расходов учитываются операции, которые оказывают влияние на формирование расчетной базы.</p> <p>+ Замена нескольких налогов (налог на прибыль, НДС (кроме импорта), налог на имущество) на один единый.</p> <p>+ Субъект АПК может выбрать объект, по которому рассчитывается налог, — «ДОХОДЫ» или «ДОХОДЫ минус РАСХОДЫ».</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Отсутствие возможности организовать и открыть представительства или филиалы, что может ограничить масштабирование деятельности предпринимателя. • Не все расходы, полученные в ходе сельскохозяйственной деятельности, учитываются при уменьшении налоговой базы • Отсутствие обязанности составления счетов-фактур при УСН может привести к потере контрагентов, плательщиков НДС, т. к. последние не могут предъявить НДС к возмещению из бюджета. • При переходе с УСН на ОСН субъекта предпринимательства в области сельского хозяйства не существует возможности включить убытки прошлых лет при расчете единого налога или налога на прибыль.

В свою очередь, особенности упрощенной системы налогообложения представлены в таблице 1.

С целью выбора той или иной системы для сельхозпроизводителей с точки зрения целесообразности перехода на уплату ЕСХН или УСН, необходимо выявить и проанализировать индивидуальные преимущества и недостатки этих двух систем применительно к конкретному субъекту АПК.

Чтобы на практике убедиться, какой налог выгоднее использовать в каждом конкретном случае, смоделируем ситуацию и рассчитаем налог к уплате при использовании того или иного специального налогового режима. В конце расчетов сделаем вывод о том, какой вариант более предпочтительный для субъекта предпринимательской деятельности в области сельского хозяйства. Ситуация следующая:

ООО «Ромашка» в 2015 году использовала общий режим налогообложения, в конце 2015 года подано заявление на переход к ЕСХН. Выручка от реализации ООО «Ромашка» в 2015 г. составила 6,5 млн. руб., в том числе:

- а) от реализации выращенных зерновых культур – 3,2 млн. руб.;
- б) от реализации выращенной в искусственном водоеме рыбы – 1,5 млн. руб.;
- в) от реализации сувенирной продукции – 1,5 млн. руб.;
- г) от реализации рекламных буклетов – 0,3 млн. руб.

Таким образом, ООО «Ромашка» выполнило условие для перехода на ЕСХН, так как прибыль полученная от сельскохозяйственной деятельности составила больше 70 %, а именно $(4,7/6,5) * 100 \% = 72,3 \%$.

В 2016 были получены следующие результаты хозяйственной деятельности:

- а) получено на расчетный счет за реализацию:
 - выращенных зерновых культур – 4,33 млн. руб.;
 - выращенной в искусственном водоеме рыбы – 1,92 млн. руб.;
 - сувенирной продукции – 1,78 млн. руб.;
 - рекламных буклетов – 0,45 млн. руб.
- б) получены штрафы в качестве расчетов по претензиям по причине просрочки поставки удобрений поставщиком – 0,1 млн. руб.;
- в) произведена покупка семян, которая составила 2,15 млн. руб., оплачено 90 %;
- г) расходы на покупку мальков составили 1,6 млн. руб.;
- д) выдана заработная плата работникам в размере 0,3 млн. руб.;
- е) сумма страховых платежей на социальное страхование уплачена в размере 90000 руб.

По итогам полугодия:

- общие доходы составили 3,35 млн. руб.;
- расходы 2,6 млн. руб.

Рассчитаем сумму ЕСХН к уплате. Исходя из имеющихся данных, величина налога начисленного составит 284,7 тыс. руб., с учетом авансового платежа – 239,7 тыс. руб.

Теперь допустим, что ООО «Ромашка» в 2015 году выполнит условия, необходимые для перехода на УСН, и рассмотрим условия

данной задачи с позиции использования УСН (объект «Доходы»). Налог начисленный составит 514,8 тыс. руб. Уменьшив налог на сумму уплаченных страховых платежей при условии, что они не превысят максимально возможный размер уменьшения налога в размере не более 50 % от налога начисленного, налог к уплате будет равен 424,8 тыс. руб.

Таким образом, можно сделать вывод о предпочтительности выбора того или иного налогового режима для субъекта предпринимательства на основе выполненных вычислений. При сравнении полученных данных о сумме уплаты налога в бюджет при использовании ЕСХН или УСН мы видим, что наиболее выгодный вариант для ООО «Ромашка» – это использование ЕСХН. При использовании данного режима налогообложения, в сравнении с УСН, субъект предпринимательства в области сельского хозяйства экономит при уплате налога в бюджет 185,1 тысяч рублей.

Специальный режим для сельскохозяйственных производителей представляет собой аналог упрощенной системы налогообложения с объектом налогообложения «доходы, уменьшенные на величину расходов» и со ставкой 6 %, также при применении и того, и другого специального режима плательщики освобождаются от одинакового набора налогов.

Рассматривая конкретные ситуации результатов хозяйственной деятельности субъекта предпринимательства в сельском хозяйстве, можно сказать, что в разных ситуациях предпочтительным может оказаться использование УСН. В другом же случае, например, рассмотренном выше, более выгодным может оказаться использование ЕСХН. Таким образом, выбор между упрощенной системой налогообложения и единым сельскохозяйственным налогом неоднозначен.

Список литературы:

1. Иванча Н.В., Навойчик Л.М., Хохлова Е.В. Региональная специфика финансового стимулирования экономической активности малого и среднего бизнеса // Вестник Адыгейского государственного университета. – Серия 5: Экономика. – 2015. № 4 (170). – С. 248–252.
2. Рубчевская Т.А., Хохлова Е.В. Меры государственной поддержки начинающим фермерам в рамках программ развития сельского хозяйства Ставропольского края // Совершенствование налогообложения как фактор экономического роста. Материалы VII Международной научно-практической конференции. – Часть 2. – Ставрополь: Литера, 2015. – 336 с.
3. Саркисов В.Б., Навойчик Л.М., Хохлова Е.В. Налоговое стимулирование развития импортозамещающих производств в аграрно-индустриальном регионе // Вестник СевКавГТИ. – 2015. – Т. 1. – № 4 (23). – С. 48–51.
4. Саркисов В.Б., Хохлова Е.В., Навойчик Л.М. Совершенствование механизма налогообложения земель сельскохозяйственного назначения // Вестник СевКавГТИ. – 2016. – Т. 1. – № 1 (24). – С. 42–46.

9. ЭКОНОМИКА ТРУДА

К ВОПРОСУ О ПРИМЕНЕНИИ DIGITAL – ТЕХНОЛОГИЙ В ОБУЧЕНИИ ПЕРСОНАЛА

Селиванова Екатерина Юрьевна

*магистрант
Уральский государственный экономический университет,
РФ, г. Екатеринбург*

TO THE QUESTION OF THE USE OF DIGITAL TECHNOLOGIES IN THE TRAINING OF PERSONNEL

Ekaterina Celivanova

*undergraduates, Ural State University of Economics,
Russia, Yekaterinburg*

Аннотация. В статье рассматриваются вопросы применения инновационных методов обучения в сфере управления человеческими ресурсами. Обсуждаются преимущества и ограничения дистанционных методов обучения и цифровых технологий.

Abstract. The article deals with the application of innovative teaching methods in the field of human resource management. The advantages and limitations of distance learning methods and digital technologies are discussed.

Ключевые слова: дистанционное обучение, цифровые технологии, управление персоналом, непрерывное образование.

Keywords: distance learning, digital technology, personnel management, continuing education.

В условиях перехода к цифровой экономике инновационные методы обучения совершенствуются и становятся более адаптивными к современным условиям Digital – технологиями, включающими применения различных компьютерных технологий, Интернета, «искусственного интеллекта». Такой прорыв Digital – технологий

обусловлен следующими факторами: социально-экономической и политической ситуацией в мире, высокой конкурентной средой, необходимостью повышения производительности и эффективности труда, необходимостью оптимизации затрат на содержание персонала. Все это диктует особые требования к управлению человеческими ресурсами, особенно применительно к проблеме обучения и развития персонала [3; 5]. С учетом всеобщих тенденций и потребностей человечества, можно утверждать, что современные организации должны пересмотреть свою позицию в области управления персоналом, а именно обучения сотрудников организации. Ведь именно потенциал и компетентность сотрудников компании, главного ее ресурса, позволит в новых, быстро меняющихся, неопределенных условиях, остаться конкурентоспособным игроком на рынке, вне зависимости от специфики деятельности компании. Область Digital – технологий в управлении человеческими ресурсами на сегодняшний день находится на стадии зарождения, становления, формирования, что не позволяет провести объективный и глубокий анализ научного определения HR – Digital. Однако очевидно, что Digital – технологии в HR применимы к любому бизнес процессу, особенную важность такие технологии приобретают при обучении персонала, потому, как любое изменение начинается с познания нового и принятия. Адаптироваться к новому подходу в управлении персоналом для сотрудников не так просто, поэтому внедрение инновационных, цифровых технологий наиболее важный этап [2].

Одной из перспективных инновационных технологий в обучении персонала в рамках концепции «непрерывного образования» является неформальное обучение, внеаудиторное обучение. В контексте корпоративного обучения неформальным считается обучение, которое выходит за рамки формальных организованных программ и основывается на общении с другими людьми (коллегами, друзьями, клиентами), как на рабочем месте, так и вне рабочего места. В ходе коммуникации люди взаимодействуют друг с другом, тем самым обмениваясь опытом, знаниями и навыками. Технологии внеаудиторного образования позволяют реализовывать концепцию непрерывного образования и всестороннего развития сотрудников, получая знания и навыки в удобное время, в любом месте. Остановимся подробнее на основных видах инновационного обучения:

1. Электронное обучение (дистанционное). Данная форма обучения предполагает использование телекоммуникационных технологий, которые позволяют обучать персонал на расстоянии. С помощью дистанционного обучения учащийся может самостоятельно организовывать свои занятия, выбирая удобное для этого время. Такие методы

наиболее эффективны для компаний с большой численностью сотрудников, территориально- распределенных. Это позволит в несколько раз оптимизировать затраты на обучение. Проанализируем преимущества электронного обучения:

2. Оптимизация затрат на обучение, один из ключевых факторов актуальности дистанционного обучения в современных условиях;

3. Возможность охватить большие группы обучающихся, в том числе территориально-распределенных, дистанционное обучение доступно в любом уголке нашей страны и за рубежом;

4. Трансляцию обучения можно проводить в любое время, что обеспечивает гибкий подход к проведению обучающих мероприятий;

5. Для внедрения дистанционного обучения необходимы минимальные технические возможности организации, как правило, такие возможности уже есть у каждого работодателя, а именно: интернет, компьютеры, доступ к специализированным программам.

6. Отсутствует необходимость держать большой штат сотрудников, занимающихся обучением и развитием персонала, а также нет необходимости в штатных преподавателях. Большим преимуществом для сотрудников является возможность возвращаться к пройденному материалу в любое время.

7. При использовании электронного обучения повышается возможность точной и достоверной оценки эффективности результатов. Компьютерные технологии, правильно построенные инструменты контроля, возможность сбора статистических данных и аналитики позволяют легко просчитать эффективность мероприятий, направленных на обучение персонала.

8. При выстраивании сложного и продуманного «софта» появляется возможность отслеживания потребности в обучении того или иного сотрудника, в зависимости от того какими программами он интересуется в интернете.

9. Возможность получения обратной связь здесь и сейчас. После прохождения курса участник может оценить работу преподавателя, написать свои отзывы, заполнить анкеты на удовлетворенность обучением и высказать свое мнение по курсу. Это расширяет горизонты оценки и позволяет собирать информацию для дальнейших исследований.

10. Наличие звукового и визуального восприятия позволяет донести нужную информацию в больших объемах разным людям с разным восприятием информации с точки зрения психофизиологии.

11. Использование интерактивных подходов в дистанционном обучении позволяет повысить время активной вовлеченности

слушателей. Мини- кейсы, дискуссии, тесты, обмен опытом по средствам чата позволит удерживать публику и возвращать к процессу обучения.

12. Преподаватель и ученики могут проходить обучение в комфортной для себя обстановке исключая многие факторы, которые могут помешать процессу обучения [1].

Выделив и проанализировав преимущества электронного обучения персонала, сформулируем влияние такого обучения на бизнес – процессы компании. Электронное обучение позволяет значительно сократить затраты на обучение персонала без снижения объемов обучения, повысить конкурентоспособность компании на рынке, за счет непрерывного развития персонала и повышения уровня внутреннего и внешнего HR-бренда. Кроме этого внедрение электронного обучения способствует увеличению удовлетворенности и вовлеченности сотрудников в процесс обучения. Становится возможным контролировать обучение через инструменты статистики, позволяющие отслеживать в реальном времени прогресс пользователей, а также строить глобальные отчеты по обучению персонала, как следствие более простой становится оценка эффективности результатов обучения

- Оценка эффективности результатов обучения становится точной и менее трудозатратой за счет компьютерных программ, обрабатывающих информацию;
- Оперативно вносить корректировки в программы обучения, учитывая потребность в той или иной программе у сотрудников;
- Организовать обратную связь от сотрудников по качеству обучения [6].

Все многообразие преимуществ дистанционно обучения позволяет сделать вывод, что использование дистанционного обучения персонала в период кризиса компаний сможет сохранить уровень квалификации персонала на должном уровне, повысить конкурентоспособность компании в целом, при этом оптимизировать затраты на обучение персонала. Безусловно, дистанционное обучение не всегда позволяет эффективно проводить некоторые курсы, особенно затруднено применение различных активных методов обучения, например различного рода тренингов и бизнес тренингов [4]. Кроме того, определенные лица могут испытывать трудности в передаче обратной связи преподавателю, а также определенный психологический дискомфорт связанной со спецификой общения преподавателей и слушателей в данном формате. К числу относительных недостатков можно отнести недостаточное качество работы Интернет-провайдеров в некоторых регионах.

Таким образом, учитывая все рассмотренные нами, достоинства и недостатки применения Digital-технологий в обучении персонала, можно с уверенностью заключить, что применение данных технологий очень востребовано в современных компаниях, особенно в условиях изменений и кризисов.

Список литературы:

1. Ибрагимов И.М. Информационные технологии и средства дистанционного обучения. – М.: Издательский центр «Академия», 2005. – 336 с.
2. Коропец О.А., Плутова М.И. Профессиональная диагностика как инструмент индикации наличного уровня образовательного потенциала трудовых ресурсов. // Экономика и предпринимательство. 2016. № 11-1. С.1120–1124.
3. Методическое обеспечение управления человеческими ресурсами / под ред. проф. И.А. Кульковой, Екатеринбург. Изд-во УрГЭУ, 2016. – 144 с.
4. Пяткова О.А. Динамика транскомуникативных состояний личности в социально-психологическом тренинге: Автореф. дис. канд. психол. наук. – Томск. 2007. – 22 с.
5. Романов А.Н., Торопцов В.С., Григорович Д.Б. Технология дистанционного обучения в системе заочного экономического образования. – М.: Юнити-Дана, 2000. – 303 с.
6. Селиванова Е.Ю., Коропец О.А. Эффективность использования современных систем дистанционного обучения персонала в условиях кризиса. // Human Progress. 2016. Т. 2. № 11. С. 4.

10. ЭКОНОМИЧЕСКАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ

СИСТЕМА ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ОРГАНИЗАЦИЙ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ: АКТУАЛЬНЫЕ УГРОЗЫ

Гибельнева Елена Алексеевна

*канд. экон. наук,
Хабаровский государственный университет экономики и права,
РФ, г. Хабаровск*

THE SYSTEM OF ECONOMIC SAFETY OF THE ORGANIZATIONS OF RETAIL TRADE: CURRENT THREATS

Elena Gibelneva

*candidate of Science,
Khabarovsk State University of Economics and Law,
Russia, Khabarovsk*

Аннотация. На современном этапе, огромное значение принимает обеспечение экономической безопасности организаций розничной торговли, а также иных субъектов предпринимательства в целом. Необходимость обеспечения экономической безопасности объясняется наличием как внутренних, так и внешних негативных факторов (угроз) влияющих на нормальное функционирование деятельности субъекта. Целью исследования является описание наиболее актуальных угроз экономической безопасности торговой организации в современных условиях.

Abstract. At the present stage the importance of taking the economic security of retail and other business entities in General. The need to ensure economic security due to the presence of both internal and external negative factors (threats) affecting the normal operation activities of the entity. The aim of the study is to describe the most pressing threats to economic security trade organization in modern conditions.

Ключевые слова: экономическая безопасность; бизнес; угрозы; защита предпринимательства.

Keywords: economic security; business; threats; protection of entrepreneurship.

Обеспечение экономической безопасности субъектов предпринимательства заключается в том, что для нормального функционирования деятельности данного субъекта требуется такое состояние корпоративных ресурсов (ресурсов персонала, капитала, информации, техники, технологии, прав), а так же предпринимательских возможностей, которое сможет гарантировать эффективное применение данных ресурсов для стабильного функционирования и постоянного развития субъекта предпринимательства, а так же сократить возможность возникновения внутренних и внешних отрицательных влияний (угроз) [2, с. 10].

В настоящее время организации розничной торговли, осуществляя свою деятельность, сталкиваются с большим количеством проблем различного характера. Это связано не только с общим уровнем развития экономики в России, растущей инфляцией, сохраняющим низкое положение курсом рубля и прочими макроэкономическими деформациями, но и с рядом специфических факторов, связанных с обеспечением экономической безопасности предпринимательства.

Уровень экономической безопасности организаций розничной торговли напрямую зависит от того, насколько эффективно руководство и специалисты в области обеспечения экономической безопасности смогут предотвратить возможные угрозы, а также ликвидировать негативные последствия от влияния внешних и внутренних дестабилизирующих факторов.

Разрабатывая комплекс мер по обеспечению экономической безопасности, необходимо определиться с кругом проблем, стоящих перед организацией.

В зависимости от сферы возникновения, проблемы обеспечения экономической безопасности розничной торговли можно условно подразделить на внутренние и внешние.

Сущность внешних проблем заключается в том, что они возникают за пределами организации и прямо или косвенно воздействуют на её деятельность. Внутренние проблемы возникают внутри самого предприятия. Они связаны с финансово-хозяйственной деятельностью организации, а также с её персоналом.

К внешним проблемам обеспечения экономической безопасности розничной торговли можно отнести:

- несовершенство законодательства в сфере розничной торговли;
- высокий уровень инфляции;
- высокий уровень конкуренции со стороны аналогичных организаций розничной торговли;
- низкая платёжеспособность населения;
- высокие налоговые ставки;
- сложность в получении коммерческих кредитов и высокие ставки по ним;
- высокие платежи за аренду торговых помещений;
- наличие «недобросовестных» покупателей;
- слабая развитость транспортно-логистической структуры;
- нехватка, хорошо расположенных, торговых и складских помещений;
- наличие экономического давления со стороны местных органов самоуправления на организации розничной торговли;
- наличие большого количества посредников;
- мошенничество поставщиков;
- рост цен на коммунальные услуги [1, с. 23].

К числу внутренних проблем обеспечения экономической безопасности розничной торговли относятся:

- нехватка собственных оборотных средств;
- преобладание в структуре капитала организации заёмных средств;
- наличие ограниченного товарного ассортимента;
- недостаток квалифицированного персонала;
- наличие среди персонала организации «недобросовестных» сотрудников;
- высокий риск возникновения просроченных товаров, ввиду отсутствия достаточного уровня спроса на них;
- недостаточное использование современных технологий, ввиду отсутствия квалифицированных кадров, а также высокая стоимость современных программных обеспечений;
- высокие затраты на обеспечение торговых помещений средствами видеонаблюдения;
- отсутствие подключения кассового оборудования к сети Internet, ввиду отдалённости расположения торговых помещений, либо отсутствием данной услуги в конкретном районе;
- текучка кадров;
- утечка информации, составляющей коммерческую тайну организации [1, с. 25].

Все вышеперечисленные проблемы способны оказывать негативное влияние на стабильное, бескризисное развитие и функционирование организаций розничной торговли.

Наличие угроз обеспечения экономической безопасности тесно связано с наличием проблем обеспечения экономической безопасности. Следовательно, можно выделить следующие угрозы экономической безопасности в организации розничной торговли в увязке с проблемами:

- угроза, связанная с персоналом организации. Работа с людьми – всегда была проблемой первого плана в общей картине финансово-хозяйственной деятельности абсолютно любой организации. Наличие человеческого фактора, а именно, отношения сотрудников к выполняемой ими работе, обуславливает наличие либо отсутствие угроз обеспечения экономической безопасности. Относясь халатно и непредусмотрительно к своим обязанностям, сотрудники порождают возникновение угроз экономической безопасности организации. Поэтому для предотвращения угроз, исходящих от персонала организации, необходимо разработать комплекс мер, по предотвращению и нейтрализации данного вида угроз.

- угроза, связанная с хищением товаров. Хищение товаров необходимо рассмотреть, как отдельное направление, являющееся угрозой обеспечения экономической безопасности. Несмотря на то, что данная угроза была выявлена в увязке с товарными потерями по прочим причинам, хищение товаров является самостоятельной и довольно серьёзной угрозой экономической безопасности. Хочется отметить, что хищение товаров может происходить как со стороны сотрудников организации, так и от покупателей. Это позволяет классифицировать данную угрозу, как угрозу внутреннего и внешнего характера. Следовательно, для нейтрализации такого рода комплексной угрозы, требуется так же разработать ряд мероприятий, которые позволят сократить количество потерь, связанных с хищениями.

Снижение товарных запасов произошло не за счёт увеличения их оборачиваемости, а главным образом из-за сокращения товарного ассортимента. Снижение товарных запасов является одной из основных причин появления дефицита товаров. Это в свою очередь приводит к тому, что при должном уровне спроса на товары, потребитель не может купить нужное ему количество товаров и уходит к организациям конкурентам. Как следствие организация несёт определённые потери в виде сокращения объёма выручки, что для деятельности торговой организации является угрозой снижения прибыльности бизнеса.

Одной из внешних угроз экономической безопасности торговой организации является получение от поставщиков некачественных товаров, с истекшим или истекающим сроком годности. Данная угроза сопряжена как с репутационными рисками, так и реальными материальными потерями, связанными с компенсационными выплатами покупателям, штрафными и иными санкциями со стороны контролирующих органов. В связи с чем, необходима разработка мер по предотвращению поставок некачественной продукции.

В заключение следует отметить, что организация системы экономической безопасности с целью нейтрализации (предотвращения, ликвидации) обозначенных угроз позволит повысить уровень защищенности торгового предприятия, что приведет к улучшению его финансового состояния.

Список литературы:

1. Кабанов А.А. Внутренние и внешние угрозы экономической безопасности предприятия // СПб.: Вестник Санкт-Петербургского университета МВД России – 2015 – № 1 – С. 23–25.
2. Экономическая безопасность: учеб. пособие / сост. Е.А. Гибельнева. – Хабаровск: РИЦ ХГАЭП, 2014. – 112 с.

АНАЛИЗ ПРОДОВОЛЬСТВЕННОГО БАЛАНСА В АЗЕРБАЙДЖАНЕ

Ибрагимова Шахла Гусейн кызы

*канд. географ. наук, доц., диссертант Института Экономики
Национальной Академии Наук Азербайджана,
Азербайджанская Республика, г. Баку*

ANALYSIS OF THE FOOD BALANCE IN AZERBAIJAN

Shahla Huseyn Ibrahimova

*author of dissertation of Institute of Economy National Academy
of Sciences of Azerbaijan, the candidate of geographical science,
Azerbaijan, Baku*

Аннотация. В статье поставлена задача анализировать продовольственный баланс в Азербайджане. На данный момент в Азербайджане потребление продуктов питания на одного человека в год, по большинству продуктов выше нормы. Но анализы показывают, что, такое явление образуется в результате того что, минимальные потребительские нормы по большинству из этих продуктов очень низкие. В то же время очень высок процент зависимости от импорта в обеспечении продуктами питания. Это в частности относится к обработанным продуктам питания, так как долгое время из-за высоких нефтяных доходов в Азербайджане как развитие сельского хозяйства, так и с обработкой, связанной с данной сферой не были приоритетными.

Abstract. The article aims to analyze the food balance in Azerbaijan. At the moment in Azerbaijan the consumption of food on one person a year, on the majority of products is higher than norm. But analyses show that, such a phenomenon is formed as a result, the minimum consumer norms on the majority of these products very low. At the same time the percent of dependence on import in providing with food is very high. It in particular belongs to the processed food as long time because of the high oil income in Azerbaijan as development of agriculture, and with the processing connected with this sphere weren't priority. Dependence on import on very many products which Azerbaijan could make is as a result still high.

Ключевые слова: Сельское хозяйство; растениеводство; продовольственный баланс; эффективность; производство; продукты питания; импорт.

Keywords: Agricultural industry; food balance; efficiency; production; export; import; economy; consumer norms.

В Азербайджане на сегодняшний день хоть и не чувствуется продовольственная безопасность, при проведении анализов в этой области наличие высокой зависимости от импорта по некоторым важным продуктам, на самом деле указывают на важность разрешения проблем в развитии сельского хозяйства и связанных с ним сфер обработки.

Факт отсутствия серьезной разницы между минимальной потребительской нормой и фактической потребительской нормой основных продуктов питания, имеющихся в Азербайджане на сегодняшний день, можно наглядно увидеть и из **Таблицы 1** приведенной ниже.

Таблица 1.

Потребительская норма и потребление основных продуктов

Наименование продуктов	Потреблено, кг, (2015)	Норма потребления в Азербайджане, кг/чел.	Норма потребления в РФ, кг/чел.
Хлеб и хлебобулочные изделия (в пересчете на муку)	138,4	126,2	96
Картофель	71,8	50,7	90
Овощи и бахчевые	106,5	97,0	140
Фрукты и ягоды	78,0	46,0	100
Мясо и мясопродукты	33,9	31,5	73
Молоко и молочные продукты	272,1	232,3	325
Рыба и рыбные продукты	6,9 ¹	7,7	22
Яйцо (штук)	158	153	260
Сахар и кондитерские изделия	30,2 ²	17,4	24
Растительное масло, маргарин и др. жиры	10,4 ²	9,8	12
Сливочное масло	4,5 ¹	6,7	
Другие продукты (соль, чай)		4,00	4

Источники: [2, с. 71, 3]

1. Из-за отсутствия статистических данных вычислена по количеству населения и потреблению

2. Относится только к сахару и только к растительному маслу

Так, только потребление основных продуктов на одного человека в 2015 г. по рыбе и рыбным продуктам и сливочному маслу было ниже нормы. Несмотря на то, что потребление других продуктов выше нормы, такая ситуация образуется, с одной стороны, за счет того, что устанавливаются низкие показатели норм продуктов питания (в таблице для сравнения приведена и продуктовая норма, имеющаяся в России), с другой стороны, в результате обеспечения потребления хлеба и хлебобулочных изделий, мяса и мясных изделий, растительных жиров, из других продуктов – потребления чая (т. е., их сырья) за счет импорта.

Несмотря на то что, уровень потребления и состав продуктов питания изменяется в зависимости от развития сельского хозяйства и производства продуктов питания, географического расположения и национальных традиций, проанализируем ситуацию в этой сфере, сравнивая норму продуктов и фактическое потребление продуктов в Азербайджане с некоторыми странами [5, с. 706–709]. Как видно из **Таблицы 1**, тогда как норма хлеба и хлебобулочных изделий в Азербайджане было 126,2, потребление составило 138,4 кг. Одной из причин этого явления считается традиционный рацион питания. Например, в близких к Азербайджану по составу пищи странах – в Киргизии, Казахстане, Таджикистане (даже больше чем у нас – 153 кг), этот продукт потребляется тоже много. Эти продукты относительно недороги, заменяют в рационе пищи дорогие продукты. Норма потребления картофеля было 50,7, а фактическое потребление составляло 71,8. Так как этот продукт считается вторым хлебом, не потребляется много в Европе и США и только в Великобритании, Польше и Нидерландах потребление было больше чем, в Азербайджане. А в странах СНГ наоборот, картофель потребляется в большом количестве и в России, Казахстане, Белоруссии, Украине потребление на одного человека, было даже больше 100 кг. Это связано с тем что, эти страны сами являются крупными производителями картофеля и относительно дешевой продуктом. Таджикистан, Молдова и Армения потребляют картофеля меньше, чем Азербайджан.

Норма овощей и бахчевых культур была 96 кг, а потребление составило 106,5 кг. Это связано с тем что, в Азербайджане большое производство овощей и бахчевых культур, также и тем что, эти продукты широко распространены в пищевом рационе. Хотя и потребление этих продуктов незначительно опережает потребление в европейских странах, меньше чем в России, Украине, Белоруссии, Армении, Казахстане. Несмотря на это, норму и потребление в Азербайджане, можно считать удовлетворительным. Норма потребления фруктов и ягод была 46 кг, потребление составило 78,0 кг. Потребление

этих продуктов, за исключением некоторых стран, в Европе и США было выше, чем в Азербайджане. А в странах СНГ, за исключением Армении, потребление было меньшим чем в Азербайджане. Причиной тому является то что, в большинстве из этих стран все еще низкий уровень производства фруктов, и относительно высокие цены.

Потребление мяса и мясных продуктов, хоть и ненамного, но превзошли норму в 31,5 кг, составил 33,9 кг. Известно, что, потребление мяса выше в развитых странах и в Европе в основном выше 70-80 кг, а в Австралии и США даже выше 100 кг. Потребление мяса на одного человека в бывших Республиках СССР, колеблясь от 35 кг (Киргизия) и до 88 (Белоруссия) (за исключением Таджикистана с 15 кг), было больше чем в Азербайджане, что указывает на то что, у нас норма была занижена. Потребление молочных продуктов также было выше нормы (232,2 кг), составив 272,1 кг, что, близко не только к потреблению в развитых странах мира, но и даже высоким среди стран СНГ. Это связано с тем что, в традиционной пище азербайджанцев молочные продукты занимают значительное место и то что, цены на эти продукты относительно невысокие. Норма потребления рыбы и рыбных продуктов берется на уровне 7,7 кг, но так как не представлены данные по потреблению, по количеству населения этот показатель можно взять и как 6,9 кг. Хоть Комитет Статистики и не представляет международное сравнение потребления рыбных продуктов, известно, что, тот показатель в странах Европы колеблется между 10-60 кг. Рациональная норма в России представлена на уровне 22 кг. Норма потребления яиц 153, а потребление составило 158. Потребление этого продукта в большинстве стран Европы и в США было выше 200. Из стран СНГ в России, Армении, Белоруссии, Казахстане также было более 200 (в Украине больше 300). А в Киргизии и Таджикистане было потреблено примерно два раза меньше, чем в Азербайджане.

Норма сахара и кондитерских изделий было 17,4, а потребление составило 30,2 кг. Только сахар, а исключением не только стран Европы, но и Армении, Киргизии и Таджикистана, в странах СНГ был потреблено больше чем у нас. А это указывает на что, у нас норма очень низкая. Норма растительных масел, маргарина и других жиров была 9,8 кг, а потребление составило 10,4 кг. Потребление только растительных масел было ниже чем во всех странах Европы (два раза меньше в большинстве стран), а среди стран СНГ, за исключением Армении (10 кг) было также низким чем в других. Норма потребления сливочного масла хоть принимается на уровне 6,7 кг, так как нет данных относительно потребления, этот показатель был вычислен

на уровне 4,5 кг. Этот показатель в странах Европы был на уровне приблизительно 2–6 кг, а во Франции потребление составило 7,9 кг. Хотя и не представлены данные по этому показателю по всем, можно сказать, странам СНГ, в России потребление составило 4,1 кг. Обобщая все сказанное следует, отметить что, при сравнении нормы рациона, установленного в России в 2016 г. и норм в Азербайджане, увидим, что, в России меньше только норма потребления хлеба и хлебобулочных изделий. По остальным продуктам норма потребления в России картофеля, фруктов и ягод, мяса и мясных продуктов было два раза выше, овощей и бахчевых, молока и молочных продуктов, яйца, сахара, растительных масел – на половину, рыбы и рыбных продуктов – больше чем в три раза. Другими словами, в Азербайджане норма рационального потребления очень низки, поэтому создается впечатление что, потребление некоторых продуктов соответствует норме, в некоторых даже больше нормы.

В то же время следует учесть, что, среди потребления имеются также продукты импорта. Поэтому, анализируя нынешний уровень зависимости этих продуктов от импорта, можно более подробным образом изучить ситуацию (табл. 2).

Таблица 2.

Уровень зависимости от импорта при обеспечении продуктами растениеводства и животноводства, %

Наименование продуктов	2015	Наименование продуктов	2015
Все зерновые	35,5	Виноград	8,1
Пшеница	45,2	Все виды мясо	5,6
Ячмень	4,9	Говядина и мясопродукты	8,8
Кукуруза	45,9	Баранина и мясопродукты	0,7
Овес	6,9	Свинина и мясопродукты	82,2
Другие зерновые	93,7	Мясо птицы и продукты	1,4
Зернобобовые	30,7	Молоко и молочные продукты	16,0
Картофель	14,8	Яйцо	0,3
Овощи	3,4	Рыба и рыбные продукты	22,4
Фрукты и ягоды	9,6		

Источник: [2, с. 73; 75]

Как видно из **Таблицы 2**, зависимость от импорта зерновых растений хоть и составляет 35,5 %, по пшенице, являющейся основным их видом, тот показатель составляет 45,2 %. Также высок и показатель по импорту кукурузы (45,9 %), что связано с тем что, это растение потребляется и как корм для животных и птиц, а также используется в качестве сырья для производства масла. Но как видно из таблицы, так как в Азербайджане в основном выращивается пшеница, ячмень, кукуруза и овес, зависимость от остальных видов зерновых составляет 93,7 %. Приблизительно 1/3 часть остальных зерновых используется в качестве корма для животных и птиц, 1/3 – как продукт пищи, а 1/3 используется в промышленности. Среди зернобобовых также высок уровень зависимости от импорта – 30,7 %. Несмотря на то что, в Азербайджане зернобобовые как продукт питания используется очень широко и их цена, по сравнению с пшеницей и ячменю, достаточно высок, они мало выращиваются, тогда как их производство было 24,3 тысяч тонн, потребление составило 31,6 тысяч тонн [2, с. 11]. Несмотря на то что, производство картофеля было большим чем потребление, принимая во внимание приемлемость импорта этого продукта в виде пищевой безопасности, имеется потенциал не только для уменьшения импорта, но и для экспорта этого продукта. В то же время, если не будет повышения цен в зависимости от сезона, возможно, что увеличится потребление населением. Среди растительных продуктов самый низкий уровень зависимости относится к овощам. Хоть и причиной этого является наличие исторически сформировавшегося насаждения, так же и то что, этот продукт занимает большое место в пищевом рационе, по климатическим условиям факт возможности насаждения некоторых видов в течении всего года, а некоторых из несколько раз в год, также значительно влияет на большое производство. Именно с использованием указанных факторов можно еще больше увеличит производство свежих овощей и продуктов обработки, являющихся основным экспортным продуктом Азербайджана. В то же время подчеркнем, что, выше мы указали на то что, потребление у нас меньше чем в развитых странах. А это может быть связано не с рационом пищи населения, а ценами. Так, в холодные периоды года высокие цены на большинство овощей, не соответствует покупательной способности населения. Аналогичное можно утверждать относительно фруктов и ягод. У этих продуктов зависимость от импорта не очень высок, составляет 9,6 %. Конечно, так как у нас не выращивают тропические фрукты, их импорт всегда будет иметь место. Но известно, что, доля фруктов, которых можно выращивать в стране, достаточно высок в импорте, вероятно, что, повышение тарифов на импорт некоторых фруктов в 2016 году, в будущем окажет свое воздействие на импорт. Наличие уровня

зависимости от импорта на 8,1 % для винограда, на первый взгляд говорит об отсутствии серьезных проблем в этом направлении. Так, если в 2015 г. в стране было произведено 157,1 тонн винограда [4, с. 87], то 94,1 тонн из них было использовано как продукт питания. Но учитывая, что, в 1985 г. было произведено 1789,6 тонн винограда, нельзя говорить о достаточном производстве того продукта. Так, раньше в следствии того что, предприятия обработки не работали полностью или на полную мощность, в 2015 г. всего было переработано 70,8 тонн винограда, что говорит о кризисе производства вина из винограда которое может стать основным продуктом экспорта. Если исключить свинину (82,2 %) то зависимость обеспечения мяса и мясных изделий от импорта, не так и высок. Тот показатель, в целом составляя 5,6 %, на первый взгляд создают впечатление о наличии в стране производства достаточного объема мяса и мясных изделий. Но на самом деле такое можно утверждать относительно птичьего мяса (1,4). Так, в годы независимости эта сфера была достаточно развита и определенный импорт неизбежен. Но неправильным было бы утверждать это относительно говядины, баранины. Так, выше мы отметили что, норма потребления и фактическое потребление мяса и мясных продуктов у нас меньше чем в развитых странах, в том числе два раза меньше чем в России. Если цена на мясо и мясные изделия будут соответствовать покупательской способности населению, то можно предположить, что, имеется потребность в продукции два раза больше, чем сейчас производится. Наличие 16,0 % зависимости от импорта молока и молочных продуктов, связано как со слабым развитием животноводства, так же и большим потреблением населения этих продуктов. Несмотря на то что, зависимость от уровня импорта яиц составляет 0,3 %, на самом деле мы выше указали что, уровень потребления ниже чем в развитых странах. Здесь может иметь место не столько зависимость от пищевого рациона, сколько от цен, так как в определенные периоды года цены бывают высокими и не соответствуют покупательской способности населения, что приводит к понижению потребления. Зависимость от импорта рыбы и рыбных продуктов хоть составляет 22,4 %, на самом деле то связано с тем что, в пищевом рационе населения эти продукты потребляются мало из-за высоких цен на них. Как и указали выше, несмотря на то что, пищевая норма для этих продуктов хоть и был принят на низком уровне (7,7 кг), даже та норма не была потреблена и фактически составила всего приблизительно 6,9 кг. С сожалением приходится констатировать что, у страны, имеющей выход к Каспийскому морю и возможностей для рыбоводства, в 2015 году было произведено всего 51,2 тысяч тонн рыбных продуктов, что не позволяет дешевому и достаточному обеспечению населения.

Таблица 3.

**Уровень зависимости от импорта в обеспечении основными
видами промышленных продуктов, %**

Наименование продуктов	2015	Продукты	2015
Очищенный рис	90,5	Все виды сыров	15,8
Мука (все виды)	5,1	Макаронные изделия	52,1
Крупы (все виды)	82,1	Сливочное масло	31,5
Свежий хлеб, не имеющий в своем составе сиропа, яиц, сыра или фруктовых джема	0,01	Молоко и сливки с жирностью на 1-6 %	1,0
Торты и кондитерские изделия, другие хлебобулочные изделия с добавлением сладких веществ	33,7	Молоко и сливки с жирностью больше чем на 6 %,	3,2
Производство сухарей и печенья, кондитерские изделия с продолжительным сроком хранения	67,8	Мацони, сливки, йогурт и другие продукты	6,2
Мучные и сахарные кондитерские изделия	95,4	Несладких минеральных и газированных вод	4,8
Сырье для производства сахара	94,4	Сладких минеральных и газированных вод	14,6
Растительное масло	73,3	Соль	28,8
Маргарин	2,4	Чай	87,6
Фруктовые и овощные соки	22,8	Сахар	37,2
Фруктовые и овощные консервы	14,4		

Источник: [2, с. 77]

А уровень зависимости обработанных продуктов питания от импорта выше, чем уровень продуктов, потребляемых в первичном виде. Как видно из Таблицы 3, уровень зависимости от импорта таких молочных продуктов как: мацони, молоко, сливки, сыр и йогурт, маргарина, фруктовых и овощных консервов, несладких и сладких минеральных и газированных вод, близок к нормам пищевой безопасности. Среди остальных продуктов очень высок уровень зависимости от импорта у риса, злаков, сладко-мучных изделий, сырья для растительных масел, сахара и чая. Еще в советские времена в Азербайджане хоть и выращивался рис, позже для обеспечения Союза свежими овощами, вместо этого продукта начали выращивать овощи. На сегодняшний день, после того как подзабыты определенные

трудовые навыки, так и не удалось организовать насаждение этого продукта в больших масштабах. И одной из причин, мешающих выращиванию риса, занимающего огромное место в пищевом рационе населения, является отсутствие соответствующей сельскохозяйственной техники. Указанные причины не позволяют поднять уровень производства рисовых до необходимого. Тогда как в стране употребляется 37 тысяч тонн риса, всего 2,8 тысяч тонн из этого показателя было за счет внутреннего производства. Тоже самое можно говорить о чае. Так, тогда как в 1985 г. в стране производилось 31,7 тысяч тонн чая, на сегодняшний день эта цифра составляет всего 0,6 тысяч тонн [4, с. 88]. А годовое потребление населения составило 16 тысяч тонн и зависимость от импорта 87,6 %. Наличие уровня зависимости от импорта в 94,4 % в сырье для производства сахара, говорит нежелании предприятий по производству сахара, установить контакт с производителями сельскохозяйственной продукции. Тоже самое можно говорить и о производстве растительных масел. Произведено 106,6 тысяч тонн растительных масел, а потреблено – 119,6 тысяч тонн. Как видим, основная зависимость от импорта (73,3 %) относится не к готовой продукции, а к сырью. Высокий уровень зависимости от импорта по остальным продуктам, следует объяснить с недостаточной развитостью предприятий по обработке. Так как высокий уровень обменного курса национальной валюты маната до 2014 г. создавал условия для дешевого импорта, развитие сфер производства не было в приоритете. На сегодняшний день из-за уменьшения нефтяных доходов, не только импортозамещение, но и увеличение производства продуктов сельского хозяйства, способных стать основными продуктами экспорта, становятся важными требованиями дня.

В итоге следует отметить что, в Азербайджане имеется необходимость пересмотра минимальной потребительской нормы продуктов питания. Действующая на сегодняшний день минимальная потребительская норма, за исключением хлеба и хлебобулочных изделий, по всем продуктам взять на очень низком уровне. В то же время уровень зависимости от производимых продуктов, в особенности от обработанных продуктов питания, по многим продуктам все еще достаточно высок и превышает норму продуктовой безопасности.

Список литературы:

1. Внешняя торговля Азербайджана, Статистическая публикация 2016, – [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.stat.gov.az/source/trade/> (Дата обращения: 13.05.2017).
2. Продовольственные балансы Азербайджана, Статистическая публикация 2016, – [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://www.stat.gov.az/source/food_balances/ (Дата обращения: 14.05.2017).
3. Рекомендации по рациональным нормам потребления пищевых продуктов, приказ Министерства здравоохранения РФ от 19 августа 2016 года № 614, – [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.rosminzdrav.ru/news/2016/08/26/> (Дата обращения: 10.05.2017).
4. Сельское хозяйства Азербайджана Статистическая публикация 2016, – [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.stat.gov.az/source/agriculture/> (Дата обращения: 14.05.2017).
5. Статистический сборник Азербайджана 2016, – [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://www.stat.gov.az/menu/6/statistical_yearbooks/ (Дата обращения: 05.05.2017).

11. ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ

МЕТОДЫ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ОЦЕНКИ: ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ

Воловод Николай Николаевич

*магистрант, Тюменский индустриальный университет,
РФ, г. Тюмень*

METHODS OF ECONOMIC EVALUATION: THEORETICAL ASPECT

Nikolay Volovod

*undergraduate, Tyumen industrial University,
Russia, Tyumen*

Аннотация. В статье рассмотрены подходы к определению понятия «метод», «метод экономической оценки», а также применение данных методов в российской практике.

Abstract. The article considers approaches to the definition of «method», «method of economic evaluation» and the use of these methods in practice.

Ключевые слова: экономика, метод, метод экономической оценки.

Keywords: economy, method, method of economic evaluation.

Формирование рыночной экономики в России, возникновение принципиально новых потребностей пользователей к качеству представляемой информации, способствовали развитию методологии экономической оценки. Потребности системы управления хозяйствующими экономическими субъектами, определили возможность и необходимость широкого применения экономической оценки для обоснования управленческих решений в области финансового и операционного менеджмента [2].

На сегодняшний день в российской практике существует достаточное количество определений термина «метод». С точки зрения

этимологии данное определение имеет греческие корни и переводится как «путь, следуя по пути». Расширенная трактовка понятия включает комплекс действий или совокупность приемов, которые направлены на достижение вполне конкретной задачи [1].

В словаре В.И. Даля: «Метод – это способ, порядок, основания; принятый путь для хода, достижения чего-либо, в виде общих правил». Сходные значения можно найти в словарях других известных ученых Т.Ф. Ефремовой, С.И. Ожегова и Н.Ю. Шведовой – «это способ познания», «способ теоретического исследования или практического осущестления чего-нибудь» [3].

Определение может незначительно изменяться при внесении уточнений, касающихся видов и специфики мероприятий, но содержание остается неизменным. Следует также отметить, что по общей классификации методы можно разделить на общенаучные (применяемые в естественных науках), частные (применяемые в узких областях конкретных наук), эмпирические (наблюдение, эксперимент, измерение, сравнение) и теоретические (построение абстрактно-математических моделей, раскрывающих сущность изучаемых процессов действительности).

Рассматривая понятие «метод» в контексте «экономической оценки» в российской практике, можно отметить, данная дефиниция рассматривается в контексте хронологических изменений научных тенденций.

Около 40 лет назад начался переход к общепринятым в мировой практике методам экономической оценки технологий, основанный на методологии Организации Объединенных Наций по промышленному развитию. В центре данного метода лежит концепция альтернативной стоимости (закон спроса и предложения), которая позволяет отражать динамику денежных средств и характеризует при этом различные виды эффективности проектов, направленных на создание новых технологий [6].

Изучая методы экономической оценки в области сельского хозяйства академик С.Г. Струмилин выдвинул гипотезу о том, что в основе определения экономической оценки природных ресурсов как продуктов труда лежит так называемая затратная концепция, согласно которой оценкой ресурсов могут служить затраты труда на их освоение и вовлечение в хозяйственный оборот: чем выше прямые затраты общества, необходимые для использования того или иного ресурса, тем он «дороже» [4].

Экономическая оценка предпринимательских проектов представляет из себя сложный расчетный процесс, для проведения

которого требуется весьма значительная по объему информация, однако существуют проблемы с недостаточной ее объективностью и сложностью получения. Поэтому возникла потребность использовать простейшие методы экономической оценки, которые бывают иногда вполне приемлемы или дают некоторую погрешность в расчетах, которой можно пренебречь в реальной действительности при наличии «информационного голода» [5].

В условиях современной рыночной экономики экономическая оценка предприятия необходима и не заменима. Многие эксперты считают целесообразным креативный подход к экономической оценке предприятия.

В разрезе экономической оценки предприятия следует помнить, что неплатежеспособное предприятие – это не синоним банкрота. Такая оценка имеет профилактический характер, возможно, ведет за собой коррекцию экономической политики или концепции бизнеса. Экономическая оценка на предприятии неполноценна без учета фактической ликвидности активов предприятий, размеров оборотных активов, а также текущих кредитных обязательств, качества дебиторской задолженности. В результате оценки можно сделать выводы по конкурентоспособности в данном предприятии, без чего невозможно деловое партнерство.

Целесообразность экономической оценки заключается в определении потенциала организации для сотрудничества, гарантии реализации интересов всех сторон участников. Оценка бывает не только качественной, но и количественной.

Успешным результатом экономической оценки компании является констатация устойчивого финансового положения, что называют способностью финансировать свою деятельность. Характерными чертами устойчивости считаются обеспеченностью финансовыми активами, грамотностью их размещении, успешностью их использования. Экономический показатель компании может быть устойчивым, неустойчивым и кризисным. Проверке подлежит и платежеспособность, которая позволяет предприятию развивать свой потенциал, привлекать новых инвесторов. Быстрота выполнения бизнес-планов – это несомненно положительный фактор в пользу оцениваемого предприятия [5].

Итак, дефиницию понятия «метод экономической оценки» можно трактовать, как оценку качества какого-либо продукта, исходя из единовременных затрат и затрат, обусловленных различными способами эксплуатации.

Подводя итоги, можно отметить, что в целом, экономическую оценку необходимо проводить не только в перечисленных сферах, плановый экономический анализ будет полезен для общей оценки финансового состояния объекта, а методы, необходимые для той или иной экономической оценки будут напрямую зависеть от выбранной сферы деятельности.

Список литературы:

1. Луговая А. Что такое метод? Метод: определение. URL: <http://fb.ru/article/239605/chto-takoe-metod-metod-opredelenie> (Дата обращения: 02.05.2017).
2. Развитие методологических основ и инструментария экономической оценки технологий. URL: <http://sovman.ru/article/7609/> (Дата обращения: 02.05.2017).
3. Сборник словарей «Glosum». URL: <https://glosum.ru/Значение-слова-Метод> (Дата обращения: 08.05.2017).
4. Теоретические основы и методы определения экономической оценки природных ресурсов. URL: <http://lektcii.org/4-28995.html> (Дата обращения: 10.05.2017).
5. Экономическая оценка предприятия по рыночной стоимости. URL: <http://businessideas.com.ua/manage-finances/ekonomicheskaya-otsenka> (Дата обращения: 02.05.2017).
6. Электронная библиотека. Простейшие методы экономической оценки проектов. URL: http://libraryno.ru/2-5-1-prosteyshie-metody-ekonomicheskoy-otsenki-proektov-ekon_org_proizv/ (Дата обращения: 02.05.2017).

ДЕЛОВОЙ ТУРИЗМ-ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ ОТРАСЛЕВОГО РЫНКА

Гулиев Ульви Хуррам оглы

*магистрант, Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
«Оренбургский государственный университет»,
РФ, г. Оренбург*

Аннотация. Деловой туризм – очень важная, а также сложная и специфичная отрасль туристического бизнеса. Высокий уровень ответственности, внимание к деталям и умение быстро и результативно ориентироваться в случае возникновения каких-либо неполадок в течение поездки, именно этими навыками должен обладать менеджер, который занимается организацией делового вояжа. От остальных видов туризма, деловой, отличается, прежде всего, его денежной составляющей вопроса: ведь от того, насколько удачно сложится поездка, очень часто зависит возможность получения многомиллионной прибыли (или убыток) компании, так что риски, здесь повышенные и соответственно требуют повышенного внимания к деталям поездки.

Ключевые слова: деловой туризм, инфраструктура, корпоративная культура, гостиничный рынок, туристская дестинация.

Несмотря на то, что данное направление в туризме широко распространено, однако вопросы, касающиеся организации делового туризма недостаточно исследованы в экономике туризма. Изучение делового туризма носит в научной литературе больше популярно-описательный, чем научно-аналитический характер. В ходе исследования были изучены работы А.Г. Салашенко, Л.П. Педыч, И.К. Филоненко, Л.П. Усмановой, В.В. Серegiной данные работы носят преимущественно практический характер и рассматривают конкретные методики подготовки конгрессно-выставочных мероприятий [1].

Деловой туризм представляет собой емкое понятие, в наибольшей степени данный термин объясняет аббревиатура «MICE», которая образована первыми буквами английских слов:

- M – meetings (встречи);
- I – incentives (стимулирующие или поощрительные поездки);
- C – congresses (конгрессы);
- E – exhibitions (выставки).

В.А. Квартальнов говорит о том, что составляющей МICE-индустрии является организация встреч, выставок и конференций [1].

В сфере мирового делового туризма деловым встречам уделено большое внимание, так как именно это является основополагающим фактором в развитии этого направления в туризме. Структура делового туризма по содержанию представлена на рис. 1. Деловой туризм очень многогранен. Свыше 73 % его объема составляют корпоративные поездки (corporate travel) – как индивидуальные деловые поездки, так и для участия в мероприятиях, проводимых промышленными и торговыми корпорациями. Сюда же можно отнести и интенсив-туры – поездки, организуемые компаниями в целях мотивации сотрудников, занятых в основном продвижением и продажей производимого этой компанией товара. Поездки, связанные с участием в съездах, конференциях, семинарах под эгидой политических, экономических, научных, культурных, религиозных и других организаций, составляют около 16 % рынка делового туризма. В свою очередь, 11 % объема делового туризма занимают поездки с целью посещения торгово-промышленных выставок, ярмарок и участия в их работе [4].

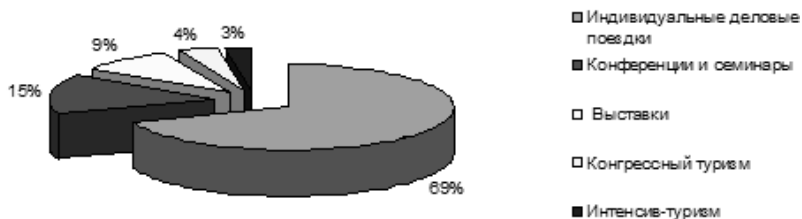


Рисунок 1. Доля мероприятий в сфере делового туризма

В настоящее время сфера делового туризма в мире оформилась в одну из самых высокодоходных отраслей мировой туристской индустрии, которая, по оценкам специалистов, сопоставима по доходности с нефтяным бизнесом. По экспертным данным, на долю делового туризма в мире приходится более четверти объемов всего туристского рынка. От 55 % до 60 % мест в отелях по всему миру заполняется как раз за счет деловых поездок.

По экспертным оценкам, сегмент туристического рынка под названием «конгрессная деятельность» в России составляет всего 5 %,

в то время как в Европе он занимает более 50 % рынка. Основной причиной стагнации в этом сегменте делового туризма в России можно назвать отсутствие целенаправленной государственной программы развития делового туризма. Масштабность мероприятий, относящихся к межкорпоративному сектору делового туризма, их экономическое и политическое значение подразумевает организацию и подготовку на государственном уровне, непосредственное участие государственных органов [5].

На современном этапе организация делового туризма включает в себя широкий спектр различных видов деятельности от распространения и продвижения информации, разработки развлекательной программы до технического обеспечения встречи. Рассмотреть структуру рынка делового туризма можно на рисунке 2.

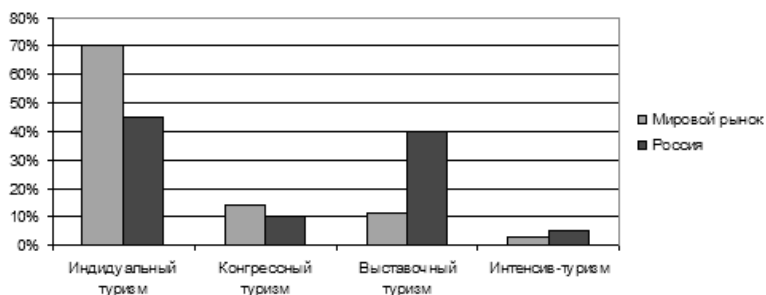


Рисунок 2. Структура рынка делового туризма за 2015 год

При сравнении мирового рынка делового туризма и российского, можно отметить, что в России из всех видов бизнес-путешествий сегодня наиболее активно развивается выставочный туризм.

В настоящее время в России, точнее в Москве и Санкт-Петербурге, непосредственно координацией и подготовкой международных мероприятий занимаются различные организации, деятельность которых, как правило, носит больше коммерческий характер. В то же время следует отметить важную функцию государства в развитии делового туризма, поскольку серьезность и масштабность проводимых мероприятий требует поддержки на государственном уровне. Не следует забывать, что проведение международных мероприятия формируют и политический имидж страны на мировой арене. Кроме того, заинтересованность государства в развитии делового туризма может иметь и экономическую сторону: к примеру, при ежегодном бюджете в 900000 евро конгрессное бюро Гетеборга приносит экономике города от 35 до 50 млн. евро в год.

Очевидно, мерами создания цивилизованного и успешного рынка делового туризма в России, для эффективного развития конгрессно-выставочного сегмента делового туризма могут стать:

1. Создание Национального бюро делового туризма, основной функцией которого должно стать объединение и координация деятельности субъектов и объектов делового туризма в деле разработки и определения общих принципов и норм регулирования делового туризма.

2. Создание организаций типа западных конгрессных бюро (Convention and Visitor Bureau), как в Москве и Санкт-Петербурге, так и в городах-миллионниках, задачей которых должно стать продвижение региона на международном рынке и привлечением деловых мероприятий в свой регион. Идея создания конгрессного бюро в Москве и Санкт-Петербурге обсуждается уже несколько лет и было бы своевременным их реальное появление на рынке делового туризма. Также следует обратить внимание на развитие делового туризма в регионах, переняв опыт западных стран, где большинство крупных мероприятий проходит именно в регионах: выставки в Ванкувере (Канада), Франкфурте-на-Майне (Германия), Шанхае (Китай).

3. Создание представительств Российской Федерации по туризму за рубежом, возможно, на базе существующих Торговых представительств или представительств российских авиакомпаний, с целью продвижения России как туристского региона, в том числе имеющего огромный потенциал для проведения деловых встреч и мероприятий. Можно отметить, что в настоящее время на территории Российской Федерации действует более 40 иностранных представительств по туризму.

4. Развитие туристской инфраструктуры и сервиса, в том числе и в регионах: развитие гостиничных комплексов, бизнес-центров и конференц-площадок, упрощение визовых процедур, а также урегулирование вопроса соотношения цены-качества.

5. Создание системы подготовки квалифицированных кадров для сферы делового туризма. Многогранность и многоуровневый характер туристской деятельности определяет большой пласт педагогических проблем в смысле подготовки туристских кадров. Все прогнозы указывают на то, что в ходе следующего десятилетия туристская активность достигнет новых высот и поэтому продолжит вносить значительный вклад в создание рабочих мест и увеличение благосостояния общества. А соответственно будут предъявлены новые требования к подготовке специалистов. Таким образом, деловой туризм нуждается в срочных мерах по развитию специализированного образования,

с одной стороны, чтобы заполнить существующие кадровые пробелы, с другой – подготовка грамотных специалистов позволит реализовать потенциал российского делового туризма и вывести отрасль на достойное место в мировой туристской индустрии. В настоящее время, в частности, конгрессно-выставочный туризм в России составляет всего 5 %, в то время как в Европе он занимает более 50 % рынка.

Таким образом, можно говорить, о том, что на современном этапе, на рынке деловых путешествий отмечается устойчивое развитие, что непосредственно влияет на улучшение национальной экономики. Российский бизнес вышел на новый уровень развития и может позволить себе увеличение вложений в деловые поездки, которые являются необходимым средством для роста организаций.

Список литературы:

1. Зорин И.В., Зорин А.И. Профессиональное образование и карьера в туризме: учебник для вузов. – М.: Изд-во Советский спорт, 2005. 528 с.
2. Соколова М.В. История делового туризма. – М.: Изд-во Академия, 2004. 465 с.
3. Стратегия развития туризма в РФ до 2020 года – [Электронный ресурс] – Режим доступа – URL: <http://www.russiatourism.ru/> (Дата обращения 28.04.2017).
4. Сукина Р.Р. Актуальные проблемы развития делового туризма Оренбургской области. – М.: Изд-во РИОР, 2011. 215с.
5. Панкрухин А. Состояние, проблемы и перспективы российского рынка туристических услуг // Практический маркетинг.2012. № 9. С. 4–11.

СПЕЦИФИКА КОНКУРЕНТНЫХ ОТНОШЕНИЙ НА РЫНКЕ ДОВЕРИТЕЛЬНЫХ БЛАГ

Колосова Мария Александровна

*соискатель кафедры
«Теоретической экономики и управления персоналом»,
ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет
им. И.С. Тургенева»,
РФ, г. Орел*

THE SPECIFICITY OF COMPETITIVE RELATIONS IN THE MARKET OF CREDECE GOODS

Maria Kolosova

*researcher, Department of Theoretical Economics and management,
Orel State University named after I.S.Turgenev,
Russia, Orel*

Аннотация. В качестве ключевого аспекта формирования конкурентных отношений на рынке доверительных благ автор рассматривает характер рыночного предложения, который, по его мнению, обусловлен наличием/отсутствием у потребителей возможности выбора и индивидуальными особенностями доверительных продуктов. Автором выделен ряд специфических особенностей конкурентных отношений, складывающихся на изучаемом рынке, рассмотрена специфика предложения доверительных благ с высокой потребительской стоимостью.

Abstract. As a key aspect of the formation of competitive relations in the market of credence goods, the author examines the nature of the market supply which, in his opinion, due to the availability/ unavailability of consumer choice and credence goods characteristics. The author identified a number of specific features of competitive relations in the market of credence goods, the peculiarities of the provision of credence goods with high consumer value.

Ключевые слова: рынок доверительных благ; монопольная власть; барьеры входа на рынок; неблагоприятный отбор; неполнота рынков.

Keywords: market of credence goods; monopoly power; entry barriers to the market; adverse selection; incomplete markets.

Проблема изучения рыночных отношений, объектом которых выступают доверительные блага, для экономической науки не нова. История исследования доверительных благ, как полноправных рыночных объектов, берет свое начало в работе Дарби и Карни «Свободная конкуренция и оптимальный объем обмана» [4]. Авторы вводят в научный обиход понятие «доверительное благо», характеризуя их как блага, качественные характеристики которых не могут быть идентифицированы потребителем самостоятельно ни до момента потребления, ни в процессе потребления.

Немалый вклад в развитие теории доверительных благ принадлежит отечественному ученому М.М. Юдкевич. В своей работе «Издержки измерения и институты рынков доверительных товаров» автор делает исследовательский упор на анализ транзакционных издержек (издержек измерения) и изучение роли третьих лиц – посредников на этапе потребительского выбора. В качестве примеров рынков, объектами которых выступают доверительные блага, автор выделяет рынки продовольственных товаров, рынки медицинских услуг, рынки аудиторско-консалтинговых услуг, рынки услуг автомеханического сервиса и рынки компьютерных товаров [3].

Современная экономическая наука в вопросе идентификации доверительных благ, как объектов рынка, по-прежнему берет за основу дефиницию, предложенную Дарби и Карни, которая, на наш взгляд, не дает полного и всеобъемлющего описания изучаемых благ и не отражает специфику транзакций, объектами которых они выступают.

В нашем понимании, доверительные блага, представляет собой блага, транзакции в отношении которых сопровождаются серьезными информационными несовершенствами за счет присущих им многомерных и скрытых характеристик, что влечет за собой преимущественное положение одних рыночных субъектов относительно других, которое (преимущество) стабильно на всех этапах рыночной сделки и сложно поддается минимизации, а субъективность потребительских оценок полезности доверительных благ обусловлена персонифицированным характером восприятия их качества [2].

Взаимосвязь между доверительными благами как таковыми и информацией о них дает нам все основания считать ресурс «информация» наряду с доверительными благами в своем материальном/нематериальном воплощении полноправным объектом данного рынка.

Переходя к анализу рыночных механизмов изучаемого рынка, берем на себя смелость заявить, что их ключевая специфика сосредоточена в характере рыночного предложения, а именно

конкурентных отношениях, складывающихся вокруг однородных/дифференцированных доверительных продуктов и наличия/отсутствия у потребителей возможности выбора.

Попытаемся ниже выделить специфические черты конкурентных отношений, присущих рынку доверительных благ.

Первая особенность, на наш взгляд, заключается в наличии на рынке доверительных благ уникальных товаров, не имеющих близких по своим свойствам аналогов, свидетельствующая о формировании у субъектов их предложения устойчивой монопольной власти, дающей им возможность использовать ее в своих личных интересах, и «рождать» предложение не всегда отвечающее ожиданиям потребителей [2].

Подобное положение вещей обусловлено в первую очередь чрезмерно высокими барьерами входа в отрасль. К ним мы склонны отнести: положительный эффект масштаба производства; необходимость высоких стартовых затрат на создание инфраструктуры, приобретение основных средств, построение логистических цепочек, найм персонала и организация маркетинговой кампании; необходимость наличия у исполнителя узкопрофильного образования, сопряженного с высокими моральными и временными издержками; необходимость в модернизированном оборудовании; свобода доступа или наличие собственности на источники сырья; наличие лицензий, аккредитаций, патентов и иных институтов; наличие репутации и бренда; исключительные права, предоставленные государством.

Исходя из этого, объективными причинами возникновения монополий на изучаемом рынке являются уникальность блага в рамках географического пространства, уникальность технологии, умений и навыков исполнителей, исключительность блага, защищенная патентами, лицензиями, сертификатами или иными юридическими институтами.

Особенностью монопольной власти на рынке доверительных благ, на наш взгляд, является ее устойчивый (долгосрочный) характер. К примеру, в случае монопольных преимуществ на рынках иных благ потребитель, во-первых, может вовремя идентифицировать качество блага и отказаться от его потребления, тем самым предостерегая себя от негативных последствий, а, во-вторых, за счет эффекта суммирования отрицательных отзывов в отношении этого блага рано или поздно «пошатнуть» его монопольную власть.

На рынке же доверительных благ данное развитие сюжета невозможно. Во-первых, потому что у потребителя отсутствует необходимая информация о благае, а, следовательно, отсутствуют

основания для недоверия его качеству. В результате потребитель приобретает то, что предлагает ему рынок, тем самым раз от раза укрепляя рыночные позиции монополиста. Во-вторых, даже в случае возникших сомнений, полезность доверительного блага не поддается замещению полезностью другого блага. Если представить гипотетическую ситуацию, что потребитель неудовлетворен качеством кондитерских изделий (причем не важно является ли субъект предложения монополистом или нет), то он имеет возможность частично компенсировать их полезностью фруктов, орехов или иными товарами. В случае если у потребителя возникает потребность в доверительном благе – услуга высшего медицинского образования, например, и он сомневается в его качестве, то удовлетворить ее услугами, инженерного образования не представляется возможным.

Очевидно, разрушить устойчивую монопольную власть способно только появление на рынке конкурента, что заставит теперь уже бывшего монополиста активно бороться за потребителя.

Острота информационных несовершенств на рынке доверительных благ способна породить, так называемую, проблему неоправданных рыночных преимуществ отдельных субъектов предложения, за счет их ложного позиционирования себя как уникальных субъектов предложения. Такая ситуация имеет место быть ввиду отсутствия у потребителя возможности сравнить характеристики «лжеуникального» блага с иными альтернативами, и развеять миф об их исключительности.

Таким образом, ключевая проблема монополии на рынке доверительных благ, на наш взгляд, заключается не в отсутствии альтернатив как таковых, а в наличие устойчивой монопольной власти, дающей субъектам предложения, ею обладающей, неограниченные возможности для недобросовестного поведения.

Вторая особенность конкурентных отношений заключается в наличии высоких барьеров для входа в отрасль, которая влечет за собой вероятность полного отсутствия доверительного блага на рынке, а также отсутствие возможности замещения его полезности полезностью иного блага [2].

Получается, что наряду с проблемами монопольной власти или низкой конкуренции крайне актуальна проблема отсутствия блага как такового (проблема «неполноты рынка»). Примерами подобного положения вещей является отсутствие в рамках определенного географического пространства услуг медицинского, актерского, военного образования, ряда инженерных специальностей, отсутствие врачей трансфузиологов, детских онкологов и гематологов, отсутствие

отдельных услуг по иммунной диагностике, высокотехнологичной медицинской помощи, отсутствие регистрации на территории РФ отдельных орфанных лекарственных препаратов, отсутствие услуг картинных галерей, оперных театров, отсутствие лицензионных версий программных продуктов.

Третья особенность конкурентных отношений заключается в том, что если потребитель осуществляет выбор среди дифференцированных благ, то в виду объективных информационных несовершенств и наличия качественной неопределенности, потребитель сталкивается с проблемой отсутствия возможности разделения многообразия представленных на рынке благ на высококачественные и низкокачественные, что дает возможность субъектам предложения использовать свое преимущество и механизмы недобросовестной конкуренции, активно выдавая «лимоны» за высококачественные блага «персики» и извлекая из этого личную выгоду [2]. Подобная ситуация за счет механизма ценового усреднения благ в глазах потребителей чревата риском постепенного вытеснения высококачественных благ, называемым с легкой руки Акерлофа – «неблагоприятным отбором» [1], а для рядовых потребителей высокой вероятностью нерационального выбора, экономическими и моральными потерями, риском упущенных выгод.

Рассмотренные выше проблемы приобретают еще более драматичный характер в случае предложения благ с высокой потребительской стоимостью. Если благо предоставляется в рамках государственного обеспечения (потребитель не несет издержки приобретения), то механизм их предоставления априори характеризуется отсутствием конкурентных отношений. Это преимущественно «искусственные» рынки, функционирующие по принципу монополии источника предложения или системы предоставления благ без учета волеизъявления потребителя. К ним относятся квазирынки медицинских услуг или льготного лекарственного обеспечения, монополия услуг национальной безопасности. Получается, что в виду острой жизненной необходимости в данных благах, потребитель от их потребления не может отказаться (вынужденный спрос), при этом субъекты предложения, необременённые в контексте рыночной ситуации издержками борьбы за потребителя, имеют в своем арсенале неограниченные возможности для манипулирования качеством благ и проявления различных форм оппортунизма.

Когда процесс предоставления благ с высокой потребительской стоимостью осуществляется в здоровых рыночных условиях (наличие платежеспособного спроса) потребитель в меньшей степени

руководствуется уровнем личного дохода, нежели качественными характеристиками блага, что становится для субъектов предложения поводом для необоснованных завышений цен, а потребитель, в свою очередь, становится источником наживы.

Таким образом, подводя итог нашему исследованию, можно сделать вывод, что конкурентные механизмы рынка доверительных благ характеризуются следующими особенностями:

- отсутствие на рынке близких по своим свойствам благ-аналогов влечет за собой устойчивое монопольное положение отдельных субъектов рыночного предложения, которое они могут использовать в личных интересах;
- наличие высоких барьеров для входа в отрасль препятствует появлению на изучаемом рынке отдельных видов доверительных благ и влечет тем самым ситуацию рыночной неполноты;
- отсутствие у потребителей необходимой для принятия решения информации чревато «неблагоприятным отбором» и высокой вероятностью потерь;
- наличие на рынке благ с высокой потребительской стоимостью свидетельствует, во-первых, о вынужденном характере спроса, отсутствии у потребителей возможности выбора и в результате о многообразии форм оппортунизма предложения, и, во-вторых, о наличии у субъектов предложения возможности извлекать выгоду за счет неэластичного характера спроса.

Список литературы:

1. Акерлоф Дж. Рынок «лимонов»: неопределенность качества и рыночный механизм // THESIS. – 1994. – вып. 5 – С. 91–104.
2. Колосова М.А. Анализ структуры рынка доверительных благ / М.А. Колосова // Вестник ОрелГИЭТ. – 2016. – № 4 (38). – С.174–179.
3. Юдкевич М.М. Издержки измерения и институты рынков доверительных товаров: диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук: 08.00.01 / Юдкевич Мария Марковна. – Москва. – 2003. – 140 с.
4. Darby M. R., Karni E. Free competition and the optimal amount of fraud // *Economica* 12. – 1973. – P. 67–88.

ЭКОНОМИЧЕСКИЙ КРИЗИС В ГРУЗИИ И ПУТИ ЕГО ПРЕОДОЛЕНИЯ

Габададзе Изольда Шотаевна

*ассоциированный проф.,
государственный университет им. А. Церетели,
Грузия, г. Кутаиси*

Мушкудиани Нино Сосоевна

*академический д-р,
государственный университет им. А. Церетели,
Грузия, г. Кутаиси*

Церетели Инеза Акакиевна

*ассоциированный проф.,
государственный университет им. А. Церетели,
Грузия, г. Кутаиси*

ECONOMIC CRISIS IN GEORGIA AND WAYS OF ITS OVERCOMING

Izolda Gabadadze

*associate Professor, State University. A. Tsereteli,
Georgia, Kutaisi*

Nino Mushkudiani

*academic Dr., State University. A. Tsereteli,
Georgia, Kutaisi*

Ineza Tsereteli

*associate Professor, State University. A. Tsereteli,
Georgia, Kutaisi*

Аннотация. В статье «Экономический кризис в Грузии и пути его преодоления» рассмотрены отрицательные и положительные роли кризисов, его виды и функции. Также предложены рекомендации по преодолению кризиса в Грузинской экономике.

Abstract. In the article “Economic Crisis in Georgia and Ways of its Overcoming” there are some negative and positive roles of crisis given its types and functions. Recommendations about overcoming crisis in the Georgian economy are also offered.

Ключевые слова: кризисы; экономические кризисы; промежуточный кризис; частичный кризис; отраслевой кризис; структурный кризис; фазы цикла.

Keywords: Crises; Economic crises; Intermediate crisis; Partial crisis; Industrial crisis; Structural crisis; Phases of the cycle.

В макроэкономике изменения совокупного спроса, совокупного предложения, объёма производства и совокупного дохода осуществляются циклически. Цикличность – это повторяющиеся изменения, движение от одного состояния макроэкономического равновесия к другому. Особое место в экономическом цикле занимает кризис.

Экономические кризисы – временные сокращения производства, нерегулярно, иногда более или менее регулярно повторяющийся процесс, который возникает в рыночной экономике в результате спонтанного и анархического воспроизводства.

К нерегулярным кризисам относятся: промежуточный, частичный, отраслевой и структурный кризис [2; 3].

Промежуточный кризис отличается от общего тем, что не даёт начала новому циклу, а прерывает на некоторое время течение фазы подъёма или оживления. Он менее глубок, менее продолжителен, чем общий кризис, и носит обычно локальный характер. Чем сильнее промежуточный кризис, тем слабее последующий циклический. Такого рода кризисы в истории Грузии были, например, в 1924 и 1927 гг.; к ним относятся также кризисы 1953–1954 гг. и 1960–1961 гг. Однако, эти кризисы, более или менее скрывались в нашей реальности.

Частичный кризис, в отличие от промежуточного, охватывает не всю экономику, а какую-либо сферу экономической деятельности. Например, он может охватить сферу денежного обращения и кредита, поскольку денежный рынок сам может испытывать кризисное состояние, во время которого непосредственные расстройства в области промышленности играют лишь подчинённую роль, или не играют вообще никакой роли (например, банковский кризис в Германии в 1932 г.).

Отраслевой кризис охватывает одну из отраслей промышленности, транспорта, сельского хозяйства и т. п. и может разразиться в любой фазе цикла. Он вызывается самыми разнообразными причинами:

структурными сдвигами, диспропорциональностью развития, отраслевым перепроизводством. В качестве примеров можно привести кризис мирового судоходства в 1958–1962 гг., кризис в текстильной промышленности в 1977 г. и т. д.

Структурный кризис является прямым следствием диспропорциональности развития капиталистического производства. Однобокое и уродливое развитие одних отраслей в ущерб другим, отсутствие планирования в общегосударственных масштабах приводят к экономическим потрясениям иногда более серьезным и долговременным, чем циклические кризисы перепроизводства. Примерами структурных кризисов могут служить энергетический, сырьевой и продовольственный кризисы, поразившие экономику в 70-х гг. XX века.

Кризис перепроизводства Грузии в 1960–1970 годах характерен в том, что производство товаров превышало спрос. Причиной этого были административно-бюрократические методы управления и ограниченные интересы пользователей.

Несмотря на то, что кризис сопроводительный процесс экономики, он обуславливает восстановление экономики и инновации, создание новых рабочих мест, свободной конкуренции и управление новыми методами позитивных процессов. Он выполняет следующие функции:

1. резкого ослабления и устранения (либо качественного преобразования) устаревших элементов господствующей, преобладающей, но уже исчерпавшей свой потенциал системы – разрушительная функция;
2. формирование элементов новой системы будущего – циклосозидательная функция;
3. испытание на прочность тех элементов системы (обычно это одновременно сохраняющиеся элементы надсистемы и суперсистемы), которые аккумулируются, накапливаются, переходят в будущее (иногда частично модифицируясь);

В современной рыночной экономике Грузии важное место занимают циклические экономические кризисы, которые периодически возникают и действуют, как в начальной, так и в стадии активизации и роста депрессии. Циклический или общий кризис проявляется во всех областях и охватывает все сферы воспроизводства. Он длинный и глубокий. Такие показатели как реальные темпы роста ВВП, уровень безработицы и инфляции, количество инвестиций и дохода от процентов, доверия к финансовой и банковской системе, социальное обеспечение населения и т. д. определяют уровень текущего кризиса (таблица 1).

Таблица 1.

Основные макроэкономические показатели экономики Грузии

Показатели	2013	2014	2015	2016
Темпы роста ВВП (%)	3.4	4.6	2.9	2.7
Уровень безработицы (%)	14.6	12.4	12.0	12.0
Уровень инфляции (%)	2.5	2.0	5.0	3.0
Прямые иностранные инвестиции (млн.\$ США)	941.9	1758.4	1564.5	1645.4

Источник: <http://www.geostat.ge>.

Как видно из таблицы экономика Грузии находится в рецессии. Несмотря на рост иностранных инвестиций темпы роста ВВП снизились, так как государство ориентировано на реализацию социальных программ.

В современных условиях Грузия испытывает не только экономический, но и политический, демографический, социальный, валютный кризис.

Грузия представлена на мировом рынке, как страна-импортёр. По данным 2016 года импорт в 4,4 раз выше, чем экспорт. Значительная часть экспорта занимает сырье. Рост уровня безработицы приводит к увеличению миграции [4].

В нынешних условиях важная задача Грузии преодолеть проблемы, вызванные экономическим кризисом. Поэтому необходимо разработать такую стратегию, которая обеспечит долгосрочное устойчивое развитие страны.

В настоящее время основным направлением преодоления кризиса, мы считаем:

1. Преимущественное привлечение местных инвесторов которое помешает неизбежным последствиям иностранных инвестиций (Неконтролируемый приток иностранного капитала приведет к слиянию стран-доноров, продавая национальное богатство, потерям экономической независимости).

2. Возрождение и развитие сельского хозяйства. В Грузии по инициативе правительства осуществляется государственная программа «Производи в Грузии», целью которой является продвижение экспортного потенциала и увеличение предпринимательства.

3. Восстановление производственного сектора (промышленность, строительство, транспорт) в связи с развитием малого и среднего бизнеса.

4. Грузия имеет соответствующие ресурсы и возможности развития различных видов туризма и туристической индустрии.

5. Эффективное использование фискальной политики в целях макроэкономической стабильности и поддержки.

6. Достижение политической стабилизации.

Список литературы:

1. Габададзе И., Гогисванидзе В., Мамулашвили Л. Типология кризисного состояния предприятия и роль менеджера в его преодолении // Новация. Кутаиси. 2013. № 12. С.180–184.
2. Экономическая теория / под ред. Видяпина В.И, Добрынина А.И и др. <http://www.alleng.ru/d/econ/econ071.htm>.
3. Экономические кризисы, их причины и формы – [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://work-way.com/.../ekonomicheskie-krizisy-ix-prichiny-i-formy> (Дата обращения 20.05.2017).
4. GDP and Other Indicators of National Accounts – [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.geostat.ge/?action=page&p_id=124&lang=geo (Дата обращения 20.05.2017).

**НАУЧНЫЙ ФОРУМ:
ЭКОНОМИКА И МЕНЕДЖМЕНТ**

*Сборник статей по материалам VII международной заочной
научно-практической конференции*

№ 5 (7)
Июнь 2017 г.

В авторской редакции

Подписано в печать 26.06.17. Формат бумаги 60x84/16.
Бумага офсет №1. Гарнитура Times. Печать цифровая.
Усл. печ. л. 10,25. Тираж 550 экз.

Издательство «МЦНО»
127106, г. Москва, Гостиничный проезд, д. 6, корп. 2, офис 213
E-mail: economy@nauchforum.ru

Отпечатано в полном соответствии с качеством предоставленного
оригинал-макета в типографии «Allprint»
630004, г. Новосибирск, Вокзальная магистраль, 3



**НАУЧНЫЙ
ФОРУМ**
nauchforum.ru