

**МЕЖДУНАРОДНЫЙ ЦЕНТР НАУЧНОГО СОТРУДНИЧЕСТВА
«НАУКА И ПРОСВЕЩЕНИЕ»**



НАУКА и ПРОСВЕЩЕНИЕ
МЕЖДУНАРОДНЫЙ ЦЕНТР НАУЧНОГО СОТРУДНИЧЕСТВА

ФУНДАМЕНТАЛЬНЫЕ И ПРИКЛАДНЫЕ НАУЧНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ:

АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ, ДОСТИЖЕНИЯ И ИННОВАЦИИ

**СБОРНИК СТАТЕЙ XI МЕЖДУНАРОДНОЙ НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКОЙ КОНФЕРЕНЦИИ,
СОСТОЯВШЕЙСЯ 15 АПРЕЛЯ 2018 Г. В Г. ПЕНЗА**

ЧАСТЬ 2

**ПЕНЗА
МЦНС «НАУКА И ПРОСВЕЩЕНИЕ»
2018**

УДК 001.1
ББК 60
Ф94

Ответственный редактор:
Гуляев Герман Юрьевич, кандидат экономических наук

Ф94

Фундаментальные и прикладные научные исследования: актуальные вопросы, достижения и инновации: сборник статей XI Международной научно-практической конференции. В 3 ч. Ч. 2 – Пенза: МЦНС «Наука и Просвещение». – 2018. – 298 с.

ISBN 978-5-907068-22-3 Ч. 2

ISBN 978-5-907068-20-9

Настоящий сборник составлен по материалам XI Международной научно-практической конференции «**Фундаментальные и прикладные научные исследования: актуальные вопросы, достижения и инновации**», состоявшейся 15 апреля 2018 г. в г. Пенза. В сборнике научных трудов рассматриваются современные проблемы науки и практики применения результатов научных исследований.

Сборник предназначен для научных работников, преподавателей, аспирантов, магистрантов, студентов с целью использования в научной работе и учебной деятельности.

Ответственность за аутентичность и точность цитат, имен, названий и иных сведений, а также за соблюдение законодательства об интеллектуальной собственности несут авторы публикуемых материалов.

Полные тексты статей в открытом доступе размещены в Научной электронной библиотеке **Elibrary.ru** в соответствии с Договором №1096-04/2016К от 26.04.2016 г.

УДК 001.1
ББК 60

© МЦНС «Наука и Просвещение» (ИП Гуляев Г.Ю.), 2018
© Коллектив авторов, 2018

ISBN 978-5-907068-22-3 Ч. 2

ISBN 978-5-907068-20-9

СОДЕРЖАНИЕ

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ	12
ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИТ В ИНФОРМАЦИОННОМ СОПРОВОЖДЕНИИ СЕМЕЙ, НАХОДЯЩИХСЯ В ГРУППЕ РИСКА ПО БЕСПЛОДИЮ ФИРСОВА ДАРЬЯ ЕВГЕНЬЕВНА	13
СТАТИСТИЧЕСКИЕ ДАННЫЕ МИНИСТЕРСТВА ЗДРАВООХРАНЕНИЯ РЕСПУБЛИКИ ТЫВА АНАЙ-ООЛ ЛЮБОВЬ САРЫГ-КИДИСОВНА, САНДИНА МАРИЯ АНДРЕЕВНА.....	17
МЕЖДУНАРОДНОЕ СОВМЕСТНОЕ КИНОПРОИЗВОДСТВО И ЕГО РАЗВИТИЕ НА РЫНКЕ КИНОИНДУСТРИИ КУДРЯШОВ В.С., ГРЯЗНОВ А.О., ДИБИРАСУЛАЕВА Ш.З.....	21
СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ КАЧЕСТВА И УРОВНЯ ЖИЗНИ НАСЕЛЕНИЯ В МО Г. КРАСНОДАР ДЕЙНЕКИНА ВИКТОРИЯ МИХАЙЛОВНА.....	25
РЫНОК ИПОТЕЧНОГО ЖИЛИЩНОГО КРЕДИТОВАНИЯ В ПЕРИОД СТОГНАЦИИ ЭКОНОМИКИ СТОЛБОВСКАЯ НАДЕЖДА НИКОЛАЕВНА, РОТАРУ ЮЛИЯ АНАТОЛЬЕВНА	28
СЕЛЬСКОЕ ХОЗЯЙСТВО ДАГЕСТАНА В УСЛОВИЯХ ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЯ АЗИКАЕВА ЗАЛИНА АБДУРАХМАНОВНА	33
ИННОВАЦИОННАЯ ЭКОНОМИКА И ЕЕ ОСНОВНЫЕ ПРИЗНАКИ РОМАНОВА ИРИНА БОРИСОВНА, ГРИЩЕНКО АНАСТАСИЯ ЮРЬЕВНА.....	36
СОХРАНЕНИЕ НЕФТЯНЫХ РЕСУРСОВ СТРАНЫ БУШКИНА АНАСТАСИЯ ВЛАДИМИРОВНА, МАСЛОВ КИРИЛЛ РОМАНОВИЧ, ОРЛОВ МАКСИМ АЛЕКСАНДРОВИЧ, СТАРОВА ОЛЬГА ВАЛЕРЬЕВНА.....	39
АВТОМАТИЗАЦИЯ ПОДПРОЦЕССОВ МЕНЕДЖМЕНТА ПЕРСОНАЛА ЛЕМАНОВ ВЛАДИСЛАВ ВАЛЕРИЕВИЧ.....	42
СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ПРАКТИЧЕСКАЯ РЕАЛИЗАЦИЯ МЕТОДА УТИЛИЗАЦИИ ИЗБЫТОЧНОГО ДАВЛЕНИЯ ПРИРОДНОГО ГАЗА ПОДЛЕПЕЦКАЯ АННА ВЛАДИМИРОВНА	46
КОРПОРАТИВНАЯ СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ КАК ФАКТОР КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ КОМПАНИИ МАСКАКОВА АНАСТАСИЯ ВЯЧЕСЛАВОВНА	51
СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СИСТЕМЫ ОБУЧЕНИЯ ПЕРСОНАЛА ОРГАНИЗАЦИИ КОЛЕДЁНКОВА КСЕНИЯ АНАТОЛЬЕВНА	55
АНАЛИЗ ФИНАНСОВО-ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ МОНГУШ ОЛЬГА НИКОЛАЕВНА, НАТПИТ-ООЛ АЛДЫНАЙ ВЛАДИМИРОВНА.....	58

ЦЕНОВАЯ ПОЛИТИКА ПРЕДПРИЯТИЯ: ОСНОВНЫЕ ВИДЫ И ФОРМИРОВАНИЕ МОНГУШ ОЛЬГА НИКОЛАЕВНА, САЛЧАК НАЧЫН АЛЕКСЕЕВИЧ.....	62
АНАЛИЗ УЧАСТНИКОВ МИРОВЫХ РЫНКОВ ШИННОЙ ПРОДУКЦИИ ВАСИЛЬЕВА ЕЛЕНА ВИКТОРОВНА, ХИСМАТУЛЛИНА АЛСУ МИДХАТОВНА	65
ДЕЙСТВУЮЩИЕ ПОДХОДЫ К НАЛОГОВОМУ ПЛАНИРОВАНИЮ В ОРГАНИЗАЦИИ ПОТОКИН КОНСТАНТИН СЕРГЕЕВИЧ	68
СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ ОПЕРАТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВОМ И ПУТИ ИХ РЕШЕНИЯ ПЕРЕЛЫГИНА А.А, БУРКОВА Т.А., АРТАМЕНТОВА О.А.....	71
АНАЛИЗ ИПОТЕЧНОГО КРЕДИТОВАНИЯ (НА ПРИМЕРЕ ПАО «СБЕРБАНК» РЕСПУБЛИКИ ТЫВА) СЕВЕК РУСЛАНА МОНГУШОВНА, БЕЛЕК ЭДУАРД ЛЕОНИДОВИЧ, КЫЗЫЛ-ООЛ ХОРАГАЙ СОЛУН-ООЛОВНА	74
ОСНОВНЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ РАЗВИТИЯ МЕЖДУНАРОДНОЙ ТОРГОВЛИ ЛАВИНА НАДЕЖДА ЮРЬЕВНА.....	78
НАПРАВЛЕНИЯ ЭКСПОРТНОЙ ПОЛИТИКИ ШИННОЙ ОТРАСЛИ РЕСПУБЛИКИ ТАТАРСТАН ВАСИЛЬЕВА ЕЛЕНА ВИКТОРОВНА, ХИСМАТУЛЛИНА АЛСУ МИДХАТОВНА	82
АНАЛИЗ РИСКОВ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫХ ТОВАРОПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ НАНИЗ ЗАРЕМА ВЯЧЕСЛАВОВНА, ШОЛЬ ВЛАДИМИР ВЛАДИМИРОВИЧ.....	85
СОВРЕМЕННЫЕ МЕТОДЫ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ ЗАЙЦЕВ МИХАИЛ ЮРЬЕВИЧ.....	89
ФОРМИРОВАНИЕ КАДРОВОГО ПОТЕНЦИАЛА МУНИЦИПАЛЬНОЙ СЛУЖБЫ ВАХОВСКАЯ ВИКТОРИЯ ОЛЕГОВНА.....	92
THE ROLE OF ENVIRONMENTAL FACTORS IN CREATING AN INNOVATIVE VENTURE ZHOLZHANOVA NURBANU, ADIL MERUYERT ABAIKYZY	96
ПРО РОССИЙСКИХ КОМПАНИЙ НА МЕЖДУНАРОДНЫХ ФОНДОВЫХ БИРЖАХ: СЛОЖИВШИЙСЯ ОПЫТ И ПЕРСПЕКТИВЫ АДЖИЕВА АННА ЮРЬЕВНА, АРУСТАМЯН ГАЯНЭ МАИСОВНА	99
АНАЛИЗ ФИНАНСОВОЙ УСТОЙЧИВОСТИ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ МАСЛОВА ЮЛИЯ АЛЕКСЕЕВНА, САПРУНОВА ЕЛЕНА АНАТОЛЬЕВНА	102
ФАКТОРЫ И УСЛОВИЯ ВНЕДРЕНИЯ ИННОВАЦИОННЫХ КАДРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В РОССИЙСКИХ КОМПАНИЯХ НЕСТЕРЕНКО Н.А.	106

О ТЕНДЕНЦИЯХ РАЗВИТИЯ КАДРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ПРИМЕНЯЕМЫХ В ТАМОЖЕННЫХ ОРГАНАХ ДОРОЖКИНА ТАТЬЯНА ВИКТОРОВНА, ОКУЛИЧ МАРИНА ЕВГЕНЬЕВНА	114
АНАЛИЗ МЕТОДОЛОГИЧЕСКОГО ИНСТРУМЕНТАРИЯ ОЦЕНКИ ПЕРСОНАЛА В ТАМОЖЕННЫХ ОРГАНАХ ДОРОЖКИНА ТАТЬЯНА ВИКТОРОВНА, ОКУЛИЧ МАРИНА ЕВГЕНЬЕВНА,	117
СИСТЕМА МОТИВАЦИИ СОТРУДНИКОВ И ПРОЕКТНЫХ МЕНЕДЖЕРОВ КРУПНЫХ КОРПОРАЦИЙ КАРПОВ АРТЕМ ВАЛЕРЬЕВИЧ	121
РОЛЬ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО КАПИТАЛА В ИННОВАЦИОННОЙ ЭКОНОМИКЕ ПЫХТЕЕВ ЮРИЙ НИКОЛАЕВИЧ, ДАВЫДОВА ВИОЛЕТТА ДМИТРИЕВНА, ГОРБЫЛЕВА АННА ИГОРЕВНА.....	124
ВАЛЮТНАЯ ПОЛИТИКА РОССИИ: ДВИЖЕНИЕ К ФИНАНСОВОЙ СТАБИЛЬНОСТИ НА МИРОВОЙ АРЕНЕ БОНДАРЧУК ОЛЬГА ПЕТРОВНА, АРУСТАМЯН ГАЯНЭ МАИСОВНА.....	127
ИНФОРМАЦИОННО-КОММУНИКАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ КОНТАКТ-ЦЕНТРА КАК ИНСТРУМЕНТА ПРОДВИЖЕНИЯ ПРОДУКЦИИ КОММЕРЧЕСКОГО БАНКА ПРИЙМАК ВЕРА АНДРЕЕВНА	130
БИТКОИНЫ: НОВЫЕ ДЕНЬГИ ИЛИ НЕТ, РАССМОТРЕНИЕ С ТОЧКИ ЗРЕНИЯ ВЫПОЛНЯЕМЫХ ИМИ ФУНКЦИЙ ООРЖАК СЕВИЛБАА ДЕМЧИКОВНА.....	134
ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ МАЛОГО И СРЕДНЕГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В АРКТИЧЕСКОЙ ЗОНЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ ЧЕВЫКАЛОВ СЕРГЕЙ ВЛАДИМИРОВИЧ.....	137
ОРГАНИЗАЦИЯ КОМПЛЕКСА МАРКЕТИНГА В ОРГАНИЗАЦИИ ЛЕОНТЬЕВА ЛИЛИЯ АЛЕКСЕЕВНА.....	142
БЮДЖЕТИРОВАНИЕ НА КОММЕРЧЕСКОМ ПРЕДПРИЯТИИ СЕВЕК РУСЛАНА МОНГУШЕВНА, КРИВОРУЧКО ВАЛЕРИЯ АНАТОЛЬЕВНА, САРЫГЛАР АЙ-СУУ РАДИКОВНА	145
ПОКАЗАТЕЛИ ДЕЛОВОЙ АКТИВНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ И МОДЕЛИ ЕЕ ОЦЕНКИ КРАСНОВА ЕЛЕНА АЛЕКСЕЕВНА, ТЕРЯЕВА ЛЮДМИЛА ВЛАДИМИРОВНА	149
КОРРЕКТИРОВКИ ПРИБЫЛИ ПРИ ПОСТРОЕНИИ ОТЧЕТА О ДВИЖЕНИИ ДЕНЕЖНЫХ СРЕДСТВ КОСВЕННЫМ МЕТОДОМ ДОЛГАШЕВА ЛЮДМИЛА ПЕТРОВНА	153
4С КАК АЛЬТЕРНАТИВА ТРАДИЦИОННОМУ КОМПЛЕКСУ МАРКЕТИНГА КИРИЕНКО КРИСТИНА ОЛЕГОВНА, ВОЛОВСКАЯ НИНА МИХАЙЛОВНА	157

ФОРМИРОВАНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ ЛОЯЛЬНОСТИ К ТОВАРАМ МЕСТНЫХ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ БАЛАШОВА ЕЛЕНА АЛЕКСАНДРОВНА	161
АДАПТАЦИЯ ПЕРСОНАЛА В ПЕРИОД ОРГАНИЗАЦИОННЫХ ИЗМЕНЕНИЙ В УЧРЕЖДЕНИЯХ СОЦИАЛЬНОЙ СФЕРЫ: МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ МИНАЕВА ОЛЬГА НИКОЛАЕВНА	166
ФИНАНСОВОЕ СТРАТЕГИЧЕСКОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ В СИСТЕМЕ УПРАВЛЕНИЯ КОМПАНИЕЙ И КРИТЕРИИ ЕГО ЭФФЕКТИВНОСТИ СЛАЩЁВ АРТУР СЕРГЕЕВИЧ	169
ФИНАНСОВЫЕ МАРКЕТПЛЕСЫ КАК НОВАЯ МОДЕЛЬ БАНКОВСКОГО БИЗНЕСА ШУКОВА КАРИНА ХАСАНОВНА, ЧЕМБЕЕВА ФАТИМА ДАВЛЕТГЕРИЕВНА	172
АНАЛИЗ РЕЙТИНГОВ ИННОВАЦИОННОЙ АКТИВНОСТИ РЕГИОНОВ И МЕСТО В НИХ РЕСПУБЛИКИ ТАТАРСТАН ЛЮБОВА ОЛЬГА ВИТАЛЬЕВНА.....	175
ОСНОВНЫЕ МЕТОДИКИ ПОВЫШЕНИЯ КАЧЕСТВА И МОТИВАЦИИ ПЕРСОНАЛА ЯКУПОВ М. М., ТРУТНЕВА А. А.	178
РАЗВИТИЕ И УКРЕПЛЕНИЕ КАДРОВОГО ПОТЕНЦИАЛА ОРГАНИЗАЦИИ ГАЛИМОВА АЙГУЛЬ ШАРИФОВНА, БИКБАЕВА ФАЙРУЗА ФАИЗОВНА.....	183
РОЛЬ ФИНАНСОВОГО АНАЛИЗА В ОЦЕНКЕ ФИНАНСОВОГО СОСТОЯНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ ЗАЯЦ Т.И., БОРИСОВА М.И., МОРОЗ Р.В.	186
НЕКОТОРЫЕ АСПЕКТЫ РАЗВИТИЯ ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА В УСЛОВИЯХ НЕСТАБИЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ МАТОВОСА ОКСАНА АЛЕКСАНДРОВНА	192
КОНТРОЛЛИНГ ЗАТРАТ НА НИОКР НА СОВРЕМЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ ШАВАЛЕЕВА КАРИНА РАМИЛЬЕВНА	197
ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ РАЗВИТИЯ МЕТОДОЛОГИИ КЛАСТЕРНОГО ПОДХОДА В ЭКОНОМИКЕ КУДРЯШОВ ВАДИМ СЕРГЕЕВИЧ	200
ЭКОНОМИЧЕСКОЕ СОДЕРЖАНИЕ НАЛОГОВЫХ ЛЬГОТ БУЛАТОВА ЮЛИЯ ИЛЬДАРОВНА,	203
НЕЙРОННЫЕ СЕТИ КАК ИНСТРУМЕНТ ОЦЕНКИ ФИНАНСОВОГО ПОЛОЖЕНИЯ УЧАСТНИКОВ ТЕНДЕРОВ САМАРИН АЛЕКСЕЙ МИХАЙЛОВИЧ, МЕЛЬНИЧУК ВИКТОР АЛЕКСАНДРОВИЧ.....	207
РАЗВИТИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОГО ПАРТНЕРСТВА РОССИИ И ИНДИИ С ОБРАЗОВАНИЕМ БЛОКА БРИКС ЕВСТИГНЕЕВ СЕРГЕЙ СЕРГЕЕВИЧ	210

УПРАВЛЕНИЕ ПОВЕДЕНИЕМ ПЕРСОНАЛА В ОРГАНИЗАЦИИ (НА ПРИМЕРЕ АО «АЭРОПОРТ ЯКУТСК») ХАРИТОНОВА МАРИЯ АЛЕКСАНДРОВНА,.....	213
ПРОБЛЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОНСОЛИДИРОВАННОГО ОТЧЕТА О ФИНАНСОВОМ ПОЛОЖЕНИИ КЫЧАКОВА ЕЛЕНА ВИКТОРОВНА.....	216
БЕЛГОРОДСКАЯ ОБЛАСТЬ КАК ТЕРРИТОРИЯ ДЛЯ РАЗВИТИЯ ИННОВАЦИОННОЙ ЭКОНОМИКИ АНДРЕЕВА ОЛЬГА НИКОЛАЕВНА, КОННОВА АННА ВЛАДИМИРОВНА	219
ОСОБЕННОСТИ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ ПРИ ПРОЕКТНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ МЕРГЕМБАЙ АДиль КАНАТУЛЫ	223
ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ АДМИНИСТРАЦИИ ПРЕДГОРНОГО РАЙОНА ХУТОВА ЭЛИНА РУСТАМОВНА, ОГАНЯН МАРИНА АРТУРОВНА	226
СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МЕХАНИЗМОВ УПРАВЛЕНИЯ ИНВЕСТИЦИОННЫМ ПОТЕНЦИАЛОМ РЕГИОНОВ РОССИИ ПЛАХИН АНДРЕЙ ЕВГЕНЬЕВИЧ, СЕЛЕЗНЕВА МАРИЯ ВИКТОРОВНА	230
МЕТОДЫ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ В ОТЕЧЕСТВЕННОЙ И ЗАРУБЕЖНОЙ НАУКЕ КРАСАВИНА ЕКАТЕРИНА ВАЛЕРЬЕВНА, ДЕМИДОВ ИГОРЬ ВЛАДИМИРОВИЧ, ПУСТОЗЕРОВ АЛЕКСАНДР ИВАНОВИЧ	234
СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ РЫНКА СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОЙ ПРОДУКЦИИ В РЕСПУБЛИКЕ САХА (ЯКУТИЯ) БАИШЕВА АЛЕНА ФЕДОТОВНА.....	237
ИПОТЕЧНЫЙ КРЕДИТ КАК ИНСТРУМЕНТ ПРЕОДОЛЕНИЯ КРИЗИСА НА РЫНКЕ НЕДВИЖИМОСТИ КОРЕВА ОЛЬГА ВЛАДИМИРОВНА, МАРКОВ АРТЕМ ИГОРЕВИЧ	242
ОСАГО: СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РЕФОРМИРОВАНИЯ ЛЮЯ С. А., ПРОКОПЬЕВА Е.Л.	249
РАЗРАБОТКА МЕТОДИКИ ОЦЕНКИ ВЛИЯНИЯ БРЕНДА ДЕСТИНАЦИИ НА ТУРИСТСКИЙ ПОТОК БОРЗОВА ЮЛИЯ АНДРЕЕВНА	253
ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В СИСТЕМЕ УПРАВЛЕНЧЕСКОГО УЧЁТА ОВЧИННИКОВА АРИНА ЛЕОНИДОВНА, МАТУШЕВСКАЯ ЕЛЕНА АНАТОЛЬЕВНА	257
ОБЗОР ПОДХОДОВ МАШИННОГО ОБУЧЕНИЯ РЫБАЛКО МАКСИМ АЛЬБЕРТОВИЧ	260

SWOT - АНАЛИЗ КАК ИНСТРУМЕНТ РАЗРАБОТКИ СТРАТЕГИИ МАЛОГО ПРЕДПРИЯТИЯ ЧЕРЕПАНОВА ТАТЬЯНА ГЕННАДЬЕВНА, МАХИНОВА НАТАЛЬЯ ВИКТОРОВНА	263
ФАКТОРЫ, ОКАЗЫВАЮЩИЕ ВЛИЯНИЕ НА СТРАТЕГИЮ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ КАЛАШНИКОВ РОМАН ВАСИЛЬЕВИЧ	268
ФОРМИРОВАНИЕ СИСТЕМЫ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ СЕРИКОВ ЮРИЙ ВЛАДИМИРОВИЧ	271
СОЦИОЛОГИЧЕСКИЕ НАУКИ	274
YOUTH ORGANIZATIONS IN GREAT BRITAIN ЯКИМОВА А.А., ХАРАПУДЬКО Е.Н.	275
ВЛИЯНИЕ РАДИАЦИИ НА ЗДОРОВЬЕ ЧЕЛОВЕКА КОЗЛОВА ЛИАНА ВЛАДИМИРОВНА	277
ПРОФЕССИЯ КАК ОБЪЕКТ СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ УСОВА ЛЮБОВЬ ВИКТОРОВНА, ЛАДЫЖЕНСКАЯ АНГЕЛИНА ВЛАДИМИРОВНА	279
СОЦИАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ИНВАЛИДОВ РЕСПУБЛИКИ ТЫВА САДИ САЙДАШ САЙЫН-ООЛОВИЧ, САТ АЛИЯ ВИКТОРОВНА, МОНГУШ АЛДЫНАЙ АРТИС-ООЛОВНА, КАРАШПАЙ САЙЛЫК МЕРГЕНОВНА	282
ВЛИЯНИЕ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ НА ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЯ ХАИРОВ АЛЕКСЕЙ СЕРГЕЕВИЧ	286
СОЦИАЛЬНЫЙ КОНТРОЛЬ ПО ОБЕСПЕЧЕНИЮ ИНФОРМАЦИОННОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ГРУЗОВЫХ ПОРТОВ БАЗЕЛЮК НИКИТА ГРИГОРЬЕВИЧ	290
ПОЛИТИЧЕСКИЕ НАУКИ	293
ПРОБЛЕМЫ БЕЖЕНЦЕВ И ВЫНУЖДЕННЫХ ПЕРЕСЕЛЕНЦЕВ: МИРОВАЯ СТАТИСТИКА И РОЛЬ МЕЖДУНАРОДНЫХ ГУМНИТАРНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ ВОЛОХИНА АЛЕКСАНДРА ИГОРЕВНА	294

РЕШЕНИЕ
о проведении
15.04.2018 г.

XI Международной научно-практической конференции
«ФУНДАМЕНТАЛЬНЫЕ И ПРИКЛАДНЫЕ НАУЧНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ:
АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ, ДОСТИЖЕНИЯ И ИННОВАЦИИ»

В соответствии с планом проведения
Международных научно-практических конференций
Международного центра научного сотрудничества «Наука и Просвещение»

1. **Цель конференции** – содействие интеграции российской науки в мировое информационное научное пространство, распространение научных и практических достижений в различных областях науки, поддержка высоких стандартов публикаций, а также апробация результатов научно-практической деятельности

2. **Утвердить состав организационного комитета и редакционной коллегии (для формирования сборника по итогам конкурса) в лице:**

1) **Агаркова Любовь Васильевна** – доктор экономических наук, профессор, профессор кафедры ФГБОУ ВО «Ставропольский государственный аграрный университет»

2) **Ананченко Игорь Викторович** - кандидат технических наук, доцент, доцент кафедры системного анализа и информационных технологий ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный технологический институт (технический университет)»

3) **Антипов Александр Геннадьевич** – доктор филологических наук, профессор, главный научный сотрудник, профессор кафедры литературы и русского языка ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный институт культуры»

4) **Бабанова Юлия Владимировна** – доктор экономических наук, доцент, заведующий кафедрой «Управление инновациями в бизнесе» Высшей школы экономики и управления ФГАОУ ВО «Южно-Уральский государственный университет (национальный исследовательский университет)»

5) **Багамаев Багам Манапович** – доктор ветеринарных наук, профессор кафедры терапии и фармакологии факультета ветеринарной медицины ФГБОУ ВО «Ставропольский Государственный Аграрный университет»

6) **Баженова Ольга Прокопьевна** – доктор биологических наук, профессор, профессор кафедры экологии, природопользования и биологии, ФГБОУ ВО «Омский государственный аграрный университет»

7) **Боярский Леонид Александрович** – доктор физико-математических наук, профессор, профессор кафедры физических методов изучения твердого тела ФГБОУ ВО «Новосибирский национальный исследовательский государственный университет»

8) **Бузни Артемий Николаевич** – доктор экономических наук, профессор, профессор кафедры Менеджмента предпринимательской деятельности ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет», Институт экономики и управления

9) **Буров Александр Эдуардович** – доктор педагогических наук, доцент, заведующий кафедрой «Физическое воспитание», профессор кафедры «Технология спортивной подготовки и прикладной медицины ФГБОУ ВО «Астраханский государственный технический университет»

10) **Васильев Сергей Иванович** - кандидат технических наук, профессор ФГАОУ ВО «Сибирский федеральный университет»

11) **Власова Анна Владимировна** – доктор исторических наук, доцент, заведующей Научно-исследовательским сектором Уральского социально-экономического института (филиал) ОУП ВО «Академия труда и социальных отношений»

12) **Гетманская Елена Валентиновна** – доктор педагогических наук, профессор, доцент кафедры методики преподавания литературы ФГБОУ ВО «Московский педагогический государственный университет»

13) **Грицай Людмила Александровна** – кандидат педагогических наук, доцент кафедры социально-гуманитарных дисциплин Рязанского филиала ФГБОУ ВО «Московский государственный институт культуры»

14) **Давлетшин Рашид Ахметович** – доктор медицинских наук, профессор, заведующий кафедрой госпитальной терапии №2, ФГБОУ ВО «Башкирский государственный медицинский университет»

15) **Иванова Ирина Викторовна** – канд.психол.наук, доцент, доцент кафедры «Социальной адаптации и организации работы с молодежью» ФГБОУ ВО «Калужский государственный университет им. К.Э. Циолковского»

16) **Иглин Алексей Владимирович** – кандидат юридических наук, доцент, заведующий кафедрой теории государства и права Ульяновского филиал Российской академии народного хозяйства и госслужбы при Президенте РФ

17) **Ильин Сергей Юрьевич** – кандидат экономических наук, доцент, доцент, НОУ ВО «Московский технологический институт»

18) **Искандарова Гульнара Рифовна** – доктор филологических наук, доцент, профессор кафедры иностранных и русского языков ФГКОУ ВО «Уфимский юридический институт МВД России»

19) **Казданян Сусанна Шалвовна** – доцент кафедры психологии Ереванского экономико-юридического университета, г. Ереван, Армения

20) **Качалова Людмила Павловна** – доктор педагогических наук, профессор ФГБОУ ВО «Шадринский государственный педагогический университет»

21) **Кожалиева Чинара Бакаевна** – кандидат психологических наук, доцент, доцент института психологи, социологии и социальных отношений ГАОУ ВО «Московский городской педагогический университет»

22) **Колесников Геннадий Николаевич** – доктор технических наук, профессор, заведующий кафедрой ФГБОУ ВО «Петрозаводский государственный университет»

23) **Корнев Вячеслав Вячеславович** – доктор философских наук, доцент, профессор ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный университет телекоммуникаций»

24) **Кремнева Татьяна Леонидовна** – доктор педагогических наук, профессор, профессор ГАОУ ВО «Московский городской педагогический университет»

25) **Крылова Мария Николаевна** – кандидат филологических наук, профессор кафедры гуманитарных дисциплин и иностранных языков Азово-Черноморского инженерного института ФГБОУ ВО Донской ГАУ в г. Зернограде

26) **Кунц Елена Владимировна** – доктор юридических наук, профессор, зав. кафедрой уголовного права и криминологии ФГБОУ ВО «Челябинский государственный университет»

27) **Курленя Михаил Владимирович** – доктор технических наук, профессор, главный научный сотрудник ФГБУН Институт горного дела им. Н.А. Чинакала Сибирского отделения Российской академии наук (ИГД СО РАН)

28) **Малкоч Виталий Анатольевич** – доктор искусствоведческих наук, Ведущий научный сотрудник, Академия Наук Республики Молдова

29) **Малова Ирина Викторовна** – кандидат экономических наук, доцент кафедры коммерции, технологии и прикладной информатики ФГБОУ ВО «РЭУ им. Г. В. Плеханова»

30) **Месеняшина Людмила Александровна** – доктор педагогических наук, профессор, профессор кафедры русского языка и литературы ФГБОУ ВО «Челябинский государственный университет»

31) **Некрасов Станислав Николаевич** – доктор философских наук, профессор, профессор кафедры философии, главный научный сотрудник ФГБОУ ВО «Уральский государственный аграрный университет»

32) **Непомнящий Олег Владимирович** – кандидат технических наук, доцент, профессор, рук. НУЛ МПС ИКИТ, ФГАОУ ВО «Сибирский федеральный университет»

33) **Оробец Владимир Александрович** – доктор ветеринарных наук, профессор, зав. кафедрой терапии и фармакологии ФГБОУ ВО «Ставропольский государственный аграрный университет»

34) **Попова Ирина Витальевна** – доктор экономических наук, доцент ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского»

35) **Пырков Вячеслав Евгеньевич** – кандидат педагогических наук, доцент кафедры теории и методики математического образования ФГАОУ ВО «Южный федеральный университет»

36) **Рукавишников Виктор Степанович** – доктор медицинских наук, профессор, член-корр. РАН, директор ФГБНУ ВСИМЭИ, зав. кафедрой «Общей гигиены» ФГБОУ ВО «Иркутский государственный медицинский университет»

37) **Семенова Лидия Эдуардовна** – доктор психологических наук, доцент, профессор кафедры классической и практической психологии Нижегородского государственного педагогического университета имени Козьмы Минина (Мининский университет)

38) **Удут Владимир Васильевич** – доктор медицинских наук, профессор, член-корреспондент РАН, заместитель директора по научной и лечебной работе, заведующий лабораторией физиологии, молекулярной и клинической фармакологии НИИФиРМ им. Е.Д. Гольдберга Томского НИМЦ.

39) **Фионова Людмила Римовна** – доктор технических наук, профессор, декан факультета вычислительной техники ФГБОУ ВО «Пензенский государственный университет»

40) **Чистов Владимир Владимирович** – кандидат психологических наук, доцент кафедры теоретической и практической психологии Казахского государственного женского педагогического университета (Республика Казахстан. г. Алматы)

41) **Швец Ирина Михайловна** – доктор педагогических наук, профессор, профессор каф. Биофизики Института биологии и биомедицины ФГБОУ ВО «Нижегородский государственный университет»

42) **Юрова Ксения Игоревна** – кандидат исторических наук, декан факультета экономики и права ОЧУ ВО "Московский инновационный университет"

3. Утвердить состав секретариата в лице:

- 1) Бычков Артём Александрович
- 2) Гуляева Светлана Юрьевна
- 3) Ибраев Альберт Артурович

Директор
МЦНС «Наука и Просвещение»
к.э.н. Гуляев Г.Ю.



ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ

УДК 004

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИТ В ИНФОРМАЦИОННОМ СОПРОВОЖДЕНИИ СЕМЕЙ, НАХОДЯЩИХСЯ В ГРУППЕ РИСКА ПО БЕСПЛОДИЮ

ФИРSOVA ДАРЬЯ ЕВГЕНЬЕВНА

магистрант Высшей Школы Информационных Технологий и Автоматизированных Систем,
Северный (Арктический) федеральный университет имени М. В. Ломоносова

Научный руководитель: Бирюкова Лариса Михайловна
доцент

Аннотация: в статье описано использование мультимедийных технологий для обеспечения информированности пациенток, находящихся в группе риска по бесплодию, произведен анализ, обратившихся семей за профессиональной помощью в клиники репродуктологии в России и за её пределами.

Ключевые слова: экстракорпоральное оплодотворение, проблема бесплодия, визуализация медицинской информации, просвещение пациентов.

THE USE OF IT IN INFORMATION SUPPORT FOR FAMILIES AT RISK FOR INFERTILITY

Firsova Daria Evgenievna

Abstract: the article describes the use of multimedia technologies for providing information to patients at risk for infertility, the analysis seeking families for professional help in a clinic of human reproduction in Russia and abroad.

Key words: in vitro fertilization, infertility problem, visualization of medical information, patient education.

Бесплодие, которое обусловлено различными нарушениями, является единственной причиной обращения женщин в клинику по поводу экстракорпорального оплодотворения (ЭКО). В настоящее время вопрос бесплодия у пар встречается чаще, т.к. многие женщины, находясь в более раннем возрасте, не грамотно относятся к своему репродуктивному здоровью. Это показывает их анамнез, в котором встречаются многочисленные аборты, различные перенесенные инфекционные болезни, беспорядочные половые связи.

Данная проблема актуальна не только в России, но и во всём мире. Анализ литературы показал, что проблемы бесплодия актуальны по всему миру. Рассмотрена статистика, приведенная следующими авторами: Mascarenhas M., Flaxman S., Boerma T., Vanderpoel S., Stevens G (Источник: Mascarenhas MN, Flaxman SR, Boerma T, Vanderpoel S, Stevens GA (2012) National, Regional, and Global Trends in Infertility Prevalence Since 1990: A Systematic Analysis of 277 Health Surveys.) (табл. 1). Исследователи отмечают, распространённость первичного и вторичного бесплодия у женщин, возраст которых составляет 20 – 44 года, имеющих постоянного партнёра и не применяющих контрацепцию в течение 5 лет, а так же желающих родить ребёнка. Оценка первичного и вторичного бесплодия составлена на примере таких развитых стран, как Канада, США, Западная Европа, Япония, Южная Корея, Сингапур и Бруней, а так же Африка к югу от Сахары, Северная Африка и Ближний Восток, Азия [1].

Таблица 1

Процентная оценка первичного и вторичного бесплодия на примере всего мира

	Первичное бесплодие			Вторичное бесплодие		
	Оценка,	Доверительный интервал		Оценка,	Доверительный интервал	
		Нижний,	Верхний,		Нижний,	Верхний,
Мир в целом	1,90	1,70	2,20	10,50	9,50	11,70
Развитые страны	1,90	1,30	2,60	7,20	5,00	10,20
Южная Азия	2,30	1,90	2,70	12,20	10,10	14,50
Восточная Азия и Тихий океан	1,60	1,30	2,00	10,90	9,10	13,00
Восточная и Центральная Европа и Центральная Азия	2,30	1,60	3,40	18,00	13,80	24,10
Африка к югу от Сахары	1,90	1,80	2,10	11,60	10,60	12,60
Северная Африка и Ближний Восток	2,60	2,20	3,10	7,20	5,90	8,60

Если рассматривать проблему бесплодия в России, то медработники начинают бить тревогу, т.к. в стране уровень пар репродуктивного возраста, страдающих бесплодием, на 2% превысил 15-процентный уровень. Данные показатели по критериям ВОЗ (Всемирная организация здравоохранения) являются угрозой безопасной страны. Руководитель Научного центра акушерства, гинекологии и перинатологии РАМН, главный акушер-гинеколог России, вице-президент РАМН, академик Владимир Кулаков в интервью «Российской газете» обозначил то, что на данный момент в России проживает 78 млн женского населения. Из них репродуктивного возраста (от 15 до 49 лет) — 39,1 млн, среди которых бесплодных, по самым суровым подсчётам около 6 млн. Проживает в стране ещё 4 млн бесплодных мужчин, то есть 15% семейных пар страдают бесплодием. Это критический уровень, т.к. в России рождаемость 10,3 на 1000 населения, а смертность 16 на ту же тысячу. [2].

Решением данного вопроса для многих пар сегодня медицина предлагает экстракорпоральное оплодотворение (ЭКО). Экстракорпоральное оплодотворение — сравнительно молодой метод лечения пар, которые не могут иметь детей (бесплодие). Первое применение было в Англии в 1978 году.

В России первый ребенок, который родился в 1986 году по программе ЭКО — это была девочка Лена. В конце 2010 года В.В. Путин поручил выделить 1,5 миллиарда рублей из федерального бюджета для обеспечения 10 000 пар возможностью использования процедуры ЭКО в рамках программы обязательного медицинского страхования (ОМС). С 2014 года экстракорпоральное оплодотворение включено в программу ОМС [3].

По данным всемирных клиник — Россия, Испания, Израиль, Германия, Южная Корея и другие страны, которые занимаются ведением бесплодных пар, проблема актуальна и количество обратившихся пациентов возрастает с каждым годом.

В стране существуют достаточное количество центров репродуктологии. К одним из самых известных клиник относятся:

- г.Москва: клиника «Альтравита», клиника «Центр ЭКО», Клиника «Мать и дитя», Клиника «Мама»;
- г. Санкт-Петербург: Российско-финский центр «АВА-Петер», международный центр репродуктивной медицины;
- г. Краснодар: клиника репродукции «Эмбрио», кубанский медицинский центр;
- г. Екатеринбург: центр ЭКО «Партус», центр семейной медицины.

В городе Архангельске по данным на март 2018 года свою работу ведут два центра – ООО «ЦЕНТР ЭКО НА ВОСКРЕСЕНСКОЙ» и ООО «Центр ЭКО». Оба центра работают как на коммерческой основе, так по ОМС. В коммерческие программы могут быть включены: программы с использованием донорских ооцитов или спермы, программы с участием суррогатной мамы, различные программы ЭКО и т.д.

На официальном сайте «Территориальный фонд ОМС Архангельской области» в планах заданий комиссий ТПОМС можно отследить количество квот, выделенных центрам за 2016 г., 2017 г. и 2018 г., результаты представлены в табл. 2. [4]. Данных квот не всегда хватает организациям, которые проводят процедуру ЭКО и поэтому на заседаниях фонда они поднимают вопрос о выдаче дополнительных квот. Фонд рассматривает данный вопрос и оглашает свое решение о перераспределении квот.

Таблица 2

Количество, выделенных квот по ОМС

Название центров, осуществляющих ЭКО	2016 г.	2017 г.	2018 г.
ООО «Центр ЭКО»	230 ч.	333 ч.	350 ч.
ООО «ЦЕНТР ЭКО НА ВОСКРЕСЕНСКОЙ»	228 ч.	186 ч.	235 ч.

По данным федеральной сети «Центра ЭКО» в России:

- существует 21 клиника в разных регионах России;
- более 4 000 детей, рожденных за последние 5 лет;
- более 50% результативность;
- 29 репродуктологов и 23 эмбриолога;
- 850 первичных пациентов приходят на консультацию в месяц;
- 8 000 звонков обрабатывает call-центр ежемесячно [5].

Многие пары страдают вопросом бесплодия, но не все знают о методе ЭКО и поэтому не видят выход из сложившейся ситуацией. Они проходят бесконечные лечения, им оказываются многочисленные процедуры. Создание и использование информационной технологии позволит пациентам легче воспринимать процедуру ЭКО и они будут уже заранее до встречи с врачом предварительно понимать о чём пойдет речь.

Перед тем как пациент обращается в центр, он предварительно просматривает информацию по теме ЭКО на различных сайтах, форумах, а так же в социальных сетях, погружаясь в огромное количество информации, которая, как правило, изложена в научном стиле. Находимая информация сложна для понимания, различна на мнения людей, а так же занимает огромное количество времени для поиска и понятия информации.

Для создания информационной среды для пациенток предлагаем визуализировать медицинскую информацию по ЭКО, используя для этого разные инструменты мультимедиа технологий. Мультимедиа технологии – взаимодействие визуальных и аудиоэффектов под управлением интерактивного ПО при использовании современных технических средств, которые объединяют в едино текст, звук, графику, фото, видео в одном цифровом представлении. Выбор данных технологий обусловлен тем, что они обогащают процесс получения информации, позволяют обучение сделать более эффективным, вовлекая в процесс восприятия информации большое количество чувственных компонентов пациента.

Анимационный видеоролик – уникальный продукт, который длится короткое время и включает закадровый текст и специально созданный анимационный видеоряд.

Данный продукт подойдет для решения проблемы информированности пациента, т.к. он содержит несколько направлений задач:

- обучить это значит объяснить как пользоваться. Обучающий ролик широко используется в образовательных целях, т.к. является хорошим средством эффективной подачи информации в легкой и запоминающейся форме;

– презентовать это эффективное средство донести до потенциального клиента/слушателя необходимую информацию. Анимационное видео отлично запоминается и имеет некоторый отклик у аудитории по сравнению с обычной презентацией;

– информировать это значит призвать донести до слушателя какое-либо сообщение.

Рассмотренные задачи осуществляются при помощи таких технологий, как 2D и 3D анимация, видеоскрайбинг (информация визуализируется с помощью различных графических символов и текста), анимированная (кинетическая) типографика (текст, который движется или меняет свою форму во времени), стоп-моушн (видео, которое получено из последовательностей кадров, снятых на фото). На рис. 1 изображен результат анализа по разворачиванию технологий, под решаемые задачи для решения проблемы информированности пар о методе экстракорпорального оплодотворения.

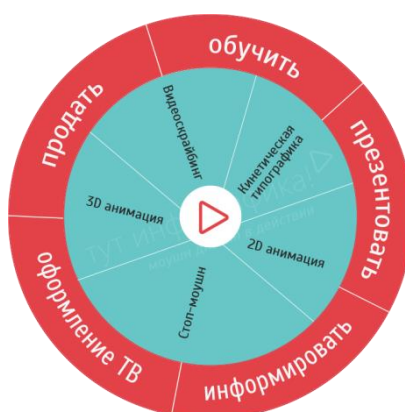


Рис. 1. Иллюстрация технологий, которые могут отражать задачи

К преимуществам возможности использования мультимедийных технологий можно отнести:

- повышенный уровень качества изложения необходимого материала;
- творческий и креативный подход, а так же прямое взаимодействие с рассматриваемой проблемой;
- использование интуитивно понятных методов.

Описанную проблему нужно решать с помощью просвещения пациентов, а для этого необходимо разработать систему, которая состоит в том, что её можно использовать для пациентов, которые наблюдаются в центрах планирования, в центрах ЭКО с проблемой бесплодия.

Список литературы

1. Институт демографии Национального исследовательского университета "Высшая школа экономики". К. э.н. Виктория Сакевич: Сколько в мире бесплодных пар? [Электронный ресурс] // URL: <http://www.demoscope.ru/weekly/2013/0559/reprod01.php> (Дата обращения: 10.02.2018).
2. Экономика и жизнь. В России бесплодие достигло уровня национальной безопасности [Электронный ресурс] // URL: <https://www.eg-online.ru/article/317486/> (Дата обращения: 10.02.2018).
3. Центр ЭКО. Сеть клиник Липецк. ЭКО в России – история и современность. [Электронный ресурс] // URL: <http://www.pro-ivf.ru/besplodie/eko/eko-v-rossii-istoriya-i-sovremennost.html> (Дата обращения: 10.02.2018).
4. Территориальный ФОНД ОМС Архангельской области [Электронный ресурс] // URL: <https://www.arhofoms.ru/oms/TPGG/Forms/DefaultView.aspx> (Дата обращения: 10.02.2018).
5. Центр ЭКО [Электронный ресурс] // URL: <https://www.centereko.ru/> (Дата обращения: 10.02.2018).

©Д.Е.Фирсова, Л.М.Бирюкова, 2018

УДК 330

СТАТИСТИЧЕСКИЕ ДАННЫЕ МИНИСТЕРСТВА ЗДРАВООХРАНЕНИЯ РЕСПУБЛИКИ ТЫВА

АНАЙ-ООЛ ЛЮБОВЬ САРЫГ-КИДИСОВНА

к.э.н., ст.преп.

САНДИНА МАРИЯ АНДРЕЕВНА

Студент

ФГБОУ ВО «Тувинский государственный университет»

Аннотация: Одна из главных конституционных основ в России принадлежит охране здоровья. Конституция РФ, а точнее статья 41 указывает на то, что каждый человек имеет право на медицинскую помощь, а также право на охрану здоровья.

Ключевые слова: заболеваемость населения, здоровье, здравоохранение, медицина.

STATISTICS FROM THE MINISTRY OF HEALTH OF THE REPUBLIC OF TYVA

**Anay-ool Lyubov Saryg- Kidisovna ,
Sandina Mariya Andreevna**

Abstract: one of the main constitutional principles in Russia belongs to the protection of health. The Constitution, specifically, article 41 specifies that everyone has the right to medical assistance and the right to health.

Key words: morbidity, health, healthcare, medicine.

Данные права осуществляются в виде бесплатной медицинской помощи в различных государственных и муниципальных учреждениях, финансированием федеральных программ охраны и укрепления здоровья населения, реализацией мер по развитию государственной муниципальной, частной систем здравоохранения, поощрением деятельности, способствующей развитию физической культуры и спорта, экологическому и санитарно-эпидемиологическому благополучию.

На данный момент, наша Республика Тыва реализовывает проект, под названием "Пути к долголетию", срок реализации составляет 2 года, то есть с 2018 года по 2020 год. Основной задачей проекта является увеличение средней продолжительности жизни до 66 лет в 2020 году.

Для того, чтобы проект был "выигрышным" будут предприняты следующие меры: увеличение численности кызылчан занимающихся физической культурой и спортом, ограничение табакокурения(или снижение количества зависимых), борьба с алкоголизмом. Также данный проект предполагает снижение преднамеренного прерывания беременности, также бережное отношение к своему здоровью, особый упор будет сделан на контроль давления. Здравоохранение Тувы будет бороться за снижение смертности от заболеваний, продление активного возраста, снижение доли граждан, перенесших инсульт. В плане мероприятий предусмотрены также меры по улучшению качества питания.

Медико-демографические показатели здоровья населения

Республика Тыва занимает территорию с площадью 168,6 тыс. кв. км. Республика распределяется на 17 кожуунов (районов) и 5 городов. Из них 2 города - республиканского (Кызыл, Ак-Довурак), 3 города -районного подчинения (Туран, Чадан, Шагонар) и 2 поселка городского типа (Каа-Хем и Хову-

Аксы).

За пять лет можно увидеть увеличение количества городского населения (с учётом миграционного прироста сельских районов Тувы). На 1 кв. км приходится 500 человек - такова плотность населения города. Доля проживающих в частном секторе составляет до 50%. В регионе, на основании данных Тывастат, на 01.01.2016 г. численность составляет 311,8 тысяч человек, но она постоянно увеличивается. Увеличение численности населения происходит в основном за счет естественного прироста.

За анализируемый период на 2,1 процентных пункта возросла доля жителей городской территории при одновременном понижении доли сельчан.

Заболеваемость населения.

Состояние здоровья населения в значительной степени оценивается по показателям заболеваемости населения. Оценка уровня заболеваемости населения в целом, среди отдельных возрастных групп населения с выделением социально-значимой патологии позволяет концентрировать усилия всех уровней власти на принятие целенаправленных решений по улучшению здоровья и их реализацию.

Таблица 1

Распространенность заболеваний в Республике Тыва в динамике за 2008-2009гг.

Территория	Всего заболеваний (на 1000 населения)		Отклонение 2009г. к 2008г., %
	2008г.	2009г.	
Российская Федерация	1560,9		
Республика Тыва	1119,9	1115,3	-0,4
г.Кызыл	1596,7	1681,5	+5,3
г.Ак-Довурак	1031,2	732,2	-28,9
Бай-Тайгинский	673,8	745,6	+10,7
Барун-Хемчикский (село)	901,2	991,1	+9,8
Дзун-Хемчикский	756,9	648,2	-14,4
Каа-Хемский	689,8	565,2	-18,1
Кызылский	802,6	826,2	+2,9
Монгун-Тайгинский	803,2	764,2	-4,9
Овюрский	673,6	631,1	-6,3
Пий-Хемский	1157,3	1243,3	+7,4
Сут-Хольский	603,6	607,5	+0,6
Тандинский	735,8	722,2	-1,8
Тере-Хольский	1652,5	1022,1	-38,1
Тес-Хемский	973,3	656,5	-32,5
Тоджинский	939,2	988,9	+5,3
Улуг-Хемский	982,5	1082,0	+10,1
Чаа-Хольский	1335,2	1074,2	-19,5
Чеди-Хольский	1193,8	1176,5	-1,4
Эрзинский	595,8	481,1	-19,3

В 2016г. в Республике Тыва зарегистрировано 350,1 тыс. случаев заболеваний острыми и хро-

ническими болезнями, из них 54% случаев с впервые в жизни установленным диагнозом. Показатель заболеваемости всего населения составил 1115,3 на 1000 населения, и остался на уровне прошлого года (2016г.-1119,9) (табл. 9).

В сравнении с показателями общей заболеваемости населения по Российской Федерации заболеваемость в республике значительно ниже. Показатель заболеваемости всего населения в 2009г. (1115,3 на 1000 населения) меньше среднероссийского показателя 2008г. (1560,9 на 1000 нас.) на 28,5%. (табл. 1).

Таблица 2

Среднее число посещений в Республике Тыва (на 1 жителя)

Территории	среднее число посещений на 1 жителя	
	2015г.	2016г.
РФ	9,4	
Республика Тыва	9,0	9,4
г. Кызыл	13,1	13,1
Бай-Тайгинский	5,1	4,8
Барун-Хемчикский	8,7	8,4
Дзун-Хемчикский	6,0	5,2
Каа-Хемский	5,4	5,1
Кызылский	8,0	6,2
Монгун-Тайгинский	6,0	5,3
Овюрский	8,6	8,6

Увеличение объема происходит за счет оптимизации режима работы амбулаторно-поликлинических учреждений, роста укомплектованности врачами участковых служб.

Одной из основных проблем в оказании первичной медицинской помощи остаются неравные возможности в ее получении у жителей территорий республики. В городской местности доступность медицинской помощи значительно выше, количество посещений на 1 жителя в г. Кызыле – 13,9, в сельской местности – 5,4. Во всех кожуунах республики доступность первичной медико-санитарной помощи ниже среднереспубликанского показателя.

Число посещений на дому составило 202,6 тыс., что составляет 0,645 на 1 жителя в год (2008г.- 0,605).

Удельный вес посещений с профилактической целью в 2009г. достаточно превысил показатель прошлого года и составил 44,5% (2008г.-43,1%). Удельный вес посещений по поводу заболеваний составил 55,5% (2008г.-56,9%). Охват профилактическими осмотрами в отчетном году составил 96,4%. Низкие показатели профилактических осмотров отмечены в Бай-Тайгинском (78,1%), Улуг-Хемском (81,4%), Пий-Хемском (82,7%), Тоджинском (85,2%), Сут-Хольском (86,3%), Каа-Хемском (86,4%) и Кызылском (88,9%) кожуунах. В Сут-Хольском кожууне профилактические осмотры были проведены только среди населения в возрасте от 0 до 14 лет.

Заключение

В дополнение можно сказать о том, что для реализации мер направленных на улучшение демографической ситуации и мер по социальной поддержке семей с детьми, а также детей, находящихся в трудной жизненной ситуации в республике продолжена диспансеризация пребывающих в стационарных учреждениях детей-сирот и детей, находящихся в трудной жизненной ситуации. В 2009г. диспансеризации подлежало 2099 детей, было осмотрено 2120 детей, план диспансеризации выполнен на 101%.

На медицинское оборудование для «Центра здоровья» выделены финансовые средства в сумме 1 млн. 562,5 тыс. рублей, из них субсидии из федерального бюджета составили 748,5 тыс. рублей, средства из республиканского бюджета 832,0 тыс. рублей. Создан «Центр здоровья», начата поставка медицинского оборудования.

В рамках мероприятий по совершенствованию организации оказания медицинской помощи пострадавшим в дорожно-транспортных происшествиях в центральных районных больницах сформированы врачебные бригады, выезжающие на место дорожно-транспортного происшествия.

Работниками здравоохранения по оказанию первой медицинской помощи пострадавшим в результате ДТП обучено 693 человека (2016г. - 307 чел.).

С 2009 года организовано круглосуточное проведение медицинского освидетельствования на алкогольное опьянение во всех кожуунах, кроме 4 кожуунов в которых медосвидетельствование осуществляется по вызову. Приобретены и функционируют алкометры в 11 кожуунах.

Список литературы

1. Официальный сайт Министерства здравоохранения Республики Тыва <http://www.minzdrav.tuva.ru/> (13.04.2018);
2. Официальный сайт Районного отдела государственной статистики по Республике Тыва <http://krasstat.gks.ru/> (13.04.2018);
3. Соян Ш.Ч. Статистика. Методические указания для выполнения контрольной работы / Ш.Ч. Соян; Тувинский Государственный Университет, - Кызыл: Изд-во ТувГУ, 2010. – 46 с.
4. Соян Ш.Ч. Статистика. Учебное пособие / Ш.Ч. Соян. – Кызыл: Изд-во ТувГУ, 2014. – 154 с.
5. Общая теория статистики: учебник / под ред. И.И. Елисеевой. – 5-е изд., перераб. И доп. – М.: Финансы и статистика, 2014. – 656 с.: ил.

УДК 338.46

МЕЖДУНАРОДНОЕ СОВМЕСТНОЕ КИНОПРОИЗВОДСТВО И ЕГО РАЗВИТИЕ НА РЫНКЕ КИНОИНДУСТРИИ

КУДРЯШОВ В.С.

к.э.н., доцент кафедры менеджмента

ГРЯЗНОВ А.О.

к.п.н., начальник отдела организации НИР

ДИБИРАСУЛАЕВА Ш.З.

специалист отдела организации НИР

Северо-Западный институт управления РАНХиГС при Президенте РФ
(Россия, г. Санкт-Петербург)

Аннотация: В статье рассмотрены вопросы международного сотрудничества в области создания продукции киноиндустрии при поддержке государства на современном этапе развития и определены типы взаимосотрудничества при производстве кинопродукции.

Ключевые слова: киноиндустрия, совместные кинопроекты, копродукция, международное сотрудничество, государственная политика.

THE INTERNATIONAL JOINT FILM PRODUCTION AND ITS DEVELOPMENT IN THE MARKET OF THE FILM INDUSTRY

**Kudryashov Vadim Sergeevich,
Gryaznov Anton Olegovich,
Dibirasulaeva Shahruzat Zulpukarovna**

Abstract: The article deals with the issues of international cooperation in the field of film industry production with the support of the state at the present stage of development and defines the types of cooperation in the production of film products.

Keywords: film industry, joint film projects, co-production, international cooperation, public policy.

Под международным совместным кинопроизводством подразумевается производство кинопродукции при сотрудничестве двух или более кинокомпаний разных стран.

Международное совместное кинопроизводство, являясь одной из форм международной кооперации, способствует укреплению внешнеэкономических связей в сфере кинематографии и является одной из форм глобализации киноиндустрии на мировом рынке [1, с.68].

По определению Дж. Рено и Б. Лайтмана копродукция является одной из самых эффективных стратегий реагирования на процессы, происходящие в кино- и телеиндустрии [3].

Вопросами изучения копродукции занимались П. Шлезингер, Р. Коллинз, Н. Гарнхэм, Г. Локсли, Д. Уотсон, Дж. Талиа, в работах которых освещены вопросы преимуществ и недостатков копродукции

на примере опыта канадских, американских и европейских кинопроизводств на основе совместного сотрудничества и с точки зрения институциональной адаптации в торговле [3 с.97].

Российский рынок совместного кинопроизводства находится в настоящее время в стадии становления, требующий, в первую очередь, определения основных направлений его развития, так как кинопроизводство на уровне международного сотрудничества нуждается в создании нормативной базы и механизмов финансирования проектов по критериям создания совместного кинопроизводства и совместной кинопродукции.

На основании Европейской конвенции о кинопроизводстве, к которой Россия присоединилась в 1994 году, к условиям совместного производства относятся ряд признаков:

- долевые вклады, осуществляемые сопродюсерами в производство фильма, творческими, техническими и финансовыми ресурсами (ст.6,8,9 Конвенции);
- совместное владение оригинальным негативом фильма и фонограммой (ст.7 Конвенции);
- распределение доходов и территорий стран проката между сопродюсерами (ст.9, приложение 1 к Конвенции).

Положения, определенные Конвенцией, заложены и в основу на уровне межправительственных отношений России в сфере кинематографии с Болгарией, Италией, Канадой, Францией, Германией, а также странами СНГ.

Если совместное сотрудничество по созданию копродукции происходит без межправительственных отношений, то есть на неофициальном уровне, то такое сотрудничество называется со-venture (со-предприятие). Примером такого сотрудничества является США, не имеющие межправительственных соглашений ни с одной страной мира, тем не менее, осуществляющие свою деятельность на неофициальном уровне.

Статус «официальной копродукции» (статус «совместного кинопроизводства») получает продукция, выпущенная в соответствии с соглашением о совместном производстве и сертифицированная в установленном порядке министерством культуры.

В том случае, если произведенная на основании межправительственных соглашений копродукция признается «национальным производством» в каждой из стран-участников, то она может пользоваться всеми преимуществами и льготами, предоставляемыми каждым из государств-участников. Преимущества и льготы могут быть предоставлены в качестве государственной финансовой поддержки, предоставления налоговых льгот и включения во внутренние телевизионные квоты. В соответствии с данным статусом в России предусмотрено освобождение от уплаты НДС и предоставление финансовой поддержки государства (до 70% от финансового бюджета проекта или 70% в случае создания копродукции с участием российской стороны).

Межправительственные соглашения предусматривают ряд ограничений. Устанавливаются минимальные размеры финансового и технического участия со стороны страны-участницы. Продюсер должен обеспечить не менее 20% финансирования проекта, в случае многостороннего сотрудничества по созданию копродукции минимум участия сводится до 10%.

В случае сотрудничества по созданию копродукции со страной, не имеющей соглашения, проект не может получить статус «официальной копродукции», но может быть признан официально национальным фильмом, что поможет воспользоваться государственными льготами, в случае соответствия требованиям внутреннего законодательства страны в отношении признания фильма национальным проектом на 100%.

Международное сотрудничество в области кинопроизводства получило развитие после окончания Второй мировой войны. Франция и Италия заключили соглашение о сотрудничестве в сфере кинематографии с целью восстановления национальных киноиндустрий в начале 50-годов [4].

В 90-годах произошел активный рост производства кинопродукции на основе развития интеграционных процессов в области культуры и экономической деятельности мировых государств. Взаимовыгодное сотрудничество стран в сфере создания копродуктов характерно для стран с сильной экономикой и развитым аудиовизуальным сектором экономики [5].

Расширение международного сотрудничества по созданию копродукции является одним из глу-

боких процессов развития киноиндустрии, включая финансовые и институциональные составляющие формирования индустрии киноотрасли.

Производство кинопродукции требует больших финансовых вложений, поэтому нуждается в непрерывном поиске инвесторов или государственных субсидий. При этом отрасль киноиндустрии обладает большой долей рисков в силу своей неопределенности. Привлечение заемных средств банков тоже весьма проблематично, так как присутствует опыт неудачных вложений в киноотрасль. Рост производства копродукции несколько изменил положение дел, в киноиндустрию возрос приток инвестиций. Это можно объяснить с точки зрения появления избытка финансового капитала, который хлынул в киноиндустрию для выгоды вложений, что способствует развитию киноиндустрии.

Существует совместное производство, которое обусловлено творческими причинами, поиском финансирования (индустриальный фактор) или поиском инвестиций (фактор финансового рынка).

Мотивацией совместного производства в области киноиндустрии может быть каждое из данных утверждений в отдельности, а так же и их совокупность. При этом следует отличать характеристики каждого типа.

При творческом взаимном сотрудничестве наибольшую роль играет необходимость выражения творческих начал, которые требуют иностранного участия, возможности получения выгоды от совместного творчества. Такой характер имеют в основном средне-бюджетные фильмы, часто европейские. Так же характерно финансирование отдельного проекта.

Для совместного производства, которое обусловлено поиском финансирования (индустриальный фактор), характерно получение копродукции на основе объединения финансовых источников разных стран, что обуславливает и определяет поиск творческих элементов, что характерно для низко-средне-бюджетных фильмов, предполагая финансирование одного проекта [2].

Совместное производство, которое обусловлено поиском инвестиционных возможностей, обусловлено структурированием кинопродукции с целью использования налоговых льгот, что характерно для средне и высокобюджетных фильмов категории мейнстрим, рассчитанных на международного зрителя.

В результате происходит объединение финансовых, творческих, технических ресурсов всех стран участников производства копродукции, что способствует развитию диверсификации источников финансирования и их росту, включая размеры бюджетных субсидий.

Преимуществами реализации совместных проектов кинопроизводства являются: продвижение на мировой рынок проката; возможность сотрудничества с ведущими зарубежными киностудиями; привлечение зарубежных инвестиций; развитие системы финансирования проектов киноиндустрии; привлечение технической базы стран-участников совместных проектов; опыт совместной деятельности в осуществлении проектов киноиндустрии с зарубежными киностудиями; изучение новейших современных зарубежных технологий кинопроизводства; повышение имиджа страны на мировом рынке кинопроизводства и др.

Таким образом, развитие киноиндустрии на уровне совместного сотрудничества с зарубежными странами-участниками проектов кинопроизводства получают конкурентные преимущества на мировом рынке, развивая и укрепляя свои позиции.

Развитие киноиндустрии и поддержка проектов по созданию качественной копродукции и росту уровня производства в стране является одним из направлений государственной политики в области культуры, расширяющих возможности проката и показа фильмов, способствующих развитию инфраструктуры кинопроизводства, обучению кадров киноиндустрии и популяризации отечественного кинематографа на мировом уровне.

Список литературы

1. Комаров Е.С. Совместное производство фильма в России: Форма реализации и налогообложение // Менеджер. Кино. 2015. № 12.

2. Буга А.В., Куприн А.А., Кудряшов В.С., Родионов А.П., Старинский В.Н., Шматко А.Д. Конъюнктура рынка: технология анализа и прогноза // Санкт-Петербург, 2017.
3. Kingston W. Schumpeter, Business Cycles and Co-evolution // *Industry and Innovation*. 2016. Vol. 13. No 2. P. 97-106.
4. Morawetz N. Finance, Policy and Industrial Dynamics — The Rise of Co-productions in the Film Industry. 2017. URL: <http://www2.druid.dk/conferences/viewpaper.php?id=1671&cf=9>.
5. Perez C. Finance and Technical Change: A Neo-Schumpeterian Perspective. Working Paper No 14. 2014. URL: <http://www-cfap.jbs.cam.ac.uk/publications/downloads/wp14.pdf>.

УДК 330

СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ КАЧЕСТВА И УРОВНЯ ЖИЗНИ НАСЕЛЕНИЯ В МО Г. КРАСНОДАР

ДЕЙНЕКИНА ВИКТОРИЯ МИХАЙЛОВНА

Студент

ФГБОУ ВО «Кубанский государственный аграрный университет им. И.Т. Трубилина»

Аннотация: В соответствии с концепцией уровня жизни сформулированы основные социально - экономические цели развития страны - обеспечение надлежащего уровня и качества жизни населения и всестороннее развитие личности. Население рассматривается как потребитель благ и услуг, создаваемых в стране, а уровень жизни - как индикатор его обеспеченности услугами инфраструктуры и мера удовлетворения духовных, интеллектуальных и эстетических потребностей. Ситуацию в сфере занятости в МО г. Краснодар можно назвать благополучной.

Ключевые слова: Социально-экономическое развитие, население, уровень жизни, качество и уровень жизни населения, Краснодар.

CURRENT STATE AND MAIN DIRECTIONS OF IMPROVING THE QUALITY AND LIVING STANDARDS OF THE POPULATION IN THE MINISTRY OF DEFENSE OF KRASNODAR

Deinekina Viktoriya Mikhailovna

Abstract: In accordance with the concept of the standard of living, the basic social and economic goals of the country's development are formulated: ensuring the appropriate level and quality of life of the population and comprehensive development of the individual. The population is seen as a consumer of goods and services created in the country, and the standard of living as an indicator of its provision with infrastructure services and a measure of satisfaction of spiritual, intellectual and aesthetic needs. The employment situation in the Moscow City Council can be called prosperous.

Key words: Social and economic development, population, standard of living, quality and standard of living, Krasnodar.

Уровень жизни – это комплексная социально-экономическая категория, которая отражает уровень развития физических, духовных и социальных потребностей, степень их удовлетворения и условия в обществе для развития и удовлетворения этих потребностей [1].

Для осуществления анализа социально-экономического развития муниципалитетов и проведения стратегического мониторинга его состояния и своевременного определения проблем необходимо сформировать единый показатель, по изменению величины которого можно судить о темпах и направлении развития муниципалитета, осуществлять сравнительный анализ экономики региона.

В соответствии с концепцией уровня жизни сформулированы основные социально - экономиче-

ские цели развития страны - обеспечение надлежащего уровня и качества жизни населения и всестороннее развитие личности. Население рассматривается как потребитель благ и услуг, создаваемых в стране, а уровень жизни - как индикатор его обеспеченности услугами инфраструктуры и мера удовлетворения духовных, интеллектуальных и эстетических потребностей [2].

Проведение активной социальной политики невозможно без изучения уровня жизни населения и его материального благосостояния. Для обоснования приоритетных мероприятий по повышению уровня жизни населения необходима информация о фактическом положении дел в этой области.

На территории муниципального образования город Краснодар расположено 7684 жилых многоквартирных дома общей площадью 20509,8 тысячи квадратных метров, находящихся под управлением управляющих компаний, ТСЖ, ЖСК. В системе общего образования города Краснодара функционируют 286 образовательных учреждений.

Важной составной частью в разветвленной культурной инфраструктуре города является Централизованная библиотечная система, объединяющая 37 муниципальных библиотек с общим фондом более миллиона экземпляров библиотечных документов. Муниципальные учреждения культуры уделяют огромное внимание организации оздоровительной кампании, которая длится в течение всего года.

Муниципальное образование город Краснодар располагает разветвлённой сетью библиотек различных систем и ведомств, обладающих значительными информационными ресурсами, достигнувших положительных результатов в своей деятельности. Отрасль «Культура» включает в себя 74 организации [3].

Ситуацию в сфере занятости в городе Краснодаре можно назвать благополучной. Численность занятых в экономике превышает 361 тыс. чел, т.е. практически 45% от всего населения города и 73% от трудоспособного населения. Оптимизация системы здравоохранения – важнейшая часть социально-экономической политики города Краснодара [3].

Сегодня среди важнейших показателей социально-экономического развития Краснодарского края, своеобразным барометром государственного благополучия, несомненно, является состояние культуры. Чем выше её уровень, тем в более цивилизованном мире мы живем. Это и задает современные векторы развития культуры такого яркого, самобытного региона, каким является Кубань [3].

Основной целью в области реформирования структурных элементов системы здравоохранения является организация и обеспечение доступного качественного медицинского обслуживания населения, сохранение и повышение уровня здоровья граждан.

В систему здравоохранения муниципального образования город Краснодар входят 56 учреждений: 9 стационарных учреждений, в том числе детская больница и родильный дом, общей мощностью на 3791 койк круглосуточного и 175 дневного пребывания. В амбулаторно-поликлинических учреждениях развернуто 426 койк дневного стационара. Амбулаторная служба представлена 37 учреждениями на 13830 посещений в смену, из них 9 детских и 6 стоматологических поликлиник [3].

На данном этапе существуют определенные проблемы в повышении уровня жизни населения, рассмотренные в работе. Но в целом динамика показателей в МО г. Краснодар, характеризующих уровень и качество жизни населения, является положительной и свидетельствует о последовательном и сбалансированном его повышении.

Выделив основные направления программ государства и органов местного самоуправления, сформирую свои основные проблемы здравоохранения. На сегодняшний день фактически уровень жизни низкий, количество здоровых людей в процентном соотношении становится ниже. Если же задать вопрос: «По какой причине численность долгожителей сокращается, увеличивается численность больных людей и прямой спад рождаемости здоровых детей?»

На мой взгляд, данный фактор зависит, прежде всего, от нашего государства, причем на прямую. Современная политика направлена на сокращение прироста русского населения, хотя и говорят о том, что создаются новые программы для решения всех проблем. Чтоб решить хотя бы одну проблемы в области медицины, необходима мотивация самих сотрудников муниципальных предприятий. Если изменить само отношение пациентов и врачей друг к другу, есть вероятность улучшения стати-

стики по состоянию здоровья больных. Но это далеко не первая проблема, которую необходимо исправить.

По-моему мнению, необходимо создать программу «Рост в здравоохранении», которая предусматривала решение такой проблемы ,как низкие заработные платы сотрудников медицины ,взаимоотношения между пациентами и врачами , сокращения % смертности и т.д.

Цель программы:

- обеспечить пациентов квалифицированной помощи;
- разработка системы без очередного посещения врача;
- увеличение скорости работы сотрудников поликлиник, больниц;
- контроль за выполнением годового плана в срок.

Данная программа идеально подходит для совершенствования здравоохранения на территории Краснодара. Благодаря ей система государственного управления здравоохранения в Краснодарском крае улучшится и сможет эффективно функционировать. Самое главное, что вся демографическая ситуация изменится только в лучшую сторону.

Уровень жизни населения как социально-экономическая категория представляет собой уровень и степень удовлетворения потребностей людей в материальных благах, бытовых и культурных услугах.

В целом динамика показателей в МО г. Краснодар, характеризующих уровень и качество жизни населения, является положительной и свидетельствует о последовательном и сбалансированном его повышении. Рост реальных денежных доходов населения, уровня образования, здравоохранения в значительной мере связан с повышением деловой и инвестиционной активности в большинстве отраслей экономики. Социально-экономическая политика МО г. Краснодар в следующем пятилетии будет направлена на повышение уровня и качества жизни населения и создания благоприятной ситуации в городе.

Список литературы

1. Крыжановская А.Г. Теоретические подходы к определению качества жизни населения // Финансы, денежное обращение и кредит. - 2016. - №5.
2. Кремлев М.Д. Проблемы оценки уровня жизни населения // Вопросы статистики. - 2016. - №8.
3. Официальный сайт интернет-портал Администрации МО г. Краснодар – [Электронный ресурс]: Режим доступа: <http://krd.ru>
4. Потапова, И.О. Уровень жизни населения: содержание, формы и факторы роста [Текст] / И.О. Потапова. - Минск: ООО «Мисанта», 2017. – 246 с.

УДК 330

РЫНОК ИПОТЕЧНОГО ЖИЛИЩНОГО КРЕДИТОВАНИЯ В ПЕРИОД СТОГНАЦИИ ЭКОНОМИКИ

СТОЛБОВСКАЯ НАДЕЖДА НИКОЛАЕВНА

к.э.н., доцент

РОТАРУ ЮЛИЯ АНАТОЛЬЕВНА

Студент

Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)

Аннотация: Статья посвящена анализу рынка ипотечного жилищного кредитования в период экономического кризиса страны 2014-2016 г.г. Автор рассматривает влияние банковских программ на объем выданных ипотечных кредитов, а также тенденции развития рынка ипотечного кредитования в условиях реализации государственной программы льготного кредитования семей с детьми.

Ключевые слова: Ипотека, банк, жилищное кредитование, процентная ставка, объем выданных ссуд, ключевая ставка, банковская программа.

Abstract: the Article is devoted to the analysis of the market of mortgage lending during the economic crisis of the country in 2014-2016. the Author considers the impact of banking programs on the volume of mortgage loans issued, as well as the trends in the development of the mortgage lending market in terms of the state program of preferential lending to families with children.

Key words: mortgage, Bank, housing lending, interest rate, volume of loans issued, key rate, Bank program.

Снижение ставок по ипотеке в условиях стабильных цен на жилье обеспечило рост доступности ипотеки. Ипотека стала основным инструментом приобретения современного и комфортного жилья.

В 2016 году рынок ИЖК только начал восстановление активности заемщиков, однако уже в 2017 году уже был достигнут рекорд по объему выданных ссуд в размере 1 млн. кредитов на сумму свыше 2 трлн. рублей, что составило 2,2% от годового ВВП, а также уровню процентных ставок - 9,8% годовых. Данные показатели превзошли докризисный уровень кредитования россиян (табл. 1). Благодаря данным показателям, как отмечают многие аналитики, 2017 год стал самым продуктивным за всю документированную историю российского ипотечного рынка.

Таким образом, в 2017 году по сравнению с 2014 годом число выданных ипотек превысило 7%, а их денежный объем — на 15%. По сравнению с 2016 годом по этим критериям ипотечный рынок увеличился соответственно на 27% и 37%.

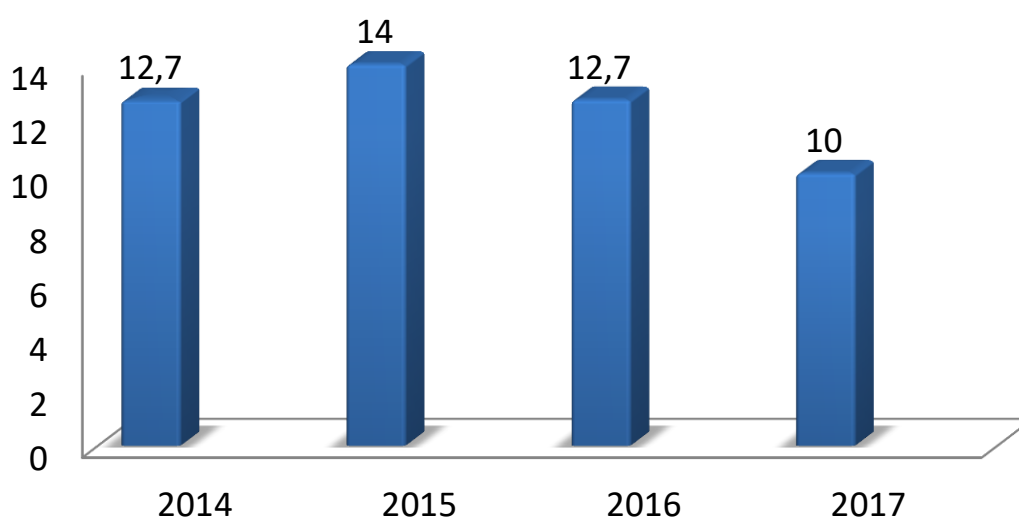
Данные показатели достигли своих значений, в первую очередь, благодаря тому, что ипотечные займы стали более доступны для населения в связи с уменьшением процентной ставки. Так, в период с 2014 по 2016 годы процентная ставка варьировалась от 14% до 12,7% годовых (рис. 1).

Как видно из рисунка, в 2017 году средневзвешенная процентная ставка по ипотеке достигла своего минимума в 10% годовых. Это стало возможным благодаря снижению уровня ключевой ставки Центральным Банком Российской Федерации. На протяжении всего года ключевая ставка продолжала снижаться, достигнув отметки 7,25 п.п. (рис. 2)

Таблица 1

Данные о выдаче ипотечных кредитов в РФ

Показатели	2014	2016	2017	Изменение к 2014 году	Изменение к 2016 году
Количество кредитов, ед.	1 012 064	856 427	1 086 939	7%	27%
Объем выдачи, млн руб.	1 753 294	1 472 254	2 021 398	15%	37%
Средневзвешенная ставка, %	13,17	11,54	9,79	-3,38 п.п.	-1,75 п.п.
Средняя сумма кредита, млн руб.	1,73	1,72	1,86	0,13	0,14
Средневзвешенный срок, мес.	177,9	184,6	187,5	9,6 мес.	2,9 мес.



■ Средневзвешенная ставка по ипотеке

Рис. 1. Средневзвешенная ставка по ипотеке в 2014-2017 гг.



Рис. 2. Динамика снижения ключевой ставки в 2017 году.

Такое снижение ключевой ставки в начале 2018 года позволило превысить уровень выдачи ипотеки в 1,85 раза, что составило 135 млрд. руб., по сравнению с январем 2017 года. По этой при-

чине многие аналитики прогнозируют, что в 2018 году удастся достичь высоких объемов выдачи ипотеки, достигнув показателей в 2,5-2,7 трлн. руб.

Данных показателей банковская система предлагает достичь населению с помощью ряда программ ипотечного жилищного кредитования. Рассмотрим наиболее популярные из них.

1. Рефинансирование ипотечного кредита.

Рефинансирование ипотечного кредита представляет собой досрочное погашение имеющегося ипотечного жилищного кредита путем открытия нового кредита.

В 2017 году общий объем выдач «новых» кредитов составил 81,3 млрд. рублей, в то время как в 2016 году на эту же дату объем выдач составил 77,1 млрд. рублей.

Таблица 2

Лучшие условия рефинансирования ипотеки в 2017 году.

Банк	Процентная ставка, %	Максимальный срок кредитования, лет	Максимальный размер выдаваемой суммы, млн.руб.
Сбербанк России	9,5	30	от 1 млн руб. до 80% оценочной стоимости залогового имущества.
ВТБ	9,5	30	до 30 млн руб. для жителей Москвы, Санкт-Петербурга и областей, до 15 млн в городах миллионниках и до 10 млн для всех остальных, но не более 80% от оценки недвижимости.
Тинькофф	6,98	25	До 100 млн.руб.
Газпромбанк	9,2	30	от 0,5 млн, но не менее 15% от оценочной стоимости недвижимости, до 60 млн, но не более 85% от рыночной цены залогового объекта.
Райффайзенбанк	9,5	30	от 0,5 млн, но не менее 15% от оценочной стоимости недвижимости, до 60 млн, но не более 85% от рыночной цены залогового объекта.
Россельхозбанк	9,05	30	До 20 млн. руб.

Таким образом, во второй половине 2017 года рефинансирование показало наибольший рост объемов выдач. Благодаря снижению процентных ставок на 2-3 п.п., по данным АИЖК, более 85 тысяч семей смогли снизить ставку по текущему ипотечному кредиту, тем самым снизив ежемесячно свои расходы на 20-25%.

Рассмотрим наилучшие условия рефинансирования ипотечного жилищного кредита, предлагаемые банками населению РФ (табл. 2):

Таким образом, наименьшая ставка по рефинансированию предложена банком Тинькофф –

6,98% годовых, так же как и максимальная сумма ипотеки, равная 100 миллионам рублей. Все остальные банки устанавливают свои ставки в диапазоне 9-9,5% годовых. Все это позволяет населению стабилизировать свою финансовую ситуацию посредством экономии денежных средств за счет сокращения ежемесячного платежа на 5-7 тысяч рублей по сравнению с 2014 годом.

2. Ипотека без первоначального взноса.

Стандартные условия ипотеки предполагают наличие у заемщика суммы первоначального взноса в размере 15-20% от стоимости приобретаемого имущества. Однако в период снижения экономической стабильности в стране и снижения уровня доходов населения только 5 семей из 10 могли позволить себе улучшить свои жилищные условия по установленным банком требованиям. Остальные 5 семей были вынуждены отказаться от приобретения выбранного объекта недвижимости.

Анализируя возможные финансовые потери, банками была предложена программа «Ипотека без первоначального взноса». Рассматриваемый банковский продукт имеет ряд особенностей:

- ❖ процентная ставка по данному виду кредита на 2-2,5 п.п. выше, чем обычная ставка по ипотеке на приобретение строящейся недвижимости;
- ❖ увеличение размера ежемесячного платежа;
- ❖ наличие в собственности имущества, которое выступит в качестве залога по кредиту;
- ❖ привлечение созаемщика или поручителя с соответствующей платежеспособностью;
- ❖ возможность привлечения дополнительных сертификатов по государственным программам: «Материнский капитал», «Молодая семья», «Военная ипотека».

На территории Ростовской области, а в частности города Ростова-на-Дону данную программу своим клиентам предлагают такие банки, как Промсвязьбанк, Кубань Кредит и Возрождение, где процентные ставки варьируются от 12 до 12,7% годовых.

2. Льготная ипотека для семьи с детьми под 6%.

Данный вид ипотечной программы вступил в силу с 1 января 2018 года. Основным документом, устанавливающим правила, порядок и сроки предоставления субсидии, является Постановление Правительства РФ от 30.12.2017 N 1711 «Об утверждении Правил предоставления субсидий из федерального бюджета российским кредитным организациям и акционерному обществу «Агентство ипотечного жилищного кредитования» на возмещение недополученных доходов по выданным (приобретенным) жилищным (ипотечным) кредитам (займам), предоставленным гражданам Российской Федерации, имеющим детей».

Суть данной программы субсидирования ипотеки является снижение процентной ставки для семей, у которых рождается второй или третий ребенок в период с 1.01.2018 года по 31.12.2022 года. Для таких семей в период действия ипотечной программы будет снижена процентная ставка до 6% при рождении второго ребенка сроком на 3 года, при рождении третьего - на 5 лет.

Данная программа предполагает ряд особенностей:

- ✓ рождение второго (третьего ребенка) в период с 1 января 2018 года по 31 декабря 2022 года включительно;
- ✓ приобретение квартиры на первичном рынке;
- ✓ оплата не менее 20% стоимости жилья собственными средствами (возможно использование «Материнского капитала» в качестве первоначального взноса)
- ✓ стоимость недвижимости не должна превышать установленный лимит: стоимость жилья для Москвы, Московской области, Санкт-Петербурга и Ленинградской области не будет превышать 8 млн руб. Для остальных регионов стоимость новостройки не должна превышать 3 млн руб.
- ✓ заключение договора страхования жизни;
- ✓ гражданство РФ;
- ✓ уплата ежемесячных платежей равными суммами;
- ✓ оформление ипотечного кредита в организации, предоставляющей данную услугу населению
- ✓ процентная ставка по истечению срока кредитования устанавливается в соответствии с размером ключевой ставки + 2,5 п.п.

На господдержку льготного ипотечного кредитования для молодых семей в бюджете преду-

смотрено 600 млрд рублей. Некоторые молодые семьи уже успели воспользоваться субсидией ипотеки по указу Президента. Другие присматриваются к государственной программе. Большинство граждан оценивают государственные инициативы положительно.

Таким образом, стоит отметить, что ключевыми факторами роста ипотечного жилищного кредитования в 2017 году стали снижение ставок (общее снижение составило 2,41 п.п.) и смягчение банками требований к первоначальному взносу: год назад получить ипотечный кредит под 10% годовых при первоначальном взносе 10% не представлялось возможным для населения. Однако на данный момент многие банки предлагают своим заемщикам лояльные условия по ипотеке. Так же аналитики утверждают, что несмотря на ужесточение Центральным Банком требований по ипотеке с низким первоначальным взносом, рост рынка ипотечного жилищного кредитования в 2018 году продолжится отчасти благодаря внедрению программы льготного кредитования семей с детьми.

Список литературы

1. Актуальные проблемы ипотечного кредитования / А. Крысин // Рынок ценных бумаг. - 2014. - № 13.
2. Жилищное ипотечное кредитование / под ред. Колобов С.С.- М.: Дашков и К, 2015. - 120с.
3. Ипотечное кредитование жилищного строительства./ Головин Ю.В. - СПб.: СПбГУЭФ, 2016. - 152с.
4. Льковская О.В. О субсидировании льготного ипотечного кредитования//»Финансы и кредит» - 2016 -№2. – С.75
5. Основы банковской деятельности (Банковское дело): учебное пособие / под ред. К.Р. Табирбекова. М.: ИНФРА-М, 2014.
6. Подлинных Д.А. Анализ банковских операций по физическим лицам в условиях кризиса 2014-2015 гг. /Д.А. Подлинных // ФЭН-Наука – 2015. – С. 21
7. Проблемы развития ипотечного кредитования молодых семей:/ Столбовская Н.Н., Гаврильченко М.В.,Божаренко О.Ю./Сборник:Рыночная экономика и финансово-кредитные отношения ученые записки, 2009, с. 45-50
8. Проблемы и перспективы развития ипотечного кредитования населения российскими коммерческими банками/ Столбовская Н.Н., Петрусевич А.В./Инвестиционные технологии в машиностроении, образовании, экономике, 2018, Т.14,№1-2 (7). С107-111
9. Современное состояние финансового механизма ипотечного жилищного кредитования в России / М. Г. Гаджиев // Вестник ОГУ. - 2017. - № 8
10. Аналитический Центр по ипотечному кредитованию и секьюритизации «Русипотека» [Электронный ресурс] – режим доступа. URL: <http://www.rusipoteka.ru/>
11. Информационно-статистическая система данных по рынку жилья и ипотеки в России [Электронный ресурс]– режим доступа - URL: <http://www.ahml.ru/ru/agency/analytics/statsis/>
12. Обзор банковского сектора РФ. № 160. 2016. [Электронный ресурс] – режим доступа. URL: <http://www.cbr.ru>
13. Обзор банковского сектора РФ. № 160. 2016. [Электронный ресурс] – режим доступа. URL: <http://www.cbr.ru>

УДК 330

СЕЛЬСКОЕ ХОЗЯЙСТВО ДАГЕСТАНА В УСЛОВИЯХ ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЯ

АЗИКАЕВА ЗАЛИНА АБДУРАХМАНОВНА,магистрант
ФГБОУ ВО «Дагестанский государственный университет»Научный руководитель: Мамаева Ума Зайнудиновна,
к.э.н., доцент

Аннотация: В статье рассмотрены проблемы, с которыми сталкивается политика импортозамещения в Дагестане. В соответствии с данной политикой работают фонды, государственные программы и кредитные учреждения для осуществления финансирования на доступных и выгодных условиях. Однако сегодня сельское хозяйство республики не обеспечивает в полной мере потребности своего населения в продовольствии. Необходимо перейти от ручного управления к системной работе с профильным предпринимательским сообществом, обеспечить набор стимулов, а также наладить процессы, связанные с оказанием финансовой помощи предприятиям, которые участвуют в импортозамещении, снятием административных барьеров и мониторингом отраслевых процессов.

Ключевые слова: импортозамещение, внутренний спрос, потенциальный спрос, государственная программа, сельское хозяйство, логистический центр.

AGRICULTURE OF DAGESTAN IN TERMS OF IMPORT

**Azikaeva Z. A.,
Mamaeva U. Z.**

Annotation: The problems faced by the policy of import substitution in Dagestan. In accordance with this policy work funds, government programs and lending institutions for financing on favorable terms and available. However, today the republic's agriculture does not provide the full needs of its people for food. We must move from manual control to the system with the core business community, provide a set of incentives, and to establish the processes associated with the provision of financial assistance to enterprises that are involved in import substitution, removing administrative barriers and monitoring industrial processes.

Keywords: import substitution, domestic demand, potential demand, a government program, agriculture, logistics center.

Импортозамещение — это создание таких условий, при которых отечественные производители могут конкурировать с зарубежными компаниями на честных рыночных основаниях. Какие шаги предпринимаются в этом направлении?

С российскими импортерами, ввозящими соответствующий товар, обсуждаются способы минимизации их издержек на приобретение отечественных товаров. Им задается главный вопрос: готовы ли они перейти на закупки отечественной продукции примерно такого же качества и по более низкой цене (в частности, за счет отсутствия импортной пошлины)? Если импортеры заинтересованы в закупке российских аналогов, то с ними подписываются протоколы о намерениях, подтверждающие их потенциальный спрос на соответствующую российскую продукцию после того, как будет налажено

или расширено ее производство. Компаниям, переориентировавшимся на выпуск российских товаров, это гарантирует сбыт продукции, а банкам, кредитующим импортозамещающие проекты, дает уверенность в платежеспособности заемщиков.

Для совместного финансирования каждого подобного проекта, помимо российских импортеров и банков, могут привлекаться иностранные производители соответствующих товаров: это позволяет им хотя бы частично избежать убытков в случае полной потери российского рынка.

Со стороны государства в подобном импортозамещающем проекте принимают участие Фонд развития промышленности, Внешэкономбанк, МСП Банк и другие государственные институты развития. Например, Агентство кредитных гарантий (АКГ) сегодня предоставляет финансовые гарантии на сумму до 70% банковского кредита, если у заемщика не хватает залогов. Кстати, в этом случае ставки банков, предоставляющих кредит, падают на 2,5–3%. За полгода работы АКГ выдало уже более 250 гарантий, а сейчас в приоритетном порядке рассматривает импортозамещающие проекты. Таким образом, финансирование импортозамещающих проектов, в том числе государством, уже осуществляется на доступных и выгодных условиях.

В настоящее время в Республике Дагестан реализуется Государственная программа РД «Развитие сельского хозяйства и регулирование рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия на 2014-2020 годы» и принят ряд ведомственных целевых программ, направленных на повышение эффективности в производстве и переработке сельскохозяйственного сырья. Но в настоящее время ряд мероприятий этой программы и ВЦП нуждаются в заметном увеличении финансирования.

Сегодня сельское хозяйство республики не обеспечивает в полной мере потребности своего населения в продовольствии. Необходимо отметить, что удельный вес продукции сельского хозяйства республики в общем объеме продукции сельского хозяйства Российской Федерации составил 2%, и по данному показателю республика занимает 15-е место среди субъектов.

Так, в республике сосредоточено более 20% общероссийского овцеголовья и производится около 8% овощей, по численности крупного рогатого скота республика занимает 3-е место, по производству винограда – 2-е место, по площадям многолетних насаждений – 3-е место.

Наиболее социально значимыми продуктами питания являются молоко и молочные продукты, хлеб и хлебобулочные изделия, мясные продукты и плодоовощная продукция, которые входят в потребительскую корзину.

Индекс самообеспеченности отдельных видов продуктов показывает, что максимальный уровень наблюдается у овощей – 290% и картофеля – 116,1%, самый низкий уровень по рыбе и рыбопродуктам – 7,9%.

Что касается продукции, реализация которой запрещена на территории нашей страны, то на прилавках магазинов Дагестана был представлен ряд продуктов, которые входят в перечень запрещенных. В частности, это: сыры из Германии, Финляндии, Литвы, Латвии и Италии, рыба и морепродукты производства Норвегии, Финляндии, Дании и Польши, орехи (миндаль) поставлялись из США, грецкий орех – из Украины, рыбные консервы ввозят из Норвегии, консервы овощные и фруктовые поставляются из Польши, Испании, поставка оливковых масел осуществляется из Испании, Греции и Италии, фрукты и овощи в основном поставлялись из Польши, мандарины и киви – из Испании, болгарский перец, помидоры «Черри», зелень «Руккола» – из Голландии.

В то же время на прилавках магазинов республики присутствует указанная продукция, которая произведена и поставляется из стран, на которые санкции России не распространяются. Это такие страны, как Беларусь, Иран, Китай, Аргентина, Вьетнам, Тайланд, Индия, Турция, Азербайджан и другие.

Специалисты отмечают, что сегодня в республике нет проблемы с производством продукции, есть проблема ее реализации, а также хранения. Мы в состоянии обеспечить себя продукцией сельского хозяйства, но ввиду отсутствия мест хранения невозможно это делать круглый год.

В республике практически отсутствуют хранилища для овощей и фруктов, слабо развита система их предпродажной подготовки, упаковки и фасовки, что лишает возможности закладывать на хранение востребованную на рынках страны экологически чистую качественную продукцию с после-

дующим доведением до потребителей в надлежащем состоянии.

В настоящее время в республике проводится работа по созданию агропромышленных площадок в городах республики, что поспособствует формированию межрайонных и межрегиональных продовольственных связей продвижения продукции республиканских сельхозпроизводителей.

Кроме того, в настоящее время ведутся работы по организации оптово-продовольственных рынков на территории следующих муниципальных образований республики: г. Буйнакск, г. Дербент, с. Карабудахкент, г. Кизляр (с. Речное), г. Хасавюрт, с. Хебда Шамильского района.

Принимаются меры по строительству современных хранилищ, тепличных комплексов, которые позволят удовлетворить внутренний спрос и поставлять продукцию республиканских сельхозпроизводителей на российский рынок.

По предварительным расчетам, чтобы полностью обеспечить население республики овощами в межсезонье, требуется 300 га теплиц. Их сегодня в республике имеется 70 га. В этом направлении в республике проводится определенная работа.

С другой стороны, необходима и кропотливая работа по вхождению в освободившиеся в связи с эмбарго рынки России. В частности, на всероссийские рынки Республика Дагестан способна поставлять и другую продукцию сельского хозяйства.

Для эффективного развития импортозамещения в каждой отрасли, где это возможно, необходимо перейти от ручного управления к системной работе с профильным предпринимательским сообществом, обеспечить набор стимулов, а также наладить процессы, связанные с оказанием финансовой помощи предприятиям, которые участвуют в импортозамещении, снятием административных барьеров и мониторингом отраслевых процессов.

Список литературы

1. Импорт продовольствия и сельскохозяйственной продукции // Институт комплексных стратегических исследований. - 2017. - № 68(136)
2. Федеральный закон от 29.12.2006 N 264-ФЗ (ред. от 12.02.2015) "О развитии сельского хозяйства" // Гарант : информ.-правовое обеспечение. - М. - 2015.
3. Новиков А.И. Импортозамещение на российском рынке продовольствия // Вестник Владимирского Государственного Университета. Серия: Экономические науки. - 2017. - № 2 (2). - С. 90-94

УДК 338.2

ИННОВАЦИОННАЯ ЭКОНОМИКА И ЕЕ ОСНОВНЫЕ ПРИЗНАКИ

РОМАНОВА ИРИНА БОРИСОВНАд.э.н., профессор
Ульяновского Государственного Университета**ГРИЩЕНКО АНАСТАСИЯ ЮРЬЕВНА**Студентка 2 курса
Ульяновского Государственного Университета

Аннотация: в статье рассматривается значимость развития инноваций с целью совершенствования экономики, более подробно изучаются признаки инновационной экономики.

Ключевые слова: инновации, инновационная экономика, признаки инновационной экономики.

Инновационная экономика - это экономика знаний, которая включает в себя множество инноваций, тесно связана с технологическим прогрессом, стоит на постоянном технологическом совершенствовании, на производстве и экспорте высокотехнологичных нововведений.

Считается, что деятельность инновационной экономики основывается на трудоемком производстве, так как больше всего задействованы люди, и в каждом «товаре» заложена большая умственная работа, такая как труды ученых, изобретения новаторов и т.д., а не материальные или ресурсные затраты.

Некоторые исследователи (Э. Тоффлер, Ф. Фукуяма, Д. Белл, Дж. Нейсбитт и др.) считают, что для большинства развитых стран в современном мире именно инновационная экономика обеспечивает мировое экономическое превосходство страны, которая её создает.

Как известно, общество развилось до постиндустриального, причем с каждым этапом (традиционное общество, индустриальное и постиндустриальное) устанавливалась частная собственность, больше и больше внимания уделялось человеку, его правам, его мыслям и его положением в обществе.

Ни для кого не секрет, что в современном мире правят информационные технологии, большую ценность составляет именно интеллектуальный труд, соответственно инновационные технологии очень востребованы в нашем мире.

Инновации появляются в связи с необходимостью совершенствования экономики.

Основные признаки инновационной экономики рассмотрены на рис.1.

И как показывает практика, чем меньше страна (малая территория, ограниченные ресурсы или сильный недостаток отдельных их видов), тем больше инновационных технологий в ней появляется, так как существует сильная потребность в этом.

В настоящее время в число стран с инновационной экономикой и развитым венчурным бизнесом - важнейшей составляющей инновационной экономики - входят США, Германия, Япония, Австралия, Канада, Швеция, Финляндия, Сингапур, Израиль и другие страны.

Для того чтобы инновационная экономика работала в современном мире, необходимо подготовить общество к этому новшеству.

Основные аспекты в данном случае, должны сводиться к следующему:

- развитие конкуренции;
- создание новых более эффективных производств;

- повышение ценности и работы человеческого капитала в направлении увеличения его креативности и инновационности;
- совершенствование нормативного законодательства в части регулирования отношений в сфере инновационной экономики;
- создание форсайт-центров, форсайт-проектов, дорожных карт, которые позволяют снизить риски внедрения новых продуктов и координировать усилия коллективов-разработчиков;
- внедрение новых профессий для развития инновационной деятельности и т.д.



Рис. 1. Признаки инновационной экономики

В связи с тем, что любые новшества не всегда положительно воспринимаются обществом, инновационный процесс по своей природе имеет многочисленные барьеры.

Кроме того, переход на инновационный путь развития сопряжен не только с многочисленными проблемами экономического и политического характера, но и законодательными, кадровыми и психологическими сложностями.

К числу таких препятствий можно отнести:

- существующие пробелы в российском законодательстве в области инноваций;
- проблемы «утечки кадров»;
- не отвечающая должным образом потребностям инновационного развития действующая система образования.

Стоит также отметить, что инновационный процесс имеет синергетический характер, что в свою очередь также является своеобразным препятствием, т.к. требует необходимости осуществить комплексную работу, охватывающую сразу несколько сфер, и требует взаимодействия государства с обществом.

В итоге, мы имеем множество факторов, которые не позволяют развивать и внедрять инновационные технологии, такие как:

- низкая производительность труда и инновационная активность;
- неэффективные механизмы коммерциализации инноваций;
- слабая инновационная активность частного сектора;
- ограниченный спрос на инновации со стороны бизнеса;
- недостаточно активная поддержка усилий отраслевых бизнес-ассоциаций по стимулированию инновационной деятельности;

- ухудшение качества образования, низкий уровень информированности населения о российских научно-технических достижениях;
- большая доля теневого сектора в экономике;
- коррумпированность;
- непосильные налоги для малого бизнеса;
- неразвитая патентная политика, в том числе человеческий фактор тех людей, которые привыкли к стабильности и не хотят принимать что-либо новое.

Даже при приеме на работу, все организации требуют стаж работы.

В конечном итоге молодежи работает значительно меньше, чем взрослых женщин и мужчин, которым пора на пенсию, которые привыкли к «старым моральным устоям» и не способны понять значимость инновационных технологий в современном мире.

Для инновационной модернизации важен, в первую очередь, системный подход, а не дискретные, точечные мероприятия.

Ввиду всего вышесказанного можно сделать вывод, что для поддержки инновационной деятельности в нашей стране, необходимо предпринять еще целый ряд мер.

© И.Б. Романова, А.Ю. Грищенко, 2018

УДК 330.101

СОХРАНЕНИЕ НЕФТЯНЫХ РЕСУРСОВ СТРАНЫ

**БУШКИНА АНАСТАСИЯ ВЛАДИМИРОВНА,
МАСЛОВ КИРИЛЛ РОМАНОВИЧ,
ОРЛОВ МАКСИМ АЛЕКСАНДРОВИЧ**

Студенты 3 курса, СФУ, ИНиГ

СТАРОВА ОЛЬГА ВАЛЕРЬЕВНА

канд. экон. наук, доцент

ФГАОУ ВО «Сибирский Федеральный Университет»

г. Красноярск, Российская Федерация

Аннотация: в статье дан анализ нефтедобывающих компаний России в рыночных условиях. Приведен прогноз традиционных российских запасов нефти. Рассмотрено мировое потребление нефти. Особое внимание уделяется значимости нефтяного рынка для экономики.

Ключевые слова: нефтяной рынок, запасы, месторождения, добыча, потребление.

PRESERVE OIL RESOURCES OF THE COUNTRY

**Bushkin Anastasia Vladimirovna,
Maslov Kirill Romanovich,
Orlov Maxim Alexandrovich,
Starova Olga Valeryevna**

Abstract: the article analyzes Russian oil companies in market conditions. The forecast of traditional Russian oil reserves is given. The world oil consumption is considered. Particular attention is paid to the importance of the oil market for the economy.

Key words: oil market, reserves, deposits, production, consumption.

Даже когда в мире растет жажда нефти, никто не знает, сколько драгоценного сырья у нас есть.

Так сколько же нефти может добывать мир в настоящее время? Сколько останется для будущих поколений? С ростом спроса и цен на нефть немногие вопросы имеют большую значимость для международной экономики.

Нефтедобывающие компании и страны публикуют оценки своих доказанных запасов по количеству извлекаемой нефти, которое они могут перекачивать с помощью существующих технологий в текущих рыночных условиях. Все это составляет около 1,3 триллиона баррелей по всему миру, достаточно, чтобы держать автомобили, заводы и электростанции человечества в течение 42х лет на нашем нынешнем уровне потребления.

Большая часть добываемой нефти служит для получения самого различного вида топлива, которое хорошо используется для всевозможных сфер человека. Полимеры и резина, строительные материалы, масла, смазки источником производства всего этого служит нефтяные компоненты.

Россия богата и знаменита своим большим хранилищем сырья. Главным сырьем нашей страны является нефть, она же играет большую роль в экономике нашей страны. Мировое потребление нефти растёт с каждым годом.

Нефтяники России увеличили поставку нефти в Европу и Китай по примерным подсчётам на их поставку доводится почти 83%. В последние несколько лет, экспорт на нефть вырос до 14% при маленьком росте добычи [1]. Всё это происходит из-за увеличения предложения нефти на мировом рынке и приводит к обвалу цен на сырьё. Также скачок цен зависит от курса валюты, на рынке экспорт производится не в российских рублях, а в долларах США. Поэтому многое зависит от курса доллара.

Если прогнозировать добычи нефти в России в будущем, то скорее всего она пойдёт на спад, всё из-за истощения запасов. Сейчас большинство крупных компаний добывают легкодоступную нефть, так как геологический ограниченной нефть требует больших и не рентабельных затрат на построение объектов нефтяного промысла. А добыча природного газа возрастет.

На глобальном уровне 2015 и 2016 годы ознаменовали самый низкий уровень открытия новых традиционных месторождений нефти с 1952 года [2]. В 2015 году разведочное бурение снизилось на 16-19 в 2016 году снизилось ещё больше.

В 2015 году в РФ открыли только семь новых месторождений углеводородов, три из которых находятся в Балтийском море. В 2016 году в России было открыто уже 40 многообещающих месторождений P₃ запасов, крупнейшего месторождения Нерцетинское в Тимано-Печорской нефтегазоносной провинции открыло "Роснефти" - составили 17,4 млн. тонн [3].

Резко выделяется с достижениями до санкционного периода, например, в 2014 году было найдено нефтегазоконденсатное месторождение "Победа", как полагают, содержит 130 миллионов тонн нефти и 0,5 трлн кубометров газа.

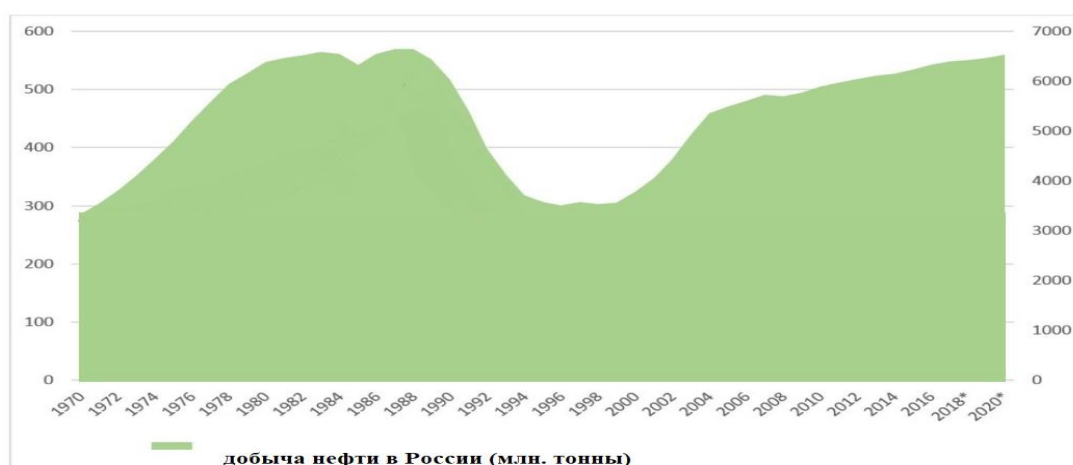


Рис.1. Российская нефтедобыча с 1970 по 2020*(прогноз) [4]

Министерство природных ресурсов и охраны окружающей среды России заявляет, что, не учитывая новых открытий, текущие запасы нефти в России составляют 29 млрд тонн и при нынешних темпах потребления будут истощены к 2044 году (истощение ее P₂ запасов газа произойдет более чем через 160 лет).

И наконец, не следует недооценивать упорство традиционных российских запасов нефти, которые благодаря усовершенствованным методам добычи нефти и дополнительной разведке останутся силой, с которой придется считаться. Поскольку Министерство природных ресурсов России не может объяснить события, которые еще не произошли, его предположение об истощении в 2044 году отражает только присущий ему консерватизм, а не реальные возможности страны.

Несмотря на то, что по предварительным подсчетам, проводимыми различными агентствами в последние годы Россия все же останется крупной нефтедобывающей страной на протяжении всего

XXI века вскрывается ряд проблем, без решения которых могут оправдаться худшие прогнозы. Создание конкурентных уровней добычи нефти и газа связано с поддержанием добычи углеводорода на истощенных месторождениях в добычных и уже довольно старых регионах. Проблемы, связанные с ухудшением качества ресурсного хранилища, становятся всё наблюдательнее.

Месторождения, открытые в советское время, находятся на низком уровне добычи. В нефтяной отрасли увеличивается доля труднодоступных ресурсов. Мы скоро столкнемся с тем, что от нас будут требовать новых технологий и более детального изучения, и моделирования пластов, скважин, чтобы поднять коэффициент извлечения нефти.

Россия может столкнуться с высокой зависимостью от иностранных технологий. Ограничения, санкции, возложенные на РФ, технологии и инвестиции могут пошатать не только устойчивому развитию и всеобъемлющую конкурентность экономики и всех энергетических ресурсов.

Список литературы

1. <https://www.vedomosti.ru/business/articles/2017/06/14/694235-neftyaniki-evropu-kitai>
2. <https://www.rbc.ru/economics/08/05/2016/572f78a99a79476f4d4c80dd>
3. <https://cyberleninka.ru/article/n/perspektivy-obnaruzheniya-slantsevyh-mestorozhdeniy-v-timano-pechorskoy-provintsii>
4. <http://www.businessinsider.com/when-will-russia-run-out-of-oil-2017-4>
5. Главная страница / Месторождения нефти и газа / Шельф / Южно-Карскийбассейн/Победа–2018г–URL: http://www.nftn.ru/oilfields/offshore/juzhno_karskij_bassejn/pobeda/19-1-0-1335

УДК 65.012.43

АВТОМАТИЗАЦИЯ ПОДПРОЦЕССОВ МЕНЕДЖМЕНТА ПЕРСОНАЛА

ЛЕМАНОВ ВЛАДИСЛАВ ВАЛЕРИЕВИЧмагистрант
Поволжского государственного университета сервиса,
г. Тольятти, Россия

Аннотация. В настоящее время автоматизация является весьма актуальным и важным направлением в области теории и практики управления бизнес-процессами. Ее основной целью является повышение социально-экономической эффективности предприятия посредством целенаправленного внедрения программных и аппаратных систем, повышающих скорость и точность реализации бизнес-процессов и при этом минимизирующих ошибочные действия и решения, возникающие под влиянием так называемого «человеческого фактора»

Ключевые слова: автоматизация, менеджмент, управление, персонал, информационные технологии

AUTOMATION OF SUBPROCESSES OF PERSONNEL MANAGEMENT

Lemanov Vladislav Valerievich

Abstract: At present, automation is a very relevant and important area in the field of theory and practice of business process management. Its main goal is to increase the social and economic efficiency of the enterprise through the targeted introduction of software and hardware systems that increase the speed and accuracy of business process implementation and at the same time minimize the mistakes and decisions that arise under the influence of the so-called "human factor".

Keywords: automation, management, management, personnel, information technology.

Автоматизация, по мнению Я. Кудря, означает наиболее рациональное распределение вычислительной и производственной нагрузки между человеком и машиной, баланс которого зависит от конкретного предприятия и целей автоматизации [2]. Одним из основных требований для проведения автоматизации бизнес-процессов является перевод предприятия на процессную модель управления – задача, сложность которой зависит от масштаба и специфики деятельности предприятия.

Существующий уровень развития программного обеспечения позволяет автоматизировать значительное число подразделений и охватить подавляющую часть бизнес-процессов и подпроцессов предприятия. Уровень и глубина автоматизации зависит как от бюджета предприятия, так и от его IT-стратегии. В большинстве случаев IT-стратегия тесно увязывается с общей корпоративной стратегией предприятия, занимая важные сегменты в планах его развития [6].

Процесс управления персоналом можно представить в виде множества согласованных, постоянно принимаемых и реализуемых решений, направленных, в конечном счете, на достижение главной цели функционирования организации. Выработка каждого из этих решений должна быть информационно обеспечена [4].

Современные информационные технологии управления сделали возможной настоящую революцию в сфере менеджмента персонала. Благодаря быстрому доступу к базе данных по всем кадро-

вым ресурсам предприятия, оперативному поиску необходимой информации и возможности отбора комплекса данных по заданным критериям существенно повысились уровень и скорость принятия решений. Данные технологии также помогают автоматизировать и систематизировать шаблонные подпроцессы, освобождая тем самым время и силы для решения стратегических менеджерских задач.

Среди многочисленных программных продуктов особой популярностью пользуется «1С: Битрикс-24», представленный коробочным вариантом в версии «корпоративный портал» – система управления внутренним информационным ресурсом компании для коллективной работы над задачами, проектами и документами, для эффективных внутренних коммуникаций и управления продажами с помощью CRM.

С помощью данной программы каждый административный сотрудник компании получает следующие инструменты для работы:

- онлайн-планинг с возможностью самоконтроля сроков и трудозатрат на выполнение каждой задачи;
- возможность внутренних и внешних коммуникаций, работать в группах, находясь на своем рабочем месте (в режиме бизнес-чата и видеозвонков, мгновенного обмена сообщениями);
- возможность делегирования задач в другие подразделения с контролем сроков их исполнения;
- возможность быть в курсе событий, единое информационное поле для всех сотрудников компании без исключения;
- возможность направлять отчет руководителю о выполненных в заданном временном промежутке задачах;
- возможность планировать свои встречи и собрания;
- возможность совместно работать с документами, как с утвержденными, так и на этапе их разработки.

Менеджеры по персоналу получают удобный инструмент, с помощью которого появляется возможность в оперативном режиме:

- осуществлять визуальное управление структурой и наглядно отображать иерархию подразделений компании. Достаточно беглого взгляда на структуру, чтобы быстро определить подразделение, отвечающее за определенную функцию в компании. Так же быстро определяется и сотрудник, выполняющий конкретные обязанности в рамках выбранного подразделения. Появилась возможность реформировать структуру отдела и состав структурного подразделения за считанные секунды;
- работать со списком сотрудников и их контактными данными;
- представлять вновь принятого сотрудника всем сотрудникам компании одновременно благодаря персональной странице сотрудника;
- контролировать несоблюдение режима труда и отдыха персонала даже в удаленном режиме, т.к. график отсутствий сотрудников обновляется в оперативном режиме;
- доводить информацию и объявления до персонала с использованием живой ленты и выбора лиц, которым она адресована, с возможностью получения моментальной обратной связи. Это сократит затраты рабочего времени на подобные процедуры;
- использовать онлайн-инструменты оценки и мотивации персонала;
- проводить обучение персонала без использования дополнительных инструментов.

Проект по внедрению «1С: Битрикс-24» позволит модернизировать систему и практику менеджмента персонала. Данный проект может быть доработан в самой организации с учетом ее специфики. В частности, могут быть разработаны и внедрены мобильные приложения в локальной сети самой организации, позволяющие в реальном режиме времени отслеживать текущую работу удаленного персонала. Применение данных программ позволит быстро реагировать на ситуацию в компании и принимать решения по работе с персоналом.

Преимущество проекта автоматизации подпроцессов менеджмента персонала в том, что он реализован с помощью Web-технологии и позволяет создавать в компании единое информационное

поле. Успешная реализация проекта позволит значительно сократить сроки формирования задач и повысить эффективность работы персонала. Вести данные о сотрудниках, осуществлять мотивацию их работы, контролировать производительность труда можно в оперативном режиме. Проект «1С: Битрикс-24» дает возможность отслеживать работу отделов, что позволит в перспективе проводить анализ и составлять отчеты о работе руководящим составом организации.

При внедрении автоматизации любая компания может столкнуться со следующими основными проблемами:

1. Недооценка временных затрат. Автоматизация бизнес-процессов – проект, состоящий из двух элементов:

- автоматизация – использование новой информационной системы для работы сотрудников. Чтобы выполнить эту часть работы, потребуются серверы и лицензии, техническое задание, настроенная программа и обученные сотрудники. Автоматизация поддается планированию, когда в системе используют конкретные функции, которые есть изначально;

- бизнес-процессы – последовательности действий сотрудников, направленных на достижение конкретного результата. Шаги описываются с точностью до того, что делает сотрудник, какую информацию он видит, какую информацию он передает коллегам, в какие сроки он выполняет задачу. Шаги фиксируются в техническом задании, чтобы программисты реализовали их в системе. Описание процессов поддается планированию плохо, потому что последовательность шагов и информацию, которая и составляет бизнес-процессы, знают только сами сотрудники. Информацию нужно из них «достать». Возможно, она не регламентирована, но она существует, потому что бизнес функционирует.

2. Сопротивление персонала. Преодолеть его помогают:

- последовательность руководства. Если руководитель не отстает от проекта, то так или иначе сотрудники будут работать в системе;

- вовлечение сотрудников на ранних стадиях проекта. Сотрудникам необходимо дать понять, что происходит, как меняются задачи и почему. Должны быть заготовлены заранее ответы на вопросы в духе: «Почему я в Excel вбивал имя и телефон, а теперь я указываю еще и отрасль, должность, день рождения и количество детей?»;

- интерфейс программы. Людей пугают и путают сложные интерфейсы. Чтобы снять сопротивление персонала, необходимо настроить интерфейс подходящим для каждой роли соответствующим образом;

- жизненно важные операции в программе. Необходимо исключить возможность сотрудникам выполнять работу по-другому, кроме как через программу. Например, после внедрения процедуры согласования договоров в программе руководство должно отказаться от согласования в бумажном виде [2].

3. Боязнь потерять сотрудников. Любой управленец опасается, что новая программа не подойдет сотрудникам, и они уволятся, что повредит бизнесу.

Поэтому вместе с автоматизацией подпроцессов менеджмента персонала необходима и соответствующая мотивация. Важно показать сотруднику позитивные изменения от программы лично для него. Если сотрудник боится прозрачности, потому что обманывает работодателя, то он не представляет ценности для компании и с ним можно расстаться.

При анализе использования информационных продуктов очевидно, что большая их часть направлена на управление сотрудниками. Однако при принятии решений в управлении человеческими ресурсами информационные технологии используются незначительно. В связи с этим руководству любой компании необходимо акцентировать внимание управленческого персонала каждого направления деятельности на одном из основных векторов развития компании – эффективном управлении персоналом всех уровней с использованием имеющихся в компании информационных технологий. При этом под основным эффектом можно подразумевать повышение управляемости и производительности в той деятельности, которая была автоматизирована [4;6]. Речь идет о достижении следующих результатов:

- сокращение времени и средств на работу с информацией и документами;

- обеспечение консолидированного представления всех данных и документов;
- минимизация времени осуществления доступа к информации;
- стандартизация и автоматизация бизнес- процессов;
- поддержание актуализации нормативной документации путем внесения необходимых изменений;
- организация эффективной защиты данных;
- минимизация времени на обучение новых сотрудников;
- интеграция обмена данными с внешними информационными системами [5].

Таким образом, основным результатом автоматизации кадровых бизнес-процессов становится эффективное использование человеческих ресурсов компании.

Список литературы

1. Корнеева, Е. Н. Менеджмент изменений в современных условиях [Текст] // Вестник Поволжского государственного университета сервиса. Серия: Экономика. 2014. № 6 (38). С. 117-120.
2. Крайнева, Р.К. Повышение роли знаний в условиях современного менеджмента [Текст] // Экономика и управление: новые вызовы и перспективы. 2012. №3. С. 252-254.
3. Кудря, Я. Повышение эффективности управления культурой экономического развития корпораций: ориентиры и рекомендации [Текст] / Я. В. Кудря // Менеджмент сегодня. - 2016. - № 6. - С. 344-352.
4. Озерова, Т.С. Основные направления развития консалтинга в сфере услуг [Текст] // В сборнике: ЭКОНОМИКА. СОЦИОЛОГИЯ. ПРАВО материалы международной научно-практической конференции. Институт управления и социально-экономического развития; Саратовский государственный технический университет. 2016. С. 65-69.
5. Пережогина, К.А. Инновационные изменения в системе управления персоналом [Текст] // Молодой ученый. – 2015. – №4. – С. 403-408.

УДК 621.59

СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ПРАКТИЧЕСКАЯ РЕАЛИЗАЦИЯ МЕТОДА УТИЛИЗАЦИИ ИЗБЫТОЧНОГО ДАВЛЕНИЯ ПРИРОДНОГО ГАЗА

ПОДЛЕПЕЦКАЯ АННА ВЛАДИМИРОВНА

магистрант

ФГБОУ «Санкт-Петербургский государственный архитектурно-строительный университет»

Анотация: В данной статье рассказывается о современном состоянии и практической реализации метода утилизации избыточного давления природного газа с применением турбодетандерных установок. Сравниваются и описываются отечественные и зарубежные разработки. Выявляются недостатки и достоинства современных методов утилизации избыточного давления газа.

Ключевые слова: природный газ, энергия, энергосбережение, давление, турбодетандер, газораспределение, утилизация, холод.

CURRENT STATUS AND PRACTICAL REALIZATION OF THE METHOD OF DISPOSAL OF EXCESS NATURAL GAS PRESSURE

Podlepetskaya Anna Vladimirovna

Abstract: This article describes the current state and practical implementation of the method of utilization of natural gas overpressure with the use of turbo-expanders. Domestic and foreign developments are compared and described. Shortcomings and advantages of modern methods of utilization of excess pressure of gas are revealed.

Key words: natural gas, energy, energy saving, pressure, turbo expander, gas distribution, recycling, cold.

В настоящее время при транспортировке природного газа по магистральным трубопроводам с высоким давлением требуется производить понижение (редуцирование) давления с безвозвратной потерей энергии перед подачей его потребителям, при котором возникает резкое понижение температуры (на 30-45 °С). Для предотвращения выпадения кристаллогидратов при расширении и охлаждении газа применяются различные способы подогрева газа перед его редуцированием на газораспределительных станциях с затратами дополнительной энергии или сжигание в подогревателях определенного количества транспортируемого газа.

Одним из важнейших способов решения проблем энергосбережения является утилизация вторичных энергоресурсов избыточного давления и получения электрической энергии в детандер-генераторных агрегатах на узлах дросселирования газа. Проблема рационального применения потенциальной энергии газа, который редуцируется на ГРС или ГРП продолжает оставаться актуальной. Ее решение возникло за рубежом и продолжает развиваться во всем мире. Известна работа более двухсот установок для выработки электроэнергии в мире на сегодняшний день [1, с.35]. Зарубеж-

ный и отечественный опыт применения турбодетандерных технологий для утилизации энергии избыточного давления с выработкой электроэнергии и холода на ГРС или ГРП [2, с.66] показывает их высокую энергетическую эффективность в работе и позволяет выделить их надежность, высокую экологическую безопасность, простоту в обслуживании, низкую материалоемкость и капвложения.

В зарубежной практике (в 11 странах) известен опыт рекуперации теряемой энергии с помощью турбодетандеров, которые преобразуют перепад давления в механическую энергию для привода электрогенераторов. Этот метод реализуется в отдельных регионах России (Мосэнерго, Ростовэнерго, Чувашэнерго) [3, с.90]. В этом случае происходит резкое снижение температуры транспортируемого газа (на 70-100 °С) и возможно выпадение кристаллогидратов, при которых турбодетандеры становятся неработоспособными, что компенсируется большим увеличением подогрева газа на входе в турбодетандер. Технологический процесс на ГРС заметно усложняется, возникают большие энергетические затраты при введении турбодетандерного способа рекуперации энергии расширения газа, но его использование становится оправданным.

Впервые освоение перепада давления природного газа на ГРС с использованием турбодетандеров началось в 1947 г. [4, с.258]. В 1959-1961 гг. была создана и испытана первая установка по производству холода и электроэнергии на ГРС-1 г. Киева [5, с.368]. Дальнейшие разработки и исследования в области использования потенциальной энергии дросселируемых потоков природного газа привели в 80-х годах к созданию утилизационных установок ДГА-2500 и УКС2-300 объединением «Союзтурбогаз» [6, с.2]. Также велись работы в этом направлении и за рубежом. Следующие компании и фирмы разработали и ввели в эксплуатацию утилизационные установки:

1. В 1982 г. компания «San Diego and Electrics» и фирма «Rotaflow» вводят в эксплуатацию ДГА для выработки электрической энергии в Калифорнии и в 1983 г. аналогичную установку на месторождении газа [7, с.196]. С 1990 г. фирма «Rotaflow» находится в составе группы компаний «Atlas Copco» и предлагает широкий ассортимент турбодетандеров, которые обеспечивают выработку электроэнергии;

2. Для использования энергии дросселируемого газа турбодетандеры разрабатывает американская фирма «Dresser Industries»;

3. Фирма «Stewart and Stevenson» подчеркивает высокую окупаемость производимых турбодетандерных установок;

4. В 1987-1988 г. фирма «React Energy of Canada» выпустила ряд турбодетандеров для привода электрогенераторов, компрессоров и водяных насосов [7, с.196];

5. С 70-х годов немецкая фирма «Linde Aktiengesellschaft» производит турбодетандерные установки, где вырабатывается электроэнергия и используется холод газа после них [4, с.258];

6. В 80-х годах другая немецкая фирма «GHH Sterkrade» создает детандер-генераторный агрегат для ГРС химического завода;

7. Фирма «AEG-Kanis» установила на электростанции Herdecke турбодетандер KR-16;

8. С 1965 г. введен в эксплуатацию французской фирмой «С.Е.М.» утилизационный турбодетандер на ГРС электростанции Artikes;

9. Турбодетандерная установка фирмы «Linde» установлена на химкомбинате г. Парди с 1976 г. для выработки электроэнергии и холода [4, с.258];

10. Для получения электрической энергии на ГРС г.Падуя в 1985-1986 гг. установлены два последовательно соединенных турбодетандера, при этом предусмотрен предварительный подогрев газа, поступающего в ГРС [4, с.258];

11. С целью выработки электроэнергии в эксплуатации находятся аналогичные установки на ГРС городов Равенна, Феррара и Менсио;

12. Утилизационные турбодетандеры спроектированы со степенью понижения давления равной 3 фирмой «АСЕС» для выработки электроэнергии на ГРС;

13. На ГРС сетей компании British Gas в Кенте установлен турбодетандер фирмой «ABB Energie»;

14. Перед турбодетандером, установленным в 1987 г. на ГРП в г. Гронингеме фирмой «ABB

Turbinen», и после расширения до промежуточного давления газ подогревается [6, с.2];

15. Конструкция установок компании OMRAT подразумевает полностью автоматизированную эксплуатацию и дистанционное управление; определяются как надежные, экологически безопасные и бесперебойные источники энергоснабжения;

16. В Украине в 1988 г. разработана фирмой ОАО «Турбогаз» турбодетандерная установка УТДУ-2500 и в 1991 г. введена в эксплуатацию на ГРС – 7 «Харьковтрансгаз» [8, с.23].

Таким образом, в современных системах газораспределения для утилизации энергии избыточного давления природного газа существует достаточно широкое разнообразие турбодетандерных установок, которое охватывает различные области их использования.

Дальнейшее совершенствование технологии на отечественных предприятиях опирается на накопленный зарубежный опыт.

Концепция развития энергетики ПАО «Газпром» на основе собственных электростанций и энергоустановок, одобренная постановлением правления ПАО «Газпром» №52 от 28.09.2000, подразумевает целый комплекс работ [9, с.101]. На сегодняшний день в России созданы и находятся в эксплуатации утилизационные турбодетандерные установки для выработки электроэнергии за счет энергии, получаемой при дросселировании газа на ГРС.

В 1995 г. компания ОАО «Криокор» получила первый успешный результат при установке на ГРП ТЭЦ-21 «Мосэнерго» двух агрегатов ДГА-5000 мощностью по 5 МВт. В работах [10, с.15] описан опыт эксплуатации, анализ результатов работы и проведенных испытаний.

Следует отметить непрерывную работу отечественных компаний по усовершенствованию конструкций турбодетандеров, предназначенных не только для преобразования избыточного давления редуцируемого природного газа в электроэнергию, но и в других областях использования агрегатов. Для развития данного направления в России в широком ассортименте выпускается отечественное оборудование.

Фирмой «Автогазсистема-Бис» был учтен опыт работы как отечественных предприятий («Криокор» и «Союзтурбогаз»), так и зарубежных производителей, и разработан пневмоэлектрогенераторный агрегат ПЭГА. Одним из основных принципов, отличающим агрегат от аналогов, стало применение турбин работающих при перепаде давления газа от входа к выходу в диапазоне от 1,8 до 3,5 раз, исключаящее переохладение газа (до -80°C и ниже). При указанных перепадах давления температура выходящего из турбины газа снижается, что позволяет:

- при утилизации вырабатываемого холода эксплуатировать агрегаты без предварительного подогрева газа;

- утилизировать вырабатываемый холод с использованием традиционных рассольных хладоносителей или антифризов;

- применять агрегаты без подогрева газа на ГРП с отдаленным расположением потребителей;

- использовать для подогрева газа низкопотенциальные источники тепла.

При использовании такой технологии производства электроэнергии появляется сопутствующий эффект - вырабатывается значительное количество холода. В связи с тем, что температура газа может достичь недопустимо низких значений по условиям эксплуатации, газ обычно подогревают и затрачивают дополнительные энергоресурсы. Оригинальная конструкция агрегатов позволяет комплексно использовать «бросовую» энергию газа на ГРС для выработки электроэнергии и холода экологически чистым способом без предварительного подогрева газа.

Возможно включение агрегатов ПЭГА в газовую сеть последовательно, параллельно, комбинированно, формируя энергоблоки необходимой мощности (до 8-10 МВт) [11, с.97]. Единичная установленная мощность, схема включения количество агрегатов для каждого проекта определяется индивидуально в зависимости от параметров работы ГРС, от спроса потребителей в электрической энергии и холоде. При этом конструкция ПЭГА позволяет повысить эффективность работы комплекса в условиях сезонного и суточного колебания расходов газа за счет отключения газа отдельных агрегатов

В 2000 г. на компрессорной станции «Курская» ООО «Мострансгаз» в эксплуатацию введен энергоблок ЭНБ-600. По постановлению Правительства г. Москвы [12] на ГРС «Южная» ГУП «Мос-

газ» была сооружена пилотная установка с энергоблоком уставленной мощности 2100 кВт. В 2012 г. во время реконструкции ГРС «Южная» была произведена модернизация энергоблока с увеличением мощности до 2400 кВт при замене одного агрегата.

Продукцией всего энергохолодильного комплекса является электроэнергия, поток холода для охлаждения камер и водяной лед. Технология использования полученного холода подразумевает строительство холодильника, в камерах которого температура газа повышается за счет охлаждения воздуха, и далее газ возвращается в распределительный трубопровод потребителям. В [13] было подсчитано, что при проходе через агрегат ПЭГА газа с расходом 10 тыс. м³/ч и снижении его давления в два

раза может вырабатываться до 100 кВт·ч электричества и столько же «холода» и при этом экономия топлива может составить 0,125 т у.т./ч.

Главным недостатком в предложенном методе [14, с.73] охлаждения камер является взрывоопасный агент внутри помещения. Также современные температурные требования морозильных камер достаточно жесткие и отличаются от возможностей, которые предоставляет агрегат ПЭГА, но найдено решение [13] в виде использования промежуточного хладагента и теплообменника, что позволит значительно снизить нагрузку на холодильные машины и уменьшить общее потребление комплексом электрической энергии. Параметры газа при этом не нарушаются и остаются теми же, что и при работе без энергоблока.

К настоящему времени находятся на разных стадиях разработки проекты по внедрению энергохолодильных комплексов с агрегатами ПЭГА на объектах ОАО «Мосгаз». Непосредственно около энергоблока ГРС «Южная» в 2007 г. предложено решение по сооружению холодильника на 20 тыс. тонн с промежуточным теплоносителем. При работе ПЭГА вырабатывается 1 кВт холода на 1 кВт электроэнергии. Норма загрузки такого промышленного холодильника составляет 0,25 т/м². Температура в камерах хранения упакованных замороженных грузов составляет -25°С, а в камерах для хранения другой продукции от 2°С до -25°С. Производительность льдогенератора с барабаном рассольного охлаждения составляет в среднем 7 кг/ч чешуйчатого льда на 1 кВт холодильной мощности.

При эксплуатации агрегаты ПЭГА показали себя эффективными и экономичными в работе, надежными и безопасными, хорошо адаптирующимися с газовой и электроэнергетической системами [13].

Список литературы

1. Агабабов, В.С. Определение энергетической эффективности использования детандер - генераторного агрегата в системах газоснабжения / В.С. Агабабов, А.В. Корягин // Теплоэнергетика. - 2002. - №12. - С. 35-38.
2. Иванюк, В.А. Турбодетандерные технологии производства электроэнергии / В.А. Иванюк, Д.А. Костенко, А.Н. Шаповалов // Газовая промышленность. - 2004. - № 8. - С.66 - 67.
3. Обзор современных конструкций турбодетандерных генераторов: проспект компании НТЦ «Микротурбинные технологии». – 2009. – 90 с. URL:<http://stc-mtt.ru/wp-content/uploads/2011/05/0000x.pdf>
4. Степанец, А.А. Энергосберегающие турбодетандерные установки/ А.А. Степанец, А.Д. Трухний. - М.: ООО «Недра-Бизнесцентр», 1999. - 258 с.
5. Клименко, А.П. Сжиженные углеродные газы / А.П. Клименко. - М.: Недра, 1974.- 368 с.
6. Твердохлебов, В.И. Утилизационные установки для ГРС и КС / В.И.Твердохлебов, В.П. Мальханов // Газовая промышленность. - 1985. - №7.
7. Мальханов, О.В. Разработка технологических схем и методов расчетов энергосберегающих турбодетандерных установок.: Дис. ... канд. техн. наук. - М., 2009. -196 с.
8. Кириллов, Н.Г. Сжиженный природный газ: анализ мирового рынка и перспективы отечественного производства / Н.Г. Кириллов, А.Н.Лазарев, Ю.Н. Ярыгин, Ю.В. Дроздов, Т.Б. Белозерова //Газохимия. - 2010. - №6 (16). – С.23-29.

9. Белоусенко, И.В. Концепция развития энергетики ОАО «Газпром» на основе применения собственных электростанций / И.В. Белоусенко, А.М. Хазин // Газовая промышленность. – 2003. - № 11. - С. 101

10. Гуськов, Ю.Л. Опыт эксплуатации детандер-генераторного агрегата на ТЭЦ-21 Мосэнерго / Ю.Л. Гуськов, В.В. Малянов, Ю.Л. Давыдов, В.С. Агабабов // Электрические станции. – 2003. - №12. - С. 15-17.

11. Аксенов, Д.Т. Утилизация бросовой энергии газа на ГРС /Д.Т. Аксенов // Газовая промышленность. – 2003. - №6 - С. 97.

12. Постановление Правительства Москвы от 09.10.2001 № 912-ПП "О Городской программе по энергосбережению на 2001-2003 годы в г. Москве": утв. Правительством Москвы 09.10.01. URL: <http://base.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=MLAW;n=33237>

13. Аксенов, Д.Т. Выработка электроэнергии и «холода» без сжигания топлива /Д.Т. Аксенов // Энергосбережение. – 2003. - № 3. – URL: http://www.abok.ru/for_spec/articles.php?nid=2088

14. Аксенов, Д.Т. Энергохолодильный комплекс, работающий за счет бросовой энергии избыточного давления газа на ГРС (ГРП) /Д.Т. Аксенов // Газовая промышленность. – 2006. - №6 - С. 73.

УДК 330

КОРПОРАТИВНАЯ СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ КАК ФАКТОР КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ КОМПАНИИ

МАСКАКОВА АНАСТАСИЯ ВЯЧЕСЛАВОВНАМагистрант
ФГБОУ ВО «Самарский государственный экономический университет»

Научный руководитель: к.э.н., доцент Трошина Е.П.

Аннотация: в статье изучается корпоративная социальная ответственность, как конкурентное преимущество, рассматриваются проблемы корпоративной социальной ответственности в момент кризиса, изучаются основные плюсы корпоративной социальной ответственности в кризис, предлагаются возможные способы сохранения устойчивого конкурентного преимущества в современных рыночных условиях.

Ключевые слова: конкурентоспособность, конкурентное преимущество, корпоративная социальная ответственность, бизнес, кризис.

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY AS A FACTOR OF COMPETITIVENESS OF THE COMPANY

Maskakova Anastasia V.

Abstract: the article examines corporate social responsibility as a competitive advantage, the problems of corporate social responsibility at the time of crisis are considered, the main advantages of corporate social responsibility in crisis are studied, the possible ways of preserving a stable competitive advantage in modern market conditions are offered.

Key words: competitiveness, competitive advantage, corporate social responsibility, business, crisis.

Сегодня в условиях ужесточения конкуренции компании все активнее ищут всевозможные способы повышения конкурентоспособности. Немногие компании в условиях современной рыночной экономики в состоянии противостоять влиянию конкуренции и рынка. Чтобы успешно действовать на рынке, необходимо развивать устойчивые конкурентные преимущества.

Конкурентное преимущество организации – эксклюзивная ценность, уникальные ресурсы, которыми владеет организация, и которые являются стратегически важными для ее сферы бизнеса. Они обеспечивают превосходство на рынке и позволяют организации не только выживать в конкурентной борьбе, но и побеждать в ценовой и неценовой конкуренции.

На сегодняшний день имидж и репутация любой организации сильно зависит от занимаемой ею социальной позиции. Нынешнее общество оценивает деятельность компаний, не только по производственным и финансовым показателям, но и по социальным: каким образом организация осуществляет свою деятельность, как заботиться о персонале, насколько ее деятельность совпадает с интересами других участников рынка и всего общества в целом.

Социальная ответственность (СО) в отличие от юридической подразумевает определенный

уровень добровольного отклика компаний, который лежит вне требований, определяемых законом, на социальные проблемы общества. К проявлениям социально ответственного поведения относятся: благотворительность, социальное предпринимательство, спонсорство, волонтерская деятельность, запуск грантовых программ и др.

Корпоративная социальная ответственность (КСО) трактуется сегодня как добровольный, деловой, дополнительный вклад бизнеса в развитие общества в социальной, экономической и экологической сферах, напрямую связанный с основной деятельностью компании и выходящий за рамки определенного законом минимума.

КСО представляет собой активность коммерческих компаний, которые ставят задачу, получения максимальной прибыли, но также принимают участие в жизни общества. Такая инициативность может приносить организации определенную выгоду, умножая ее капитализацию. Так называемая стратегическая филантропия помогает компаниям максимизировать прибыль и достигать рыночных целей, параллельно решая задачи социального развития. Подобная активность положительно сказывается на имидже, мотивирует работников компании и, следовательно, содействует достижению бизнес-результатов. Но проанализировав несколько компаний, для которых КСО является ключевым фактором их конкурентоспособности, было замечено, что в период кризиса данное конкурентное преимущество ослабевает.

Куда же тогда исчезает КСО в кризис? На основе изученных опросов руководителей разных компаний, можно сделать следующий вывод.

В первую очередь экономический кризис негативно влияет на деятельность компаний, которым приходится сокращать расходы. Только крупные, перспективные компании способны демонстрировать КСО, но даже они вынуждены экономить на социальной политике. Также важно отметить, что в связи с отсутствием эффективного механизма стимулирования социально-ответственных компаний в условиях кризиса, учащаются случаи нарушения трудового и налогового законодательства. В условиях экономической нестабильности, компании сосредотачивают все свои ресурсы и мощности на выживание в тяжелой конкурентной борьбе, а также сокращают свои расходы путем увольнения сотрудников, уменьшения вознаграждения персонала, использования некачественного сырья, а также сокращают уплату налогов. Исходя из этого, социальная ответственность одна из первых отходит на задний план. Компании перестают использовать программы КСО, перераспределив эти затраты, на более важный для них инструмент, тем самым надеясь, что это будет выгодно. Однако следует вспомнить одно из главных преимуществ КСО. Даже если краткосрочные издержки, связанные с КСО высоки, то в долгосрочной перспективе они могут стимулировать прибыль, поскольку у потребителей формируется привлекательный имидж компании.

Стоит отметить, что в момент кризиса прослеживается большая пропасть в доверии между обществом, бизнесом и государством. Покупатель не уверен, что компании, предлагают качественные и безопасные продукты. Ни для кого не секрет, что бизнес зависит от доверия людей к организации. Так как в противном случае покупатель никогда не воспользуется услугами той компании, которая вызывает у него сомнение. Получается кризис доверия - никто никому не верит. Вкладчики не доверяют банкам, сотрудники не доверяют работодателям, поставщики не доверяют кредиторам, инвесторы не доверяют рейтинговым агентствам. Не доверяя друг другу каждый перестраховывается, и тем самым усугубляют ситуацию.

Принципы КСО – принципиально иные: открытость, последовательность, ответственность не только за нынешнее, но и за будущее влияние деятельности компании на внешний мир. И наконец – диалог. Обязательной является обратная связь. Один из ключевых принципов КСО – социальная политика компании должна строиться на основе ведения диалога со всеми заинтересованными сторонами. У каждой компании есть свои заинтересованные стороны (стейкхолдеры). Стейкхолдеры относятся к тем группам, без поддержки которых организация прекратила бы свое существование. В условиях кризиса крайне важно общение со всеми заинтересованными сторонами, поиск совместных, пусть даже компромиссных решений, по возможности максимально устраивающих всех участников бизнеса. Доверительное отношение со стороны стейкхолдеров может послужить неким помощником в

момент кризиса. Следовательно, помочь избежать банкротства и пережить кризис. Получается, если вести СО бизнес, удовлетворяя и взаимодействуя с заинтересованными сторонами, сотрудничая, вовлекая их в принятие решений, учитывая их мнения и пожелания, то в нужное время, они окажутся полезными. Поэтому можно сделать вывод, что КСО компаний может способствовать росту бизнеса в кризисное время и укреплять доверие между компаниями и покупателями. В момент кризиса, когда потребитель чувствует, что компания с ним рядом, что ей не все равно, разделяя насущную проблематику клиента, то клиент останется преданным этой компании. Это хорошо для бизнеса - это не бремя, это та самая опора в кризис. Ответственность является двигателем бизнеса.

Теперь, хотелось бы перейти к вопросам: Как бизнесу сохранить свое ключевое конкурентное преимущество и быть социально-ответственным в сложный для него период? Каковы основные плюсы КСО в кризис?

Как уже было замечено ранее, роль КСО заключается, прежде всего, в организации взаимоотношений со стейкхолдерами как вне, так и внутри компании. Данная задача может и должна сыграть свою существенную роль в условиях экономической нестабильности. Компании, которые на протяжении длительного времени ведут СО бизнес, организуя благотворительность, социальные программы, постоянно поддерживая своих сотрудников, предоставляя им социальные пакеты и многое другое, могут считать себя защищенными в кризис. Потому что, в момент кризиса уже должна наступить отдача. Здесь можно вспомнить, что КСО нацелена на долгосрочную перспективу. Компания сможет приумножить прибыль в будущем благодаря КСО. В то же время, компания, которая настойчиво проводит политику КСО в условиях кризиса, способна заработать себе значительный авторитет и укрепить свои позиции. Здесь поможет соблюдение принципов КСО в отношении уплаты налогов и выпуска качественной продукции, сохранение человеческих отношений с работниками – бывшими и нынешними, соблюдение прав человека и экологии, грамотно выстроенное взаимодействие с местным сообществом.

Но, сейчас хотелось бы вспомнить опрос руководителей компаний, которые утверждают, что принципы КСО в кризис могут использовать только крупные компании, так как малому и среднему бизнесу сложно пережить кризис даже без КСО. Из этого назревает вопрос: Неужели для малого и среднего бизнеса нет других путей, кроме как увольнять сотрудников, использовать некачественное сырье, тем самым ухудшая свою репутацию, стремясь к банкротству?

Если данные группы компаний не могут сохранять свои финансовые показатели, продолжая финансировать социальные программы, для них есть оптимальный выход: замещение благотворительных программ и спонсорских проектов волонтерством и корпоративной филантропией, которые позволят им остаться социально-ответственными. И главный плюс в том, что это не требует дополнительных затрат.

Другими способами взаимодействия с сотрудниками являются корпоративное волонтерство и фандрайзинг. Под корпоративным волонтерством или добровольчеством понимаются действия компании по поддержке участия своих сотрудников в делах местного сообщества на общественных началах. Волонтеры могут участвовать в проектах по адаптации социально незащищенных групп населения, обучению различных целевых групп, охране окружающей среде. Корпоративное волонтерство позволяет усилить лояльность и мотивацию сотрудников. Также еще есть такой интересный инструмент, как корпоративный фандрайзинг, который заключается в сборе средств у сотрудников и внешних лиц для реализации компанией социальных проектов. Это может осуществляться через отчисление компанией средств на благотворительность при покупке клиентами особых товаров или услуг, проведение благотворительных базаров, спортивных мероприятий и выставок, периодическое отчисление сотрудниками средств на социальные программы компании. Для сотрудников это может быть возможностью проявить творчество и организационные навыки, популяризируя бренд компании во внешней среде. Преимуществом корпоративного фандрайзинга для компании является его относительно низкая стоимость при правильном внутреннем пиаре. Еще одним хорошим инструментом можно назвать создание нефинансовых отчетов в области устойчивого развития в соответствии с определенными стандартами. Подобные отчеты ежегодно отражаются на сайтах компаний и имеют

неограниченный доступ. Это является большим преимуществом, так как каждому потребителю можно без всяких затруднений ознакомиться с деятельностью компании в любой момент, тем самым убедившись в чистоте намерений компании.

Исходя из вышесказанного, необходимо отметить, что реализация принципов корпоративной социальной ответственности в настоящее время предполагает определенные риски для компаний, обусловленные неопределенностью факторов внутренней и внешней среды хозяйствования. Однако высокие риски сопровождаются значительной степенью компенсации – увеличением прибыли, привлечением инвесторов и клиентов, лояльностью государства и местных сообществ.

Бизнес обязан помнить о принципах КСО вне зависимости от положения на рынке. Во время кризиса, общество намного более отзывчиво, население следит за новостями и за каждым выступлением Правительства. Задача КСО – воспользоваться этим моментом и еще раз привлечь внимание жителей страны не только к насущным проблемам, но и к долгосрочным вложениям, призванным защитить общество в будущем. КСО позволяет преодолевать кризис сначала в головах персонала, населения, клиентов предприятий. Также во время кризиса потребителю явно видно для каких компаний КСО является частью жизни организации, а для каких – декларативной фишкой. Разработка программ КСО позволит обеспечить основу для выхода из кризиса.

Кризис позволяет с оптимизмом смотреть вперед: слабые уходят, сильные остаются и выигрывают. КСО способствует стабильному устойчивому развитию не только компании в долгосрочной перспективе, но и внешней среды, элементом которой она является.

КСО компаний улучшают жизнь общества. В благополучном обществе благоприятнее условия и для бизнеса. Ведь, если бы не было общества, то не было бы и бизнеса.

Список литературы

1. Заплетина С.Н. Корпоративная социальная ответственность: учеб. пособие: в 2 ч. – Самара: Изд-во Самар. гос. аэро-косм. ун-та, 2014. – 144 с.
2. Петрунин Ю.Ю., Борисов В.К. П30 Этика бизнеса: Учеб. пособие. — М.: Дело, 2000.— (Сер. "Наука управления").

© А.В. Маскакова, 2018

УДК 005.95

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СИСТЕМЫ ОБУЧЕНИЯ ПЕРСОНАЛА ОРГАНИЗАЦИИ

КОЛЕДЁНКОВА КСЕНИЯ АНАТОЛЬЕВНА,

студентка

ЧОУ ВО «Московский университет им. С.Ю. Витте»

Аннотация: Обучение и профессиональная подготовка относятся к основным направлениям профессионального развития персонала, выступая как две стороны одного процесса. В процессе обучения у сотрудника развивается интеллект, способность к анализу в целом, а подготовка обеспечивает приобретение новых навыков и знаний, относящихся непосредственно к его трудовой деятельности.

Ключевые слова: обучение персонала, профессиональная подготовка.

IMPROVEMENT OF THE TRAINING SYSTEM OF THE PERSONNEL OF THE ORGANIZATION

Koledenkova Kseniya Anatolievna

Abstract: Training and professional training relate to the main directions of professional development of personnel, acting as two sides of the same process. In the process of training, the employee develops intelligence, the ability to analyze in general, and training provides the acquisition of new skills and knowledge relating directly to his work.

Key words: personnel training, vocational training.

Персонал организации - это работники предприятия, обладающими определенными профессиональными качествами и характеристиками. Основным показателем персонала организации является оформление и подписание трудового договора с работодателем.

Обучение персонала способствует: внедрению новой технологии и техники, производству современных товаров и услуг, пользующихся спросом, росту коммуникационных возможностей.

Система профессионально-квалификационного продвижения рабочих представляет собой совокупность форм, методов и средств организации обучения и перемещения рабочих от простого к сложному, содержательному труду, от низких к высшим ступеням профессионального мастерства с учетом интересов работника и потребностей производства [2, с. 159].

Профессиональное обучение представляет собой любую деятельность, сознательно проводимую для развития и поддержки ключевых компетенций персонала, необходимых для выполнения трудовых функций в настоящее время, или для развития потенциала сотрудников для их выполнения в будущем. Другими словами, профессиональное обучение выступает как процесс непосредственной передачи новых профессиональных навыков и (или) знаний сотрудниками организации [7, с. 719].

Обучение и профессиональная подготовка относятся к основным направлениям профессионального развития персонала, выступая как две стороны одного процесса. В процессе обучения у сотрудника развивается интеллект, способность к анализу в целом, а подготовка обеспечивает приобретение новых навыков и знаний, относящихся непосредственно к его трудовой деятельности [5, с. 528].

Результаты профессионального обучения для организации проявляются в виде увеличения прибыли, объема продаж, производительности труда и потенциала сотрудников, в снижении затрат на обеспечение деятельности организации и т.п. [6, с. 101].

На сегодняшний день в практике повышения квалификации персонала сложились две основные формы обучения: внутрипроизводственная и непроизводственная.

Обучение на рабочем месте осуществляется, как правило, без отрыва от основной деятельности. Такая форма подготовки является наиболее дешевой и оперативной. Для нее характерна тесная связь с повседневной трудовой деятельностью, что облегчает вхождение в учебный процесс сотрудников, не привыкших к обучению в аудиториях. Проведение обучения на рабочем месте применяется обычно для рабочих и рядовых служащих.

Обучение вне рабочего места может быть более эффективным, но связано с дополнительными финансовыми затратами и отвлечением сотрудника от его служебных обязанностей. В этом случае меняется среда работника, и он отрывается от обычной трудовой деятельности. Профессиональная подготовка вне рабочего места предназначена в первую очередь для приобретения новых теоретических знаний, обучения решению проблем, принятию решений, согласованному поведению.

Управление обучением сотрудников предполагает выбор определенных методов, которые обеспечили бы быстрое достижение нужного результата в конкретном случае с учетом оптимизации затраты средств на его проведение.

Формирование учебных программ должно осуществляться с учетом знаний и навыков, необходимых для профессиональной деятельности конкретных сотрудников. Достижение необходимых результатов может быть обеспечено использованием хорошо отработанных и зарекомендовавших себя методов обучения [1, с. 87].

Особенностью процесса повышения квалификации является то, что обучающиеся способны критически анализировать изучаемый материал, так как они уже обладают определенными практическими и теоретическими знаниями по изучаемым вопросам. Повышение квалификации по имеющейся у сотрудника профессии обеспечивает дальнейшее совершенствование навыков, умений и профессиональных знаний, а также повышение мастерства.

Показателем для проведения повышения квалификации работников является отставание их разряда от разряда выполняемых работ. Следовательно, существующая и требуемая квалификационная структура персонала должна подвергаться систематическому анализу. В начале необходимо выполнить анализ сложившейся ситуации – изменения в технологии и в технике выполнения работ, которые ставят перед сотрудниками задачи их освоения. Еще одним важным индикатором является увеличение брака в трудовой деятельности сотрудника. Курсы повышения квалификации могут иметь целевое назначение по изучению нового оборудования или новых технологий, а также обучение совмещаемым и вторым профессиям [4, с.82].

Часто в кадровых службах создаются специальные отделы обучения, занимающиеся производственной подготовкой, обучением инструкторов, мастеров, техников, рабочих. Они разрабатывают учебные материалы, организуют обучение по индивидуальным программам, поддерживают связи с внешними учебными центрами.

В современных условиях система подготовки, переподготовки и повышения квалификации персонала в организации, с одной стороны, должна оперативно реагировать на изменение потребностей производства в трудовых ресурсах, а с другой - предоставлять сотрудникам возможности для обучения в соответствии с их интересами [3, с. 123].

Отсюда следует требование к гибкости системы переподготовки и повышения квалификации, к ее способности оперативно изменять свое содержание, методы и организационные формы с учетом изменений в потребностях производства и ситуации на рынке труда.

Список литературы

1. Кострова Ю.Б. Субъекты и объекты продовольственной безопасности. / Ю.Б. Кострова // Новая наука: современное состояние и пути развития, №10 (1), 2016. С. 86-88.

2. Лящук, Ю.О. Информационное пространство как фактор повышения качества жизни / Ю.О. Лящук // *Материалы международной конференции «Информатизация населения, как фактор повышения качества жизни»*. – Рязань: Рязанский институт экономики СПБУУиЭ, 2013. – С. 157-161.

3. Лящук, Ю.О. Информационные системы управления рисками / Ю.О. Лящук // *Научные достижения и открытия 2017: сборник статей III Международного научно-практического конкурса* / Под общ. ред. Г.Ю. Гуляева – Пенза: МЦНС «Наука и Просвещение». – 2017. – С. 123-124.

4. Методические рекомендации для проведения практических занятий и индивидуальной работе по дисциплине «Экономика отрасли» (учебно-методические пособие) / А.Б. Мартынушкин, Ю.О. Лящук // *Издательство учебной литературы и учебно-методических пособий ФГБОУ ВПО РГАТУ*, 2013. – 104 с.

5. Особенности возникновения рискованных ситуаций в деятельности предприятий АПК / Ю.О. Лящук, И.А. Судницын // *Материалы студенческой научно-практической конференции «Проблемы регионального социально-экономического развития: тенденции и перспективы», 25 апреля 2017 года* – Рязань, изд-во: Рязанский государственный агротехнологический университет им. П.А. Костычева, 2017 – С. 526-532.

6. Рекомендации по проведению практических занятий по дисциплине «Экономика в сельскохозяйственном производстве»: / А.Б. Мартынушкин, Ю.О. Лящук // *Издательство учебной литературы и учебно-методических пособий ФГБОУ ВПО РГАТУ*, 2012. – 152 с.

7. Шибаршина О.Ю. К вопросу об устойчивом развитии социально-значимых рынков в Рязанской области. / О.Ю. Шибаршина. // *Устойчивое развитие социально-экономических систем: наука и практика материалы III международной научно-практической конференции*. – М.: 2016. - С. 717-725.

УДК 330

АНАЛИЗ ФИНАНСОВО-ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ

МОНГУШ ОЛЬГА НИКОЛАЕВНА

Кандидат экономических наук кафедры «Бухгалтерский учет, анализа и аудита»
Россия г. Кызыл

НАТПИТ-ООЛ АЛДЫНАЙ ВЛАДИМИРОВНА

студент
4 курс, факультет «Экономика»
Тувинский государственный университет
Россия, г. Кызыл

Аннотация: В статье пишется об анализе финансово-хозяйственной деятельности организации. Показаны состояние капитала предприятия в процессе его кругооборота и способность хозяйствования к саморазвитию на фиксированный момент времени.

Ключевые слова: Финансы, ликвидность, финансовое состояние.

ANALYSIS OF FINANCIAL AND ECONOMIC ACTIVITIES OF THE ORGANIZATION

**Mongush Olga Nikolaevna,
Nattpit-ool Aldynay Vladimirovna**

Annotation: The article is written about the analysis of the financial and economic activities of the organization. The state of the enterprise's capital in the process of its circulation and the ability of management to self-development at a fixed point in time are shown.

Keywords: Finance, liquidity, financial condition.

Анализ финансово-хозяйственной деятельности играет важную роль в повышении экономической эффективности деятельности организации, в её управлении, в укреплении её финансового состояния.

ГУП «Тыва молоко» является коммерческой организацией и находится в ведомственном подчинении Министерства сельского хозяйства и природопользования РТ, координирует и регулирует деятельность предприятия. Функции учредителя осуществляет государственный комитет Республики Тыва по управлению государственным имуществом.

Переходя непосредственно к практическому анализу финансового состояния предприятия на примере ГУП «Тыва Молоко», нужно опираться не только на установленные нормативы и показатели, но и учитывать, прежде всего, особенности самого предприятия и отрасли, к которой оно относится. Для начала проведем анализ ликвидности баланса рассмотрим группировку текущих активов по степени ликвидности.

Таблица 1

Группировка текущих активов по степени ликвидности, тыс. руб.

Вид актива	2016 год	2017 год	2018 год
На конец периода	На конец периода	На конец периода	
Денежные средства	1799	393	627
Краткосрочные финансовые вложения	4	4	4
Итого по группе 1 (A ₁) :	1803	397	631
Товары отгруженные	101	1145	381
Дебиторская задолженность, платежи по которой ожидаются в течении 12 мес.	31574	22252	22230
НДС по приобретенным ценностям	1736	1388	1550
Итого по группе 2 (A ₂)	33411	24785	24161
Сырье и материалы	14316	26304	17415
Незавершенное производство	0	0	0
Готовая продукция	2281	2949	4826
Итого по группе 3 (A ₃)	16597	29253	22241
Внеоборотные активы	34670	32790	28523
Долгосрочные дебиторская задолженность	0	0	0
Расходы будущих периодов	215	558	0
Итого по группе 4 (A ₄) :	34885	33348	28241
Итого текущих активов :	86696	87783	75274

Таблица 2

Группировка обязательств по степени срочности их погашения, тыс. руб.

Статьи пассива баланса	2016 год	2017 год	2018 год
На конец пассива	На конец пассива	На конец пассива	
Срочные обязательства, которые должны быть погашены в течение месяца (П ₁)	29730	27830	32032
Среднесрочные обязательства со сроком погашения до одного года (П ₂)	23060	26620	16346
Долгосрочные кредиты банка и займы (П ₃)	542	0	0
Собственный (акционерный) капитал (П ₄)	33364	33333	27178
Всего обязательств :	86696	87783	75556

Глядя на расчетные показатели таблицы, можно сделать вывод о том, что структура активов предприятия в долевом соотношении далеко не идеальна, что, несомненно, отразится на показателях ликвидности и платежеспособности организации. Так доля наиболее ликвидных активов (денежные средства) в среднем составляет всего 2% (в 2016 г.), 0,5% (в 2017 г.), 0,8% (в 2018 г.) тогда как доля практически неликвидных активов собственно - 38,4%, 38% и 36%. Положительным является лишь то, что доля краткосрочной дебиторской задолженности в 2016 г. и в 2018г. не намного, но больше доли запасов - это делает предприятие более ликвидным.

По проанализированным соотношениям за три исследуемых периода можно сделать вывод, что баланс предприятия ГУП «Тыва Молоко» не является абсолютно ликвидным (нарушаются некоторые неравенства), так как абсолютно ликвидные активы не превышают наиболее срочных обязательств, а также не выполняется четвертое неравенство, которое носит «балансирующий» характер. Оно также имеет глубокий экономический смысл: его выполнение свидетельствует о соблюдении минимального условия финансовой устойчивости - наличие у предприятия собственных оборотных средств. В тех годах, где данное неравенство не соблюдается, соответственно у предприятия отсутствует собственный капитал (в 2016г. и в 2018г.) или его величина мала (в 2017 г.).

Более полное представление о ликвидности и платежеспособности предприятия дают относительные показатели: коэффициент текущей ликвидности, коэффициент абсолютной ликвидности и коэффициент срочной ликвидности. Рассчитаем перечисленные показатели в динамике за три года (2016-2018гг.) (см. приложение 9), для того чтобы проследить за их состоянием изменением.

Анализ ликвидности баланса является одним из основных элементов углубленного анализа финансового состояния предприятия, необходимых для оценки его платежеспособности и принятия обоснованных управленческих решений. Рассмотрим насколько ликвиден баланс ГУП «Тыва Молоко» в 2016-2017гг. (таблица 2.1).

Таблица 3

Таблица 2.1 Ликвидность баланса ГУП «Тыва Молоко» в 2016-2017 гг.

Актив	2016	2017	Пассив	2016	2017	Плат. излишек (недост.)	
						2004	2005
1. Наиболее ликвидные активы (А1)	56882	41719	1. Наиболее срочные обязательства (П1)	51417	53744	+5465	-12025
2. Быстрореализуемые активы (А2)	24083	40293	2. Краткосрочные пассивы (П2)	20343	43510	+3740	-3217
3. Медленореализуемые активы (А3)	40571	54033	3. Долгосрочные пассивы (П3)	65600	37581	-25029	+16452
4. Труднореализуемые активы (А4)	46185	87446	4. Постоянные пассивы (П4)	30361	88656	+15824	-1210
Баланс	167721	223491	Баланс	167721	223491	-	-

Таким образом, в ГУП «Тыва Молоко» соотношение активов и пассивов баланса за 2017 год выглядит следующим образом:

$$A1 < P1$$

$$A2 < P2$$

$$A3 > P3$$

$$A4 < P4$$

По данным таблицы можно констатировать, что баланс ГУП «Тыва Молоко» соответствует критериям абсолютной ликвидности по параметрам: $A3 > P3$ и $A4 < P4$. По параметрам $A1 < P1$ платежный недостаток составил 12025 тыс.руб., а по параметрам $A2 < P2$ сумма платежного недостатка составила 3217 тыс.руб. В результате можно сделать вывод, что баланс ГУП «Тыва Молоко» не является абсолютно ликвидным и нуждается в ее улучшении.

Список литературы

1. Масленченков, Ю.С. Финансовый менеджмент банка : учебное пособие / Ю.С. Масленченков. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 399 с. - (Банковское дело). - Библиогр. в кн. - ISBN 5-238-00576-8 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114531> (27.02.2018).
2. Монгуш О.Н, Оюн О.В. / Монгуш О.Н. // Теория человеческого капитала. В сборнике: прорывные научные исследования: проблемы, закономерности, перспективы. Сборник статей IX Международной научно-практической конференции: в 4 частях. 2017. С. 193-195.
3. Монгуш О.Н. Исследование понятий, связанных с оплатой труда / Монгуш О.Н. // Промышленное и гражданское строительство. 2007. № 8. С. 65.
4. Экономика и управление на предприятии : учебник / А.П. Агарков, Р.С. Голов, В.Ю. Теплышев, Е.А. Ерохина ; под ред. А.П. Агаркова. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2017. - 400 с. : табл., граф., схем. - (Учебные издания для бакалавров). - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-02159-6 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=450718> (27.02.2018).

УДК 330

ЦЕНОВАЯ ПОЛИТИКА ПРЕДПРИЯТИЯ: ОСНОВНЫЕ ВИДЫ И ФОРМИРОВАНИЕ

МОНГУШ ОЛЬГА НИКОЛАЕВНА

Кандидат экономических наук кафедры «Бухгалтерский учет, анализа и аудита»

САЛЧАК НАЧЫН АЛЕКСЕЕВИЧ

студент

Тувинский государственный университет

Аннотация: В статье пишется о ежегодном росте спроса на продукцию, и повышении розничных цен на нее. Поэтому на основании вышеизложенного необходимо разобраться в ключевых аспектах политики ценообразования.

Ключевые слова: ценообразование, ценовая политика, ценовая стратегия, ценовая тактика, виды ценовой политики.

PRICING POLICY OF THE ENTERPRISE: MAIN KINDS AND FORMATION

**Mongush Olga Nikolaevna,
Salchak Nachyn Alekseevich**

Annotation: The article writes about the annual increase in demand for products, and the increase in retail prices for it. Therefore, based on the above, it is necessary to understand the key aspects of the pricing policy.

Keywords: pricing, price policy, price strategy, price tactics, types of pricing policy.

В рыночной экономике существуют многие механизмы регулирования деятельности предприятия, но, что принципиально важно, они базируются на использовании экономических методов, которые создают условия для повышения заинтересованности предприятия в удовлетворении потребностей общества. В условиях рыночных отношений регулирование воспроизводства осуществляется наряду с другими экономическими законами, а именно законом стоимости, который действует через механизм цен и ценообразования. Поэтому развитие рыночного ценообразования требует кардинального изменения использования стратегий и методов.

Определение цены является одной из труднейших задач, стоящих перед любым предприятием. И именно цена, предопределяет успехи предприятия - объемы продаж, доходы, получаемую прибыль.

Ценовая политика предприятия представляет собой общие цели, которые предприятие собирается достичь с помощью установления цен на свою продукцию. Однако установление цен на продукцию предприятия в значительной мере является искусством: низкая цена вызывает у покупателя ассоциацию с низким качеством товара, высокая — исключает возможность приобретения товара многими покупателями. В этих условиях необходимо правильно сформулировать ценовую политику предприятия, помня о взаимосвязях

Ценовая политика – это механизм или модель принятия решений о поведении предприятия на основных типах рынка для достижения запланированных целей. Оптимальный уровень цен и их изменение в зависимости от ситуации на рынке является важнейшим конкурентным преимуществом

предприятия [4].

Политика ценообразования предприятия состоит из ценовой стратегии и ценовой тактики. Ценовая стратегия устанавливается исходя из целей и задач общей стратегии предприятия. Основными целями и общей стратегией предприятия являются максимальное удовлетворение потребностей потребителей и получение прибыли от своей деятельности. Наиболее важные цели ценовой политики: обеспечение сбыта, максимизация прибыли, удержание доли рынка.

Основные цели могут быть достигнуты путем решения конкретных задач, например:

1. рост объема производства и продаж;
2. снижение затрат;
3. получение максимальной прибыли;
4. завоевание рынка сбыта;
5. борьба с конкурирующими предприятиями.

Каждая из целей ценовой политики рассчитана на ее достижение в кратко-, средне- или долгосрочной перспективе.

Разработка ценовой политики включает несколько последовательных этапов: выработка целей ценообразования, анализ ценообразующих факторов, выбор метода ценообразования, принятие решения об уровне цены.

Ценовая тактика предприятия – это деятельность его руководства по установлению, поддержанию и изменению цен на производимые товары, направленная на достижение целей и задач предприятия.

Избираемые предприятием стратегические формы ценовой политики и варианты ее осуществления непосредственно вытекают из проводимой ею рыночной стратегии. В зависимости от применяемой комбинации вариантов рыночной стратегии избирается конкретная форма осуществления ценовой политики или соответствующая комбинация таких форм [8].

Рассмотрим основные виды ценовой политики:

- «Ценовой лидер». Этот тип ценовой политики характерен для крупных предприятий, владеющих значительной долей рынка и являющихся на нем монополистами. Использование такого типа в практике ценообразования обуславливает монопольно высокие цены.

- Ценовая политика «следование в фарватере» характерна для мелких предприятий, которые выпускают продукцию, аналогичную монополистам, и не владеют весомой долей рынка. В основе действий таких предприятий лежит ориентация на крупные предприятия.

- Ценовую политику «атака» обычно применяют товаропроизводители, которые хотят занять на рынке лидирующее положение. Для этого они резко снижают цену на свой товар (иногда до уровня ниже затрат). При этом создается монопольное положение на рынке. После этого цены устанавливаются на уровне сложившихся на рынке.

- «Снятие сливок». При введении нового товара на рынок, когда покупатели готовы дать за него любую высокую цену, продавец получает максимальную прибыль от реализации каждой единицы товара.

- Обязательное условие использования в практике ценообразования этого типа ценовой политики — невозможность быстрого производства аналогичного товара конкурентами.

- Использование ценовой политики «внедрение» предполагает, что товар вводится на рынок по очень низкой цене и отличается простотой производства (предметы первой необходимости). По мере завоевания рынка цена возвращается к нормальному уровню.

Руководству предприятия и финансовому менеджеру следует уделять постоянное внимание взаимодействию финансовых и маркетинговых служб. Дело в том, что маркетологи обычно начинают процесс формирования цен с цен для конечных потребителей и затем двигаются назад, чтобы определить цены для участников каналов товародвижения, приемлемые издержки производства и прибыль [8]. Финансисты же начинают определение цены с издержек, добавляют к ним желаемую прибыль и получают продажную цену. Поэтому руководители предприятия должны добиваться принятия согласованных со всеми заинтересованными службами и, прежде всего экономическими решений по

ценам, что позволяет установить более или менее оптимальные по уровню цены на свою продукцию.

Для эффективного проведения ценовой политики и ценовой стратегии руководителю предприятия необходимо сориентироваться в условиях изменения форм и методов организации предпринимательской деятельности, усилить эффективность выполнения всего круга функций по ценообразованию путем перехода предприятия к общепринятым в мировой практике принципам экономических отношений в условиях рыночной экономики.

Главным фактором, влияющим на ценовую политику предприятия и величину предложения товаров на рынке, являются издержки производства. Предприниматель производит товары с целью получения прибыли и пытается максимизировать соотношение между прибылью и затратами. Однако возможности конкретного продавца в установлении цены на рынке ограничены и, как известно, уровень цен складывается под воздействием ряда факторов. Поэтому для любого производителя основным источником увеличения прибыли становится снижение затрат. Отсюда следует, что главная цель рыночного анализа затрат: выявить оптимальное соотношение между издержками и доходами, что является важнейшим.

Список литературы

1. Агарков, А.П. Экономика и управление на предприятии / А.П. Агарков [и др.]. - М.: Дашков и Ко, 2013. - 400.
2. Баскакова, О.В. Экономика предприятия (организации) / О.В. Баскакова, Л.Ф. Сейко. - М.: Дашков и К, 2013. - 372 с.
3. Басовский Л. Е. Финансовый менеджмент: Учебник / Л.Е. Басовский. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 240 с.
4. Монгуш О.Н, Оюн О.В. / Монгуш О.Н. // Теория человеческого капитала. В сборнике: прорывные научные исследования: проблемы, закономерности, перспективы. Сборник статей IX Международной научно-практической конференции: в 4 частях. 2017. С. 193-195.
5. Монгуш О.Н. Исследование понятий, связанных с оплатой труда / Монгуш О.Н. // Промышленное и гражданское строительство. 2007. № 8. С. 65.

УДК 33

АНАЛИЗ УЧАСТНИКОВ МИРОВЫХ РЫНКОВ ШИННОЙ ПРОДУКЦИИ

ВАСИЛЬЕВА ЕЛЕНА ВИКТОРОВНА,

студент магистратуры

ХИСМАТУЛЛИНА АЛСУ МИДХАТОВНА,

кандидат экономических наук, доцент

Нижнекамский химико-технологический институт (филиал) ФГБОУ ВО «КНИТУ»

г. Нижнекамск, Российская Федерация

Аннотация: В данной работе проведен анализ деятельности участников мировых рынков шинной продукции. Составлена таблица, в которую занесен объем продаж за три года, на основе которой рассчитаны доли фирм в общем объеме продаж. Также были рассмотрены рейтинги приведенных компаний.

Ключевые слова: Мировые лидеры, рейтинг, объем продаж, шины, производство.

ANALYSIS OF PARTICIPANTS OF WORLD MARKETS OF TIRES

**Vasilyeva Elena Viktorovna,
Khismatullina Alsu Midhatovna**

Annotation: In the given work the analysis of activity of participants of the world markets of tire production is carried out. A table was compiled into which the sales volume for three years was entered, on the basis of which the shares of firms in total sales were calculated. The ratings of the listed companies were also reviewed.

Keywords: World leaders, rating, sales volume, tires, production.

В шинной отрасли РФ идет перестройка. Российский бизнес прилагает максимум усилий, чтобы не проиграть своим иностранным конкурентам. Словом, отечественный рынок шин, считающийся одним из перспективных и быстрорастущих в мире, переживает непростые времена. С одной стороны, ежегодно на 7-10% в стране увеличивается число автомобилей, что порождает спрос на шины. Но, с другой стороны, отечественные компании лишь начинают осваивать массовое производство высококачественных шин, чем успешно пользуются западные производители для экспансии на нашем рынке. Способствуют этому и растущие запросы россиян в отношении качества продукции.

Современный мировой рынок шинной продукции во многом определен основными игроками. На сегодняшний день, наиболее доминирующими предприятиями на мировом уровне, являются такие компании, как «BridgstoneCorp.» (Токио, Япония), «GroupMichelin»(Клермон-Ферран, Франция), «Good-yearTire&RubberCo.»(Акрон, США).[1]

Как видим из таблицы 1, в 2014 году ПАО «Нижнекамскшина» занимала 45 место мирового рейтинга, в 2015 году ПАО «Нижнекамскшина» опустилась на 3 пункт, соответственно заняла 48 строчку. В 2016 году опустилась на 2 пункта в мировом рейтинге и соответственно заняла 5 строчку рейтинга.

Таблица 1

ТОП-10 мировых лидеров шинной отрасли, 2014-2016 гг.

Ранг			Компания	Объем продаж в млрд. руб.			Доля фирмы в общем объеме, %		
2014	2015	2016		2014	2015	2016	2014	2015	2016
2014	2015	2016							
1	1	1	BridgestoneCorp. Токио, Япония	885,8	876,5	1120,1	15,3	14,7	14,3
2	2	2	GroupMichelin Клермон-Ферран, Франция	812,9	817,4	1060,8	14,1	13,7	13,7
3	3	3	Goodyear Tire & Rubber Co. Акрон, США	585,9	562,8	703,3	10,1	9,4	9,1
4	4	4	Continental A.G. Ганновер, Германия	337,8	356,9	510,6	5,9	5,9	6,6
6	5	5	Pirelli & C. S.p.A. Милан, Италия	236,4	258,3	343,7	4,1	4,3	4,4
5	6	6	Sumitomo Rubber Industries Ltd. Кобе, Япония	240,7	223,1	297,5	4,2	3,7	3,9
7	7	7	Hankook Tire Co. Ltd. Сеул, ЮжнаяКорея	194,1	219,8	266,7	3,3	3,6	3,5
8	8	8	Yokohama Rubber Co. Ltd. Токио, Япония	172,7	157,3	202,3	2,9	2,6	2,6
9	9	9	Maxxis International/Cheng Shin Rubber Юаньлинь, Тайвань	143,6	152,6	191,1	2,5	2,5	2,5
10	10	10	Zhongse Rubber Group Co. Ltd. Ханчжоу, Китай	141,3	144,9	177,2	2,4	2,4	2,3
...						
38	36	34	ОАО «Белшина» Бобруйск, Белоруссия	29,7	31,1	34,4	0,5	0,5	0,4
...						
45	48	50	ПАО «Нижнекамскшина» Нижнекамск, Россия	16,6	15,5	12,8	0,3	0,5	0,3

На первой строчке седьмой год подряд находится «Bridgestone», и в целом список от 1 до 17 места остался без изменений.

Продажи шин «Bridgestone» в 2014 году составили 885,8 млн.руб., в 2015 году 876,5 млн.руб., а в 2016 году 1120,1 млн.руб., то есть японцы сохраняют комфортный отрыв от «Michelin» и «Goodyear».

Среди производителей стран СНГ участвует компания ОАО «Белшина»

Бобруйск, Белоруссия. В 2014 году объем производства составляли 29,7 млн.руб., что позволило ей занять 38 строчку рейтинга. В 2015 году компания поднялась на 2 пункта и объем составил 31,1 млн.руб. В 2016 году она еще поднялась на 2 пункта и занимала 34 строчку с объемами 44,4 млн.руб.

При составлении рейтинга учитывались только продажи произведенных компаниями шин. В то же время производители могут получать дополнительную прибыль за счет выпуска не шинной продукции, предоставления услуг по техническому обслуживанию автомобилей и т.д.

К примеру, «Bridgestone», «Michelin», «Goodyear» и «Continental» зарабатывают сотни миллионов долларов за счет своих собственных ретейлерских сетей, а первые три компании также продают синтетический каучук и другое сырье третьим компаниям.

Доминированию «Bridgestone», помимо всего прочего, помогает то, что компания владеет миноритарными пакетами акций двух других производителей из топ-75 мирового рейтинга - турецкой «Brisa» (43%) и финской «Nokian» (15%). Шесть из десяти крупнейших производителей – «Michelin», «Goodyear», «Pirelli», «Hankook», «Maxxis» и «ZC Rubber» - в 2015 году отчитались о снижении выручки в своих национальных валютах, а компании не из США также пострадали от неблагоприятных валютных курсов, которые еще больше снизили их показатели. В целом 11 из 20 акционерных компаний открытого типа, попавших в рейтинг, сообщили о снижении объемов продаж. На долю крупнейших 10 компаний пришлось 63% от всех продаж на мировом шинном рынке. В 2015 году этот показатель был примерно таким же, и это первый раз за несколько лет, когда доля компаний из топ-10 не меняется по прошествии года.[2]

Никаких существенных поглощений, которые могли бы повлиять на состав рейтинга, в прошлом году не было. Китайская «ChemChina» не так давно купила «Pirelli», но эта сделка, вероятно, не повлияет на рейтинг следующего года, хотя намерение китайцев объединить отделение грузовых шин «Pirelli» со своими структурами, сократит выручку итальянской компании примерно на 1,6 млрд.долл. Ввиду этого «Sumitomo» и «Hankook» могут получить шанс подняться на пятое и шестое места соответственно, а компания, получившаяся после слияния «ChemChina» и «Pirelli», может оказаться в топ-15 мирового рейтинга.

В 2015 году в топ-75 смогла вернуться китайская компания «QingdaoYellowSeaRubberCo. Ltd.», а новичками рейтинга этого года стали пять компаний, в том числе одна российская, ПАО «Алтайский шинный комбинат».

Большинство мировых компаний интегрированы, и имеют возможность участвовать в других секторах производства, что позволяет им получать дополнительную прибыль.

Список литературы

- 1.Официальный сайт ПАО «Нижнекамскшина» – [Электронный ресурс]. – URL: <http://shinakama.tatneft.ru> (Дата обращения: 13/04/2018).
2. Новостной интернет-портал Мультимедийного информационного центра «Известия» – [Электронный ресурс]. – URL: <http://izvestia.ru>(Дата обращения: 13/04/2018).
- 3.Официальный сайт «Bridgestone» – [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.bridgestone.ru/>(Дата обращения: 13/04/2018).
4. Официальный сайт «Michelin» – [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.michelin.ru/>(Дата обращения: 13/04/2018).
5. Официальный сайт «Goodyear» – [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.goodyear.eu/>(Дата обращения: 13/04/2018).
6. Официальный сайт «Белшина» – [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.belshinajsc.by/>(Дата обращения: 13/04/2018).

© Е.В. Васильева, А.М. Хисматуллина, 2018

УДК 336

ДЕЙСТВУЮЩИЕ ПОДХОДЫ К НАЛОГОВОМУ ПЛАНИРОВАНИЮ В ОРГАНИЗАЦИИ

ПОТОКИН КОНСТАНТИН СЕРГЕЕВИЧ

Аспирант

Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации

Аннотация: в процессе развития налоговой системы, организации, все чаще начинают использовать методы оптимизации налоговых платежей. Такой интерес вызван множеством факторов, одним из которых, является непрерывный процесс модернизации налогового законодательства, и как следствие появление все большего числа налоговых рисков. В данной статье рассмотрены действующие подходы к налоговому планированию и выделены этапы налогового планирования в компании.

Ключевые слова: налоги, налоговое планирование, налоговая оптимизация, налоговый план, подходы к налоговому планированию, методы налогового планирования.

OPERATING APPROACHES TO TAX PLANNING IN THE ORGANIZATION

Potokin Konstantin Sergeevich

Abstract: In the process of developing the tax system, organizations are increasingly beginning to use methods to optimize tax payments. Such interest is caused by a number of factors, one of which is the continuous process of modernization of tax legislation, and as a consequence the emergence of an increasing number of tax risks. This article examines the current approaches to tax planning and outlines the stages of tax planning in the company.

Keywords: taxes, tax planning, tax optimization, tax plan, approaches to tax planning, methods of tax planning.

На современном этапе развития налоговой системы страны, все больше внимания уделяют эффективности налогообложения, как в отдельных организациях, так и на уровне государства. В связи с этим потребность в эффективном управлении налоговыми платежами в организациях становится одной из самых приоритетных задач. С каждым годом появляется все больше форм и методов управления налоговой составляющей в компании, одной из таких форм управления, можно считать налоговое планирование.

Под налоговым планированием понимается, законная, самостоятельная деятельность по разработке и воздействию на элементы налогов с учетом сохранения оптимального уровня налоговых рисков на основе комбинации приемов и способов налогового менеджмента и возможностей, предусмотренных налоговым законодательством.

Стоит заметить, что понятие налогового планирования прошло длинный эволюционный путь, однако на современном этапе темпы развития подходов к налоговому планированию увеличиваются с каждым годом. Это обусловлено прежде всего стремлением государства, как можно эффективнее контролировать налоговую систему. Так, например, с начала применения налоговыми органами риск – ориентированного подхода, в значительной степени сократилось количество выездных налоговых проверок, при этом поступления в бюджет от таких проверок с каждым годом растут. Данный факт говорит о том, что налоговыми органами удалось выработать эффективную концепцию контроля, кото-

рая позволяет более точно определять проблемные участники финансовой деятельности налогоплательщиков. В связи с этим, можно с уверенностью сказать, что актуальность налогового планирования в компаниях и разработка подходов к его осуществлению становится приоритетным направлением финансового менеджмента.

В научной литературе выделяются следующие методы налогового планирования: метод прямого счета, имитационный метод, нормативный метод, группа расчетно-аналитических методов, балансовый метод, методы экономико-математического моделирования. Стоит заметить, что на практике используется комбинация приведенных выше методов.

Данные методы могут применяться в рамках планирования определенной деловой ситуации, либо осуществляться при выборе того или иного направления деятельности. При этом необходимо отметить, что в качестве методов налогового планирования следует рассматривать не только различные способы минимизации налогов, но и способы создания выгодных условий налогового администрирования и налогового контроля, позволяющих налогоплательщику приобрести льготы по уплате налогов, либо значительно уменьшить размер штрафных санкций, добиться возврата ранее уплаченных сумм налога и т.д.

Как и иные процессы планирования, налоговое планирование в организации подчинено определенному алгоритму. Каждая организация по-своему структурирует и формализует алгоритм, в зависимости от сроков реализации и поставленных целей, но при этом можно выделить общие для всех черты:

1. Налоговое планирование начинается с анализа деятельности организации. Такой анализ прежде всего позволяет сформулировать цели и задачи, которые необходимо решить с помощью налогового планирования.

2. Составление налогового плана. Данный этап будет во многом зависеть от того, какие цели преследует менеджмент компании, в том числе при определении горизонта планирования.

3. Реализация решений, установленных налоговым планом. В рамках указанного этапа организация применяет механизмы оптимизации направление на реализацию поставленных в налоговом плане целей и задач.

4. В ряде случаев, необходимым элементом в алгоритме процесса налогового планирования будет являться корректирование составленных налоговых планов. В современных условиях существует огромное количество переменных, которые невозможно учесть в силу объективных причин, таких как, изменение законодательства, изменение конъюнктуры рынка и др. Процессы, которые ранее не учитывались при разработке плана, могут оказать существенное влияние на результаты его выполнения.

5. Следующим этапом является анализ исполнения плана, путем сопоставления его с фактическими результатами. При любом планировании сложно оценить его эффективность пока не реализованы все задачи, поставленные планом, однако в конечном счете сравнение фактических результатов с плановыми покажет эффективность тех или иных решений, принятых в рамках реализации налогового планирования в компании.

6. Подведение итогов. В рамках данного этапа необходимо провести анализ и при необходимости внести корректировки в план. Кроме того, на мой взгляд, на данном этапе также целесообразно производить уточнение плана для более эффективного результата. После анализа и внесения необходимы изменений в налоговый план целесообразно повторить процедуру налогового планирования.

Данный алгоритм может применяться в любой организации начиная от малого бизнеса заканчивая крупным. При этом ни для кого не секрет, что крупный бизнес не только пользуется, но и совершенствует на практике механизмы налогового планирования. Однако, применяемые ими механизмы налогового планирования, в большинстве случаев, сводятся к комплексному подходу оптимизации налоговой составляющей в компании. При этом развитие и совершенствование налоговой системы и механизмов контроля со стороны государства приводит к тому, что комплексный подход не всегда дает тот эффект на которые рассчитывает налогоплательщик. В данных условиях, на мой взгляд, целесообразно осуществлять налоговое планирование отталкиваясь от отдельных бизнес –

процессов в компании, распределяя их на составляющие, которые можно изменять и корректировать в процессе деятельности, с целью получения нужного экономического эффекта. Например, на практике при анализе налоговой составляющей в деятельность компании, чаще всего оценка происходит исходя из совокупности всех показателей направленных на формирование налоговых платежей компании. При таком подходе налоговой план компании на следующие периоды формируется исходя из комплексной оценки бизнеса, что чаще всего приводит к неполной реализации поставленных задач. На мой взгляд, такой подход применим исключительно к компаниям малого бизнеса, в виду того, что их деятельность чаще всего развивается в одном направлении. В свою очередь крупный бизнес ведет деятельность в разных направлениях, и соответственно налоговая составляющая в каждом из таких направлений может значительно различаться, также, как и применяемые механизмы налоговой оптимизации.

Процессы налогового планирования рассматриваются в работах многих ученых, но практически каждый из таких подходов сводится у систематизации действий, направленных на получение большего экономического эффекта, будь то уменьшение налоговой нагрузки или увеличение чистого денежного потока, при этом в не во многих работах авторов описываются риски, связанные с реализацией таких подходов.

В рамках реализации подходов к налоговому планированию необходимо особое внимание уделять рискам, которые практически всегда возникают в процессе принятия решений при исполнении налогового плана. Оценка рисков позволит компаниям свести к минимуму неопределённость, возникающую в процессе планирования и принятия решений, что в свою очередь положительно скажется на достижении целей и эффективности самого налогового планирования.

Список литературы

1. "Налоговый кодекс Российской Федерации (часть вторая)" от 05.08.2000 N 117-ФЗ (ред. от 07.03.2018) (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.04.2018)
2. "Налоговый кодекс Российской Федерации (часть первая)" от 31.07.1998 N 146-ФЗ (ред. от 19.02.2018)
3. Вылкова, Е. С. Налоговое планирование: теория и практика : учебник для вузов / Е. С. Вылкова. — 2-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2014. — 660 с.

©К.С. Потокин, 2018

УДК 65.012

СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ ОПЕРАТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВОМ И ПУТИ ИХ РЕШЕНИЯ

ПЕРЕЛЫГИНА А.А.,

БУРКОВА Т.А.,

магистранты кафедры «Технология машиностроения, металлорежущие станки и инструменты»,

АРТАМЕНТОВА О.А.,

канд. экон. наук, доцент кафедры «Менеджмент и маркетинг»,
ФГБОУ ВО Курганский государственный университет,

Аннотация: в статье рассмотрены основные проблемы организации оперативного управления производством и возможные направления совершенствования оперативного управления.

Ключевые слова: оперативное управление производством, оперативное планирование, организация оперативного управления производством.

MODERN PROBLEMS AND SOLUTIONS OPERATIONS MANAGEMENT

Annotation: the article discusses the main problems of the organization of operational management of production and possible areas of improvement of operational management.

Keywords: operational management of production, operational planning, organization of operational management of production.

В современных рыночных отношениях к системе оперативного управления производством предъявляются строгие требования с точки зрения принимаемых решений. Система оперативного управления производством является завершающим этапом планового управления. Она определяет номенклатурную производственную программу совместно с другими системами (маркетинга, технико-экономического планирования). На основе программы рассчитываются нормативы производственных запасов и незавершенного производства. Система служит основой формирования и использования оборотных средств.

На рисунке 1 приведены цели оперативного управления производством.

Исходя из целей, вытекают основные задачи (рисунок 2).

По мнению большинства специалистов, при формировании системы оперативного управления производством и в процессе ее внедрения могут возникать следующие проблемы:

- недостаточное внимание руководителей к разработке системы и ее совершенствованию;
- игнорирование необходимости повышения квалификации работников;
- слабая нормативная база для оперативного планирования;
- действующая система оперативного управления производством не в полной мере соответствует специфике предприятия и типу производства. [1, 321-331 с]



Рис. 1. Цели оперативного управления производством



Рис. 2. Задачи оперативного управления

Указанные недостатки ведут к увеличению длительности производственного цикла, к неполному использованию производственных площадей оборудования, к ухудшению технико-экономических показателей.

Функции управления (планирование, организация контроль, мотивация) зачастую не приближены к местам протекания производственных процессов. Не используется принцип делегирования полномочий и ответственности. Эти полномочия сконцентрированы на уровне начальников отделов, что

сковывает инициативу вниз.

Отсутствуют специалисты - экономисты по планированию, учёту, анализу и контролю - способные осуществить профилактическое регулирование. Возложение же этих функций на работников производственных подразделений, которые лично отвечают за эффективную организацию производственных процессов, как показывает опыт, желаемых результатов не дает, приводит к злоупотреблениям. В нормативных положениях об отделах материально-технического снабжения, планово-экономического, бухгалтерии нет четких указаний на возложение ответственности за выполнение многих функций управления непосредственно в местах совершения операций.

На наш взгляд, чтобы правильно построить организационную структуру управления, необходимо всю совокупность подразделений предприятия сгруппировать в трех блоках:

1. Программно-целевой (ОГТ, ОМТС) - ориентированы на программы своих сфер деятельности. Это исключает совпадения их интересов и ответственности.
2. Функциональный блок (ПЭО, ФО) – закреплены функции планирования и координации.
3. Координационный - комитеты и программно-целевые органы матричного типа, ориентированные на объединение целей вышеперечисленных блоков. В этом смысле служба оперативного управления относится к координационному блоку. На предприятии службу оперативного управления должен возглавлять директор производства. В его подчинении должны находиться все производства и функциональные подразделения.

Ведущий отдел в сфере оперативного управления - производственно-диспетчерский. В его функции входит оперативное планирование выпуска продукции, составление графиков запуска выпуска деталей, потребностей в материалах, покупных изделиях, инструменте, оснастке; контроль выполнения графиков; оперативное регулирование изготовления продукции.

Для крупных предприятий важным является организация на заводском уровне отдела организации и анализа, который должен состоять из трех групп:

1. Разработка, анализ и совершенствование нормативов;
2. Анализ использования производственных ресурсов;
3. Анализ производственных отношений цехов и других подразделений.

В основе диспетчирования лежит принцип профилактичности. Осуществляется с использованием ряда компенсаторов - резервов сроков, резервов материалов и сырья, стимулов. Материальные резервы включают излишки оборудования, инструмента и оснастки, резервы полуфабрикатов деталей и сборочных единиц, страховые запасы материалов. При диспетчировании осуществляется непрерывный контроль за фактическим ходом работ по выполнению графика производства. По окончании делается вывод о результатах диспетчирования, выделают условия, при которых произошел успех, или наоборот. При положительном результате выделяют условия, рекомендованные к внедрению:

- отлаженная система оперативного планирования;
 - наличие достоверной информации о ходе производства;
 - наличие достаточного специального технического оснащения для функционирования системы;
 - наличие четкой ответственности и преемственности оперативного руководства производством, в т. ч. при приеме-сдаче сменных дежурств;
 - контроль и регулирование должны осуществляться в темпе производства;
- проведение диспетчерских совещаний в строго установленное время и без отвлечения участников от своих рабочих мест. [2, 469-472 с]

Список литературы

1. Новицкий, Н. И. Организация, планирование и управление производством / Н.И. Новицкий, В.П. Пашуто. - М.: Финансы и статистика, 2015. - 576 с.
2. Фатхутдинов, Р.А. Организация производства: Учебник / Р.А. Фатхутдинов. - М.: ИНФРА-М, 2017. - 672 с.

©А.А. Перельгина, Т.А. Буркова, О.А. Артаментова, 2018

УДК 336

АНАЛИЗ ИПОТЕЧНОГО КРЕДИТОВАНИЯ (НА ПРИМЕРЕ ПАО «СБЕРБАНК» РЕСПУБЛИКИ ТЫВА)

СЕВЕК РУСЛАНА МОНГУШОВНА

к.э.н., доцент кафедры экономики и менеджмента

БЕЛЕК ЭДУАРД ЛЕОНИДОВИЧ,**КЫЗЫЛ-ООЛ ХОРАГАЙ СОЛУН-ООЛОВНА**

студенты

ФГБОУ ВО «Тувинский государственный университет»

Аннотация: в статье рассматривается современное состояние ипотечного кредитования в ПАО «Сбербанк». Среди способов обеспечения исполнения обязательств ипотечного кредитования, основанная на рыночных принципах, на современном этапе признана приоритетной в осуществлении жилищной программы в России, а для кредиторов – одним из самых эффективных, надёжных, наиболее популярных способов обеспечения исполнения обязательств.

Ключевые слова: ипотечное кредитование, банк, Сбербанк, ипотека, Республика Тыва.

ANALYSIS OF MORTGAGE LENDING ON THE EXAMPLE OF THE PJSC SBERBANK OF THE REPUBLIC OF TUVA

**Belek Eduard Leonidovich,
Kyzyl-ool Khoragai Solun-oolovna,
Sevek Ruslana Mongushovna**

Abstract: the article discusses the current state of mortgage lending in PJSC "Sberbank". Among the ways to ensure the fulfillment of mortgage lending obligations, based on market principles, at the present stage, it is recognized as a priority in the implementation of the housing program in Russia, and for creditors – one of the most effective, reliable, most popular ways to ensure the fulfillment of obligations.

Key words: mortgages, Bank, Sberbank, mortgage, Republic of Tuva.

Одним из наиболее активно развивающихся сегментов банковского бизнеса в последние времена является ипотечное кредитование. Развитие современного рынка привело к разработке большого количества ипотечных программ. Банковские программы по предоставлению ипотечных кредитов в Республике Тыва достаточно разнообразны и рассчитаны для физических лиц с разным финансовым положением. Квартиры предлагаются в новых домах, еще находящихся в стадии строительства, и на вторичном рынке жилья [1, 35 с.].

Стать обладателем нового жилья, пользуясь ипотечным кредитованием в Республике Тыва можно, если воспользоваться предложением банков, работающих в регионе – Сбербанка, Росбанка, Россельхозбанка.

Очевидно, что ПАО «Сбербанк» - самый крупный банк среди коммерческих банков. Именно Сбербанк России имеет большое количество филиалов по стране. Также, известно, что Сбербанк является банком, который начал первым выдавать ипотечные кредиты. Следует отметить, что Сбербанк даже не прекращал выдачу ипотечных кредитов во время кризиса в стране. Данный вид кредитования в Сбербанке возможен по самым различным ипотечным программам (ипотека с гос.поддержкой, ипотека плюс мат.капитал, военная ипотека, рефинансирование ипотеки и т.д.) [3].

Если посмотреть объем выданных ипотек в Республике, то развитие ипотечного жилищного кредитования здесь принято как преимущественное направление стимуляции жилищного строительства в республике, которое в конечном итоге должно стать важным направлением развития жилищно-коммунального строительства, обеспечения населения нормальными жилищно-коммунальными услугами.

Рассмотрим объем и количество выданных ипотек ПАО «Сбербанком» за 2017 год (рис.1 и рис.2).

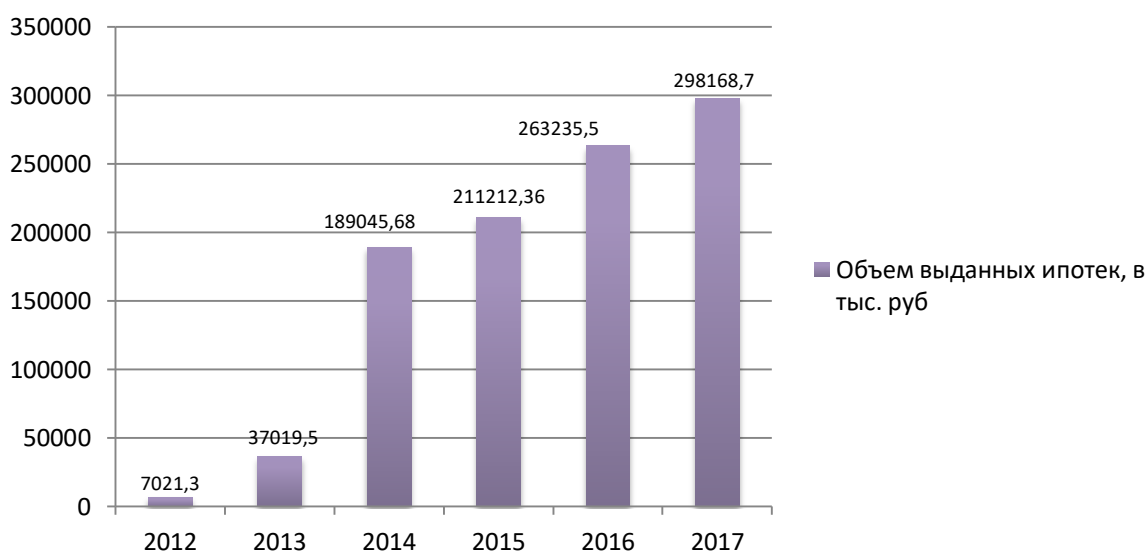


Рис.1. Объем выданных ипотек ПАО «Сбербанк» за 2012-2017г., тыс. руб.

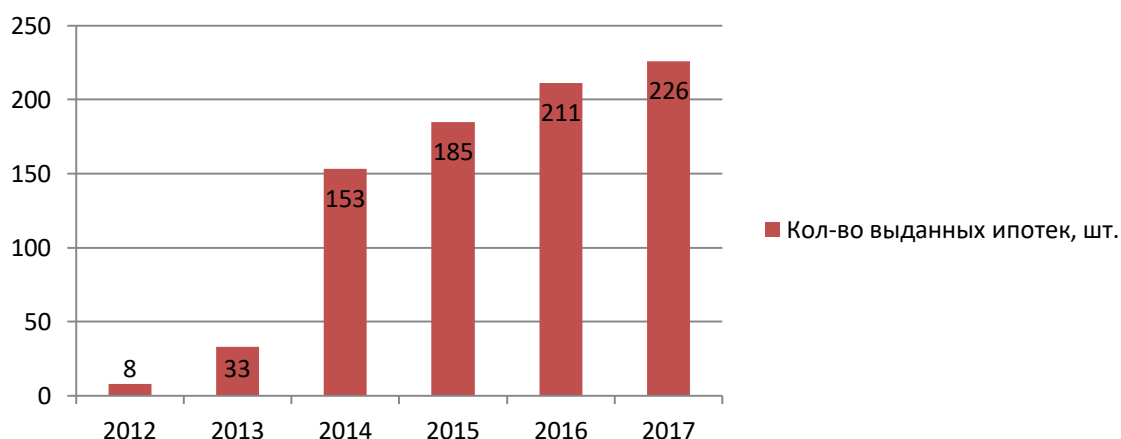


Рис.2. Количество выданных ипотек ПАО «Сбербанк» за 2012-2017 г., шт.

Из рисунков 1 и 2 видно, что с 2012 по 2017 г. динамика выдачи ипотечных кредитов увеличивается, большой скачок выдачи составляет в 2017 г. 226 шт. кредита на сумму 298168,7 тыс. руб.

Динамика роста объемов ипотеки в ПАО «Сбербанк» в республике:

- за 2013 год по отношению к 2012 году – увеличилась на 29988,2 тыс.руб.;
- за 2014 год по отношению к 2013 году – увеличилась в 4 раза;

- за 2015 год по отношению к 2014 году – увеличилась на 32 шт.;
- за 2016 год по отношению к 2015 году – увеличились на 52023,14 тыс.руб.;
- за 2017 год по отношению к 2016 году – увеличилась в 1,07 раз.

Анализируем динамику выдачи ипотечных кредитов ПАО «Сбербанк» по месяцам (табл.1).

Таблица 1

Динамика помесечной выдачи ипотечных кредитов в ПАО «Сбербанк», млн.руб.

Месяц	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Январь	-	18966,3	-	-	13625,2	18222,5
Февраль	-	8345,2	-	108056	29012,6	32544,5
Март	-	-	36027,38	-	40692,4	43824,5
Апрель	-	-	-	-	31296,5	32381,5
Май	-	-	-	-	17689,3	19915,5
Июнь	-	-	153018,3	-	20215,8	21113,75
Июль	-	5623,2	-	-	16895,5	18265
Август	2378,6	-	-	-	21013,9	22271,25
Сентябрь	4642,7	4084,8	-	52134,76	16085,5	18125
Октябрь	-	-	-	-	12695,3	13587,5
Ноябрь	-	-	-	51021,6	10361	12865,5
Декабрь	-	-	-	-	11645,75	45052,2
Итого	7021,3	37019,5	189045,68	211212,36	263235,5	298168,7

По данным таблицы 2 можно сказать, что активная выдача ипотечных кредитов ПАО «Сбербанк» начинается с 2016 г. В 2016 г. на все месяцы года состоялись выдачи ипотечных кредитов, причем не менее 10 шт. кредита. Наглядно изображен на рис.3.

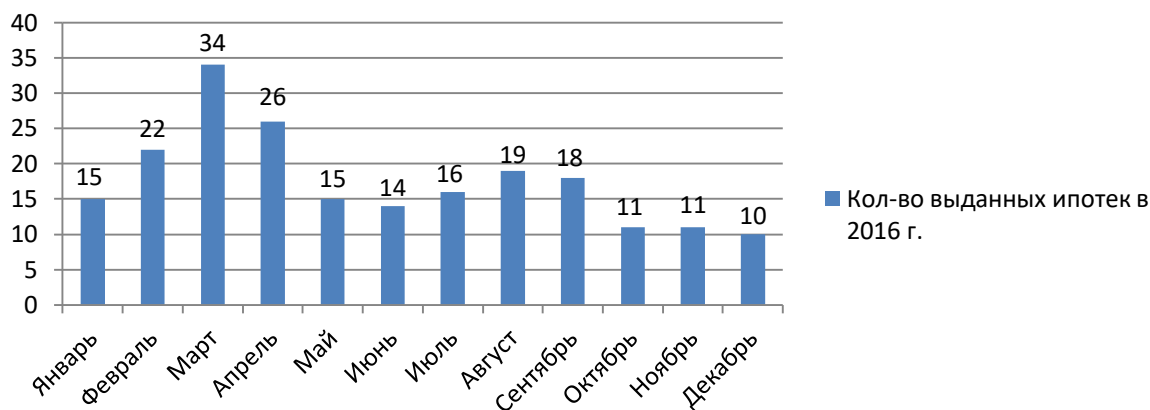


Рис.3 Количество выданных ипотечных кредитов в ПАО «Сбербанк» в 2016 г.

Из рисунка видно, что наибольшее число выдачи в 2016 г. составляет март месяц. Также можно анализировать выдачу ипотечных кредитов Сбербанка в городской и сельской местности в Республике Тыва. С 2012 по 2017 г. выдачи ипотеки в городской местности составляет 85,3 %, а в сельской местности – 14,7 %. Суммарная доля количества выданных ипотечных кредитов в городах составляет 75,3 %, а в сельской местности – 24,7 %. Из этого можно сделать вывод, что средняя стоимость жилых домов, квартир в городской местности превышает средней стоимости жилых домов, квартир в сельской местности на 583 тыс.руб. (на 53 %), получается в городах 1 563 тыс. руб., а районах – 830 тыс. руб. Конечно же, условия ипотеки на кредитном рынке, как и во многих других финансовых областях, с течением времени меняются, так как многое зависит не только от внутренних фак-

торов. Тем не менее, учитывая, что рынок ипотеки в данном регионе, так же, как и во многих других регионах страны, еще весьма далек от своего насыщения и стагнации, можно положить надежды на активную динамику его роста [2, с.185].

Таким образом, после проведения анализа можно прийти к выводу, о том, что Сбербанк почти всегда занимает первое место в различных рейтингах, проводимых как в нашей стране, так и за рубежом. Главными конкурентными преимуществами является его обширная клиентская база, многолетний опыт массового обслуживания клиентов, крупномасштабная филиальная сеть, его расчетная система, охватывающая территорию всей страны и кредитный рейтинг инвестиционного уровня.

Список литературы

1. Шевчук Д.А. Ипотека: просто о сложном.-М.:ГроссМедиа:РОСБУХ, 2016.- 237 с.
2. Бондаренко С.Б. Ипотечное кредитование.-М.:Москва, 2015.-361 с.
3. Веб-сайт банка [Электронный ресурс] / Сбербанк России. 1997–2018. URL: <http://www.sberbank.ru> (дата обращения: 14.03.2018).

© Севек Р.М., Белек Э.Л., Кызыл-оол Х.С., 2018

УДК 331.1

ОСНОВНЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ РАЗВИТИЯ МЕЖДУНАРОДНОЙ ТОРГОВЛИ

ЛАВИНА НАДЕЖДА ЮРЬЕВНА

студентка

ФГБОУ ВО «Поволжский государственный университет сервиса»

Аннотация: В статье изучено понятие международной торговли. Рассмотрена внешнеэкономическая деятельность. Представлены показатели и тенденции международной торговли в России. Выделили роль и факторы, влияющие на рост внешней торговли. Так же рассмотрена структура экспортно-импортных операций РФ.

Ключевые слова: международная торговля, внешняя торговля, экспорт, импорт, внешнеторговый оборот.

KEY INDICATORS OF INTERNATIONAL TRADE DEVELOPMENT

Lavina Nadezhda Yurievna

Abstract: In the article the concept of international trade is studied. Considered foreign trade activities based on international trade. Presents indicators and trends of international trade in Russia. Highlighted the role and factors affecting the growth of international trade. The structure of export-import operations of the Russian Federation is also considered.

Key words: International trade, foreign trade, export, import, foreign trade turnover.

Международная торговля — это процесс купли и продажи товаров и услуг (обмен), осуществляемый между покупателями, продавцами и посредниками в разных странах. Она представляет собой некую форму связи между товаропроизводителями разных стран, возникающей на основе международного разделения труда, и выражает их взаимную экономическую несамостоятельность.

На современном этапе международная торговля играет важную роль в хозяйственном развитии стран, регионов, всего мирового сообщества [2, С.4-12]:

- внешняя торговля стала мощным фактором экономического роста;
- зависимость стран от международного товарообмена значительно повысилась.

Международная торговля растет и развивается в связи с прибыльностью и рациональностью международного разделения труда, сосредоточения производства определенных продуктов в отдельных странах с целью их последующей продажи на мировом рынке и удовлетворения тем самым потребностей других стран, создающих спрос на этот продукт. Таким образом, место международной торговли в системе мировой экономики определяется динамикой всемирного обмена услугами, международной экономической интеграцией, научно-техническим сотрудничеством, осуществлением всех форм мирохозяйственных связей, подчеркивая, тем самым, неоспоримую значимость на этапах становления и развития мировой экономики.

Анализ международной торговли товарами позволяет выявить в ее развитии ряд новых тенденций. Темпы роста мировой торговли в номинальном исчислении в 2012 – 2014 гг. упали в среднем до 1,1% [3, С. 31-38.]. Тем временем, общий индекс цен мировой торговли к 2012 – 2014 гг. из положи-

тельной зоны перешел в отрицательную [8, С. 4-12.]. Темпы роста международной торговли в номинальном исчислении, составлявшие в среднем 8,9%, а в отдельные годы, доходившие до 15-20%, в 2012-2014г. упали в среднем до 1,1% (рис.1.).



Рис.1. Диаграмма мирового товарного экспорта, млрд. долл.США

По данным таможенной статистики важнейшие показатели – экспорт, импорт и внешнеторговый оборот к концу года изменились незначительно и сравнялись с показателями 2012 года. Так, внешнеторговый оборот составил 844,2 млрд. долларов, экспорт – 532,6 млрд. долл., а импорт 317,8 млрд. долл. (рис.2).

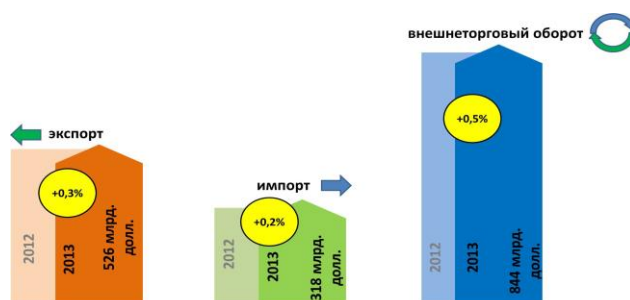


Рис.2. Общие тенденции международной торговли в России за период 2012-2013 г.

Российский экспорт за 2013 – 2015 гг., по данным Росстата, падал в конце 2014 г. и в середине 2015 г., в то время как показатели импорта находятся в отрицательной зоне приростов уже больше 2-х лет – с конца 2013 г [1, С.20]

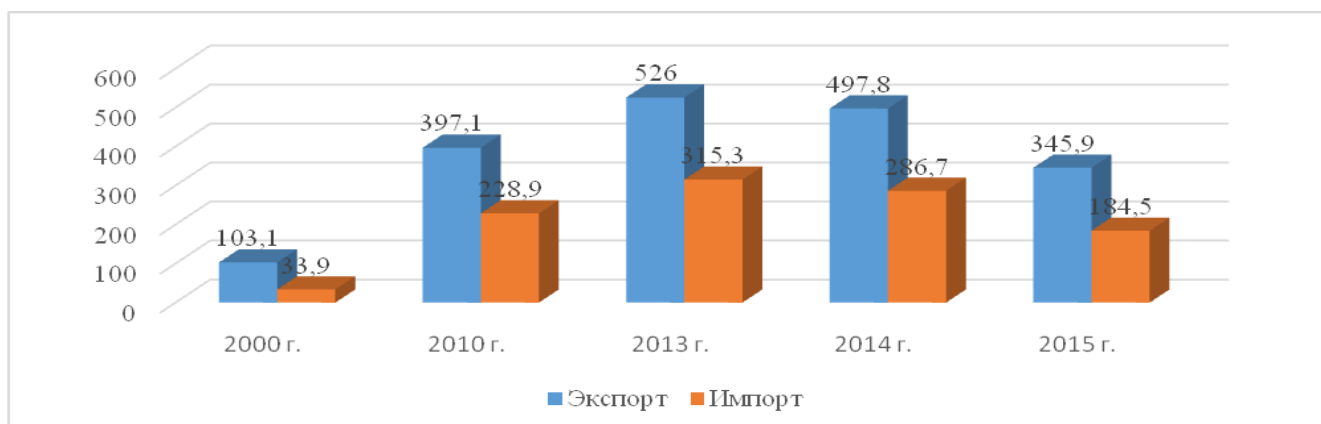


Рис.3. Структура экспортно-импортных операций РФ за 2000-2015 гг. (млрд. долл.)

В 2016 г. в России наметилась тенденция к снижению темпов падения импорта: в феврале импорт сократился на 17%, экспорт – на 30%. По данным ФТС, внешнеторговый оборот России за 2016 год составил 471,2 млрд.долларов. Это меньше, чем за 2015г. на 11,2%. По итогам 2016 года экспорт России в стоимостном выражении сократился на 17% и составил 285,49 млрд.долл. При этом самые низкие показатели были характерны для января, когда экспорт упал сразу на 37,2%.

Таким образом, несмотря на тенденцию снижения показателей внешнеторговой деятельности РФ, она представляет собой существенный потенциал для развития и расширения, связанный, в первую очередь, с повышением доли современных форматов, ростом укрепления торговли, увеличением конкурентоспособности национального производства.

Однако прогноз развития торговых взаимоотношений, составленный специалистами ВТО, говорит о незначительном улучшении, согласно которому в 2015 г. прирост международной торговли принимается за 3,3%, а в 2016 г. – 4,0%. Рассмотрим подробнее темы роста физического объема (табл.1) [5, С.433].

Таблица 1

Международная торговля товарами (темпы роста физического объема в %)

	2012	2013	2014	2015	2016
Международная торговля товарами	2,2	2,4	2,8	3,3	4,0
ЭКСПОРТ					
Развитые страны	1,1	1,6	2,2	3,2	4,4
Развивающиеся страны	3,7	3,9	3,3	3,6	4,1
Северная Америка	4,5	2,8	4,3	4,5	4,9
Южная и Центральная Америка	0,8	1,5	-2,5	0,2	1,6
Европа	0,8	1,6	1,9	3,0	3,7
Азия	2,7	5,0	4,9	5,0	5,4
Прочие регионы (Африка, СНГ, Ближний и Средний Восток)	4,0	0,7	0,1	-0,6	0,3
ИМПОРТ					
Развитые страны	-0,1	-0,2	3,2	3,2	3,5
Развивающиеся страны	4,9	5,3	2,0	3,7	5,0
Северная Америка	3,2	1,1	4,4	4,9	5,1
Южная и Центральная Америка	2,3	3,2	-3,0	-0,5	3,1
Европа	-1,8	-0,3	2,8	2,7	3,1
Азия	3,6	4,8	3,6	5,1	5,1
Прочие регионы (Африка, СНГ, Ближний и Средний Восток)	9,9	3,9	0,0	-2,4	1,0

В данной таблице (табл.1.) можем наблюдать, что высокой остается роль стран Азии в международной торговле товарами, их доля составляет около 32% по состоянию на 2014 г. Позиции данного региона несколько усилились за последние пять лет: на 0,4 п.п. в мировом экспорте товаров и на 1,6 п.п. в импорте. Выросла доля и стран Ближнего Востока до 7% в экспорте и 4,2% в импорте. Относительно стабильными остаются позиции стран Южной и Центральной Америки (доля в международной торговле составляет около 4%), СНГ (3,3%), Африки (3,2%) [4, С.462].

По данным Федеральной таможенной службы, внешнеторговый оборот России за 2016 год составил 471,2 млрд. долларов. Это меньше, чем за 2015 год на 11,2%. Решающую роль в снижении показателей сыграла девальвация рубля, которая последовала за сильнейшим падением цен на нефть в начале 2016 года. Рассмотрим подробнее динамику внешней торговли (рис.4).



Рис.4. Динамика внешней торговли России [1, С.20]

По итогам 2016 года экспорт России в стоимостном выражении сократился на 17% и составил 285,49 млрд долларов. При этом самые низкие показатели были характерны для января, когда он упал сразу на 37,2%. Подобная динамика обусловлена тем, что Россия экспортирует за рубеж преимущественно углеводороды – нефть и газ, и вместе с падением цен на них, упала и общая стоимость экспорта. Кроме того, в условиях девальвации они могли получать больший размер выручки от экспорта в рублях.

Таким образом, исходя из вышеизложенного, нельзя не заметить, что международная торговля все сильнее влияет на экономику каждой страны. Из того, что создается в стране, все большая часть идет на экспорт, а в объеме потребления все большее значение играет импорт. Развитие внешней торговли России оказывает значительное влияние на внутренний рынок страны, на интенсивность потребительского рынка товарами и на увеличение объема их производства. Доля экспорта и импорта России в валовом внутреннем продукте растёт. Россия является важным торговым партнером для стран Европы и СНГ, а также для стран Азии.

Список литературы

1. Внешняя торговля: изменение структуры и динамики: Бюллетень социально-экономического кризиса в России / Аналитический центр при Правительстве РФ. – апрель 2016. – № 12. – 20 с.
2. Гладков И. С. Международная торговля в эпоху перемен // Международная экономика.- 2014.-№ 5.- С. 4-12.
3. Дюмулен, И.И., Международная торговля. Экономика, политика, практика: Монография. 2-е изд. / И.И. Дюмулен. - М.: ВАВТ, 2015. - 462 с.
4. Кузнецова, Г.В., Международная торговля товарами и услугами: Учебник / Г.В. Кузнецова, Г.В. Подбиралкина. - Люберцы: Юрайт, 2016. - 433 с.
5. Сельцовский, В. Л., Статистика и анализ внешней торговли [Электронный ресурс] : учеб. пособие для направлений подгот. "Менеджмент" и "Экономика" / В. Л. Сельцовский. - Документ HTML. - М. : РИОР [и др.], 2014. - 252 с. - Библиогр.: с. 252. - Прил.. - (Высшее образование - Бакалавриат). - Режим доступа: <http://znanium.com/bookread.php?book=454008>
6. Таможенный кодекс Таможенного союза (Приложение к договору о Таможенном кодексе Таможенного союза, принятому Решением Межгосударственного Совета ЕврАзЭС на уровне глав государств от 27.11.2009 № 17) (в ред. от 16.04.2010 г.).
7. Федеральная служба государственной статистики. [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://www.gks.ru/> (дата обращения: 15.11.2016)
8. Филатов, Ю.Н., Воздействие внешнеэкономических факторов на модернизационные процессы в экономике России / Вестник Тольяттинского государственного университета сервиса. Серия: Экономика. №23. - 2012.

УДК 33

НАПРАВЛЕНИЯ ЭКСПОРТНОЙ ПОЛИТИКИ ШИННОЙ ОТРАСЛИ РЕСПУБЛИКИ ТАТАРСТАН

ВАСИЛЬЕВА ЕЛЕНА ВИКТОРОВНА,

студент магистратуры

ХИСМАТУЛЛИНА АЛСУ МИДХАТОВНА,

кандидат экономических наук, доцент

Нижекамский химико-технологический институт (филиал)

ФГБОУ ВО «КНИТУ»

г. Нижнекамск, Российская Федерация

Аннотация: В данной статье рассмотрена внешнеэкономическая деятельность Республики Татарстан по поставкам нефтехимической продукции на экспорт, в частности продукции шинной промышленности. Проведен сравнительный анализ экспорта продукции производства ПАО «Нижекамскшина» и других крупных производителей шин. Рассмотрены тенденции на рынке легковых шин в Российской Федерации.

Ключевые слова: Шины, экспорт, рынок, тенденции, производство, нефтехимическая продукция.

DIRECTIONS OF EXPORT POLICY OF THE TIRE INDUSTRY OF THE REPUBLIC OF TATARSTAN

**Vasilyeva Elena Viktorovna,
Khismatullina Alsu Midhatovna**

Annotation: In this article, the foreign economic activity of the Republic of Tatarstan on the supply of petrochemical products for export, in particular, products of the industry tire, is considered. A comparative analysis of the export of products produced by PJSC "Nizhnekamskshina" and other major tire manufacturers was carried out. The trends in the car tire market in the Russian Federation are considered.

Keywords: Tires, export, market, trends, production, petrochemical products.

В условиях глобализации мирового хозяйства и международных экономических отношений повышается роль и значение внешнеэкономической деятельности как для отдельного предприятия, так и для экономики страны в целом. Международный обмен товарами экономически целесообразен для страны, если она затрачивает на производство экспортных товаров меньше общественного труда, чем должна затратить на производство товаров взамен импортируемых (на средства, вырученные от экспорта).

Мировой товарооборот подсчитывается путем суммирования только объемов экспорта всех государств, традиционно выражаемых в долларах США. Такая методика подсчета вызвана тем, что экспорт товаров всех стран мира является одновременно импортом этих стран. Большинство компаний, торгующих на внешнем рынке, предпочитают экспорт. Это подразумевает меньший риск, требует меньших инвестиций и подразумевает меньшее влияние со стороны внешней политической и эконо-

мической среды.

Республика Татарстан, как один из наиболее развитых в экономическом отношении регионов России, является активным участником внешнеэкономической деятельности среди регионов Российской Федерации. Татарстан сотрудничает с более чем 120 странами дальнего и ближнего зарубежья. География сотрудничества республики широка и охватывает как европейские страны, так и государства Азии и Африки. Основными торговыми партнерами республики являются Турция, Польша, Италия, Нидерланды, Германия, Беларусь, Украина, Венгрия, Казахстан, Финляндия, Швейцария, Великобритания, Китай, Чехия, Греция, Испания.

Нефтехимический и химический комплекс Республики Татарстан аккумулировал достаточный потенциал для укрепления лидерских позиций на российском рынке и расширения присутствия на внешних рынках. Республика уверенно входит в десятку регионов лидеров по инвестиционной привлекательности.

Это обусловлено такими его "сильными сторонами", как высокие конкурентные позиции по сравнению с российскими производителями, несмотря на активизацию конкуренции; наличие крупнейших в России производств продуктов-мономеров и некоторых полимерных материалов (синтетические каучуки, полиэтилен); стабильные коммерческие связи с потребителями и финансово-кредитными институтами зарубежных стран; активизация инвестиционной и инновационной деятельности; развитие малого и среднего бизнеса в нефтегазохимическом комплексе; последовательное решение ряда сырьевых проблем и т.д.

В общем количестве экспортируемой нефтехимической продукции за 2015-2016 гг, в среднем, на долю ОАО «Нижнекамскнефтехима» приходится 55%, на ОАО «Таиф-НК» - 20% , на долю ОАО «Нижнекамскшина» - 15%, на долю ОАО «Нижнекамсктехуглерод» приходится 6%, на долю ОАО «Танеко» приходится 4%. (рис. 1)

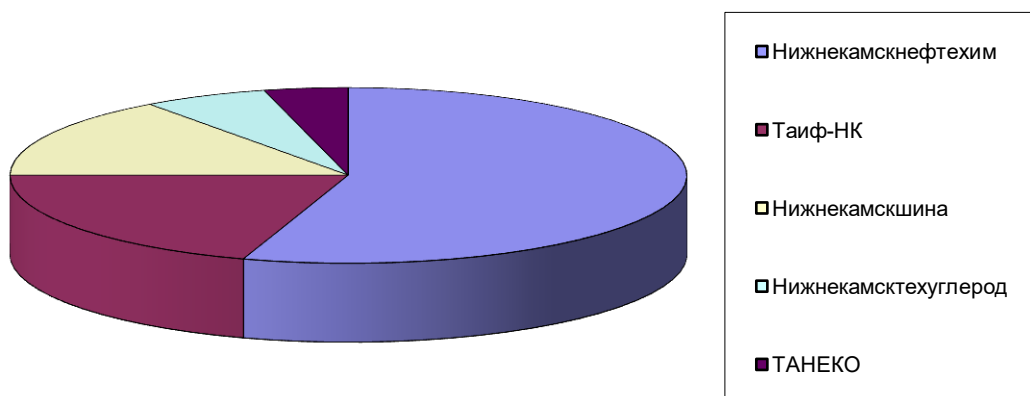


Рис. 1. Доля экспорта нефтехимических предприятий, %

Открытое акционерное общество «Нижнекамскшина» – крупнейшее предприятие в шинной отрасли России и СНГ. Основная деятельность – производство шин для легковых, грузовых, легкогрузовых автомашин, сельскохозяйственной техники, автобусов.

ОАО «Нижнекамскшина» осуществляет широкую внешнеэкономическую деятельность. Для данного предприятия характерна, прежде всего, такая форма, как экспортно-импортные операции. Около 20 процентов продукции Компании экспортируется в страны ближнего и дальнего зарубежья. Шины с маркой «Кама» отгружаются в страны СНГ, а также Англию, Голландию, Ирак, Финляндию, Иорданию, Кубу и другие страны.[1]

Основной спрос, приходится на покрышки средне ценового сегмента, причем в кризис их доля растет: если в 2013 году она достигала 53,8%, то в 2015 году — уже 64,7%. В этом сегменте лучше других продаются шины Dunlop (13%), Cordiant и Yokohama (примерно по 12%). Бюджетные покрышки — это 7,9% рынка, а «премиальные» модели занимают 27,4% (два года назад было 9,7% и 36,5%).

Основные тенденции на рынке легковых шин в РФ:

- Рост цен: Рост цен на зимний ассортимент в среднем на 8-9%. Более высокий рост цен на летний ассортимент 10-12%. Наибольший рост у импортных брендов.

- Рост экспорта: Рост экспортных поставок (+37%). Основной рост за счет иностранных компаний, обладающих локализованными мощностями в РФ («Nokian», «Pirelli», «Continental», «Michelin»).

- Разнонаправленная динамика по сезонам: Зимний сезон по сравнению с летним продемонстрировал лучшую динамику (-16% против -19%). Этому способствовала реализация отложенного спроса. Падение зимнего сегмента отмечалось на протяжении 3-х лет. Летний сегмент падает 2 года.[2]

Объем производства внутри страны вырос на 9% до 36,5 миллиона штук, из которых почти половина ушла на экспорт: в основном в Германию, Финляндию и Чехию, но, например, шины «Cordiant» с недавних пор поставляются даже в далекую Бразилию. Крупнейшие производители шин в России — «Nokian» (почти 11 миллионов легковых покрышек в прошлом году), «Нижнекамскшина» (почти 8 миллионов) и «Pirelli» (7,5 миллиона).

На фоне сокращения импорта на 32%, вырос экспорт российских грузовых ЦМК шин, основной рост произошел за счет увеличения поставок в страны СНГ.

В 2018 г. рынок грузовых покрышек, по прогнозам, вырастет на 2% из-за накопившегося отложенного спроса. Но и цены на покрышки вырастут: по прогнозам, примерно на 8%. В том числе и выпускаемые в России, ведь в структуре себестоимости шин 70% приходится на сырье, которое в основном закупается за валюту.

Список литературы

1. Официальный сайт ПАО «Нижнекамскшина» – [Электронный ресурс]. – URL: <http://shinakama.tatneft.ru> (Дата обращения: 13/04/2018).

2. Информационный ресурс, посвященный автомобильным шинам и дискам – [Электронный ресурс]. – URL: <http://colesa.ru> (Дата обращения: 13/04/2018).

© Е.В. Васильева, А.М. Хисматуллина, 2018

УДК 330

АНАЛИЗ РИСКОВ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫХ ТОВАРОПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ

НАНИЗ ЗАРЕМА ВЯЧЕСЛАВОВНА

Студентка

ШОЛЬ ВЛАДИМИР ВЛАДИМИРОВИЧ

Доцент, к.э.н., доцент ВАК

ФГБОУ ВО «Кубанский государственный аграрный университет им. И.Т.Трубилина»

Аннотация: аграрный сектор уникален. Помимо рисков, которые влияют на другие хозяйствующие субъекты, на предпринимательскую деятельность сельскохозяйственного производителя влияют риски, связанные с природными явлениями, например, засухой или чрезмерной дождливостью и многие другие. В связи с этим актуальным является анализ этих рисков в сельском хозяйстве. В этой статье раскрыты главные типы рисков, влиянию которых подвержены сельскохозяйственные товаропроизводители, а также проанализированы методы анализа, которые можно использовать при оценке того или иного типа риска

Ключевые слова: анализ, риск, предпринимательская деятельность, сельскохозяйственный товаропроизводитель, методы анализа

ANALYSIS OF RISK OF ENTERPRISE ACTIVITY OF AGRICULTURAL MANUFACTURERS

Naniz Zarema Vyacheslavovna,
Sholl Vladimir Vladimirovich

Abstract: The agrarian sector is unique. In addition to the risks that affect other economic entities, the entrepreneurial activity of the agricultural producer is affected by risks associated with natural phenomena, for example, drought or excessive rain, and many others. In connection with this, it is important to analyze these risks in agriculture. This article describes the main types of risks to which agricultural producers are exposed, and also analyzes the methods of analysis that can be used to assess a particular type of risk

Keywords: analysis, risk, entrepreneurial activity, agricultural commodity producer, methods of analysis

Риски предпринимательской деятельности в сельском хозяйстве являются предметом исследования во всем мире. Это связано с тем, что их трудно оценить, а тем более – управлять ими. Сельскохозяйственные товаропроизводители в своей деятельности должны постоянно учитывать большое количество факторов рисков предпринимательской деятельности.

В сельском хозяйстве существует много различных типов риска: производственный риск, маркетинговый риск, кредитный риск, личный риск и экологический риск. Однако, этот список можно расширять практически до бесконечности. Так, на предпринимательскую деятельность сельскохозяйственных товаропроизводителей оказывают влияние еще и политические риски, а также бизнес-риски. Каждый из этих рисков играет роль в процессе принятия решений

сельскохозяйственными товаропроизводителями, поэтому крайне важно оценивать и измерять риски в сельском хозяйстве. Для этого необходимо владеть инструментами и методами управленческого анализа.

Управление рисками может быть разделено на несколько этапов, которые должны выполняться в повседневной и циклической форме каждой сельскохозяйственной организацией. Первый этап – оценка риска, является ключевым. На втором этапе важно определить риск. Научная литература предлагает множество различных определений термина «риск». Его часто путают с такими понятиями, как вред, опасность, угроза или неопределенность. Другие утверждают, что риск – это событие или вероятность его возникновения. Авторы З.А.Кунашева и И.А.Тешев считают, что «Риск – это совокупность факторов, действий или процессов, которые могут вызывать материальные, финансовые и другие потери, а также возможные действия, ориентированные на достижение определенной цели в хозяйственной деятельности» [1, с. 182].

Риск включает как потенциальную выгоду, так и потенциальную потерю. Концепция анализа рисков является наиболее важным шагом в процессе принятия решений, который может помочь в достижении прибыльной деятельности.

Основные типы рисков в сельском хозяйстве представлены на рисунке 1.

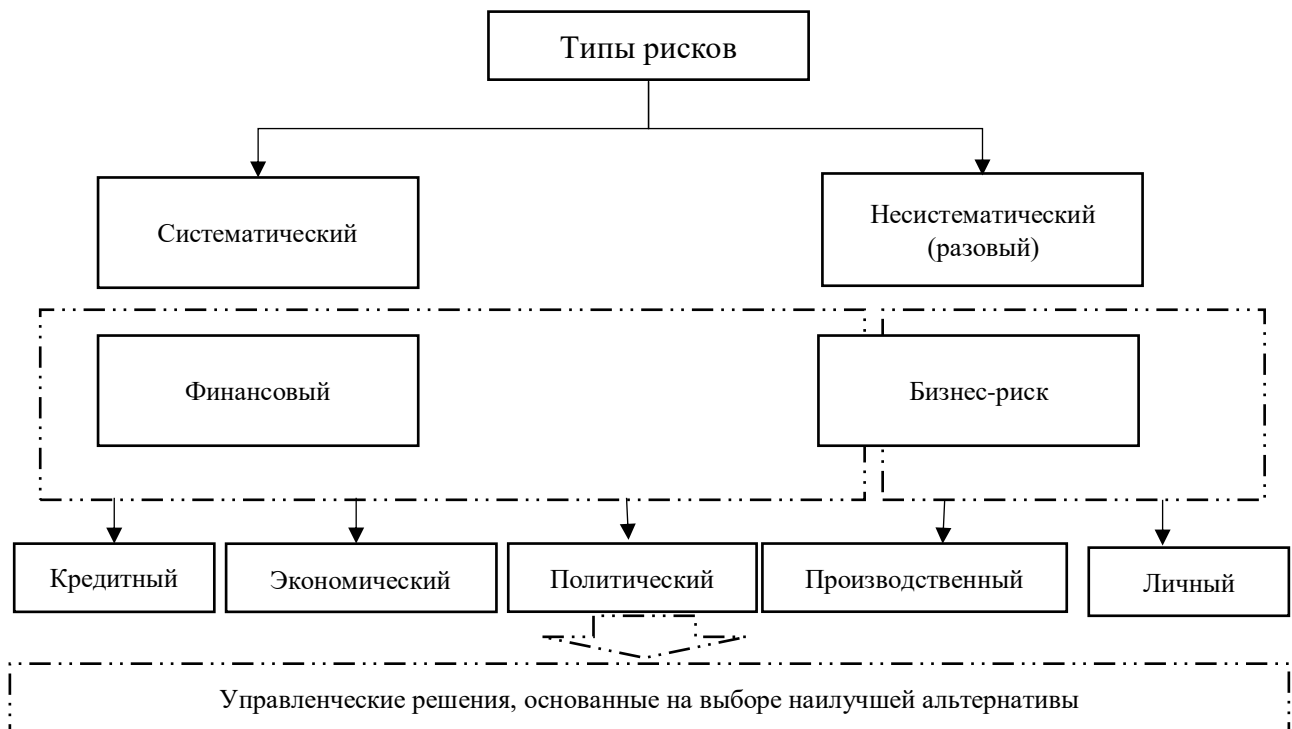


Рис. 1. Основные типы рисков предпринимательской деятельности сельскохозяйственного производителя

После анализа рисков можно определить их взаимодействие. Сельскохозяйственные организации решают, какой урожай они собираются производить в зависимости от рыночной ситуации, уровня цен, национальной политики, климата и местоположения земли. При этом личное мнение руководителя сельскохозяйственной организации и его ожидания, несомненно, играют центральную роль в любом процессе принятия решений. Таким образом, можно сделать вывод, что производственный риск связан с экономическими, политическими и личными рисками. Экономический риск зависит от политической ситуации в стране, а также от существующих законов и правил. Кредитный риск зависит от регулирования, которое является частью политического риска и общего экономического положения страны. Следовательно, в процессах анализа, оценки или управления сельскохозяйственными рисками трудно изолировать различные типы рисков, поскольку риски

влияют друг на друга и взаимодействуют.

В научной литературе существует множество различных количественных и качественных моделей анализа рисков. Качественные модели сосредоточены на причинах и последствиях, тогда как количественные методы концентрируются на вычислениях вероятности событий.

По данным таблицы 1 видно, что анализ рисков предпринимательской деятельности сельскохозяйственных товаропроизводителей можно проводить при помощи различных методов. Однако большинство методов оценивают только некоторые типы риска, например, финансовый, личный, экономический или политический. Таким образом, трудно выбрать эффективный метод анализа, поскольку количественные методы обычно требуют массивных статистических данных, специальных методов и знаний, и для вычисления результата требуется довольно много времени.

Таблица 1

Методы анализа рисков предпринимательской деятельности в сельском хозяйстве

Метод	Тип риска				
	производственный	кредитный	личный	политический	экономический
«Что, если ?»: метод анализа опасности, который определяет, что может пойти не так, и оценивает вероятность и степень серьезности возникновения таких ситуаций.	+	+	-	+	-
«Fuzzy matrix»: математический алгоритм для прогнозирования будущей производительности	-	-	+	+	-
Сценарийный анализ: метод анализа «плохих» и «хороших» вариантов обстоятельств и сравнения их с наиболее вероятной ситуацией или базовым случаем.	+	+	+	+	+
Анализ дерева событий (ЕТА): логическая модель для определения того, как может произойти непредвиденное событие.	+	-	+	+	+
Анализ дерева отказов (АДО): диаграмма, показывающая логические связи между ошибками подсистем и компонентов.	+	-	+	+	+
Метод Делфи: метод, основанный на различных экспертных заключениях. Существует специальная анкета для интервью с экспертами	-	-	+	+	-
Метод Мнте-Карло: метод компьютерного моделирования будущего, и ожидаемой нормы прибыли и индексов риска.	-	-	+	-	+
Анализ затрат и результативности	-	-	+	+	+
Risk-at-value (VAR): метод VaR является статистическим методом для измерения потенциальных потерь, которые субъект хозяйствования может понести с течением времени с определенной вероятностью.	-	-		+	+
Вариационно-ковариационный метод: этот метод использует массивные исторические данные и обычно является высоко адаптивным	-	-	+	+	+

Между тем качественные методы в значительной степени зависят от знаний и опыта лиц, принимающих решения. Поэтому в современных условиях макроэкономической нестабильности становится актуальной разработка единой интегрированной модели анализа рисков предпринимательской деятельности в сельском хозяйстве.

Таким образом, можно сделать следующие выводы. Деятельность на рынке направлена на получение максимальной прибыли. С другой стороны, существует желание предотвратить вероятность риска или минимизировать его. Поэтому риск может быть определен как возможность финансовых потерь. Основными видами риска в сельском хозяйстве являются личные, производственные, экономические, политические и кредитные риски. Эти сельскохозяйственные риски имеют разные источники, но тем не менее они связаны друг с другом. После анализа рисков и их особенностей можно определить их взаимодействие. Сельскохозяйственные организации решают, какой вид урожая производить в зависимости от рыночной ситуации, уровня цен, национальной политики, климата и местоположения их земли, а также, наконец, не менее важно мнение и ожидания руководителей хозяйствующих субъектов. Производственные риски связаны с экономическими, политическими и личными рисками. Экономические риски связаны с политической ситуацией в стране и различными правовыми рисками. Кредитные риски связаны с правовыми рисками и общей экономической ситуацией в стране. Поэтому, пытаясь проанализировать риски в сельском хозяйстве и оценить их или управлять ими, трудно разделить различные типы рисков, поскольку риски влияют друг на друга и взаимодействуют. При анализе рисков предпринимательской деятельности сельскохозяйственных товаропроизводителей используются несколько количественных и качественных методов: что делать?; вариационно-ковариационный метод и др. Один и тот же метод можно использовать для оценки нескольких типов рисков.

Список литературы

1. . Laura Girdžiūtė Risks in agriculture and opportunities of their integrated evaluation // Procedia - Social and Behavioral Sciences. – 2012. – № 62. – С. 783-790.
2. Кунашева З.А., Тешев И.А. Особенности рисков в сельском хозяйстве // Кабардино-Балкарский государственный аграрный университет им. В.М. Кокова. – 2016. – № 11-1(25). – С. 181-184.
3. Бровка Ю.А., Завгородняя Е.В. Анализ эффективности вложений в производство сока ООО "Фанагория-Агро" / В сборнике: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ТЕОРИИ И ПРАКТИКИ ЭКОНОМИЧЕСКОГО АНАЛИЗА сборник статей международной научно-практической конференции студентов, аспирантов и преподавателей. 2016. С. 28-33.
4. Завгородняя Е.В., Мирзоян Г.Н. Оценка вероятности банкротства предприятия // Вестник современных исследований. 2017. № 11-1 (14). С. 406-409.
5. Исаева А.А., Завгородняя Е.В. Пути повышения экономической эффективности производства и реализации молока в ОАО "Родина" / В сборнике: Проблемы и перспективы развития теории и практики экономического анализа в России и за рубежом Четвертая международная научно-практическая конференция студентов, аспирантов, преподавателей. 2015. С. 89-98.
6. Пузейчук П.В., Завгородняя Е.В. Пути повышения деловой активности предприятия / В сборнике: ТРАДИЦИОННАЯ И ИННОВАЦИОННАЯ НАУКА: ИСТОРИЯ, СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ, ПЕРСПЕКТИВЫ сборник статей Международной научно-практической конференции: в 5 частях. 2017. С. 50-53.
7. Трубачева Е.А., Завгородняя Е.В. Современное состояние и тенденции развития агропромышленного комплекса России / В сборнике: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ТЕОРИИ И ПРАКТИКИ ЭКОНОМИЧЕСКОГО АНАЛИЗА сборник статей международной научно-практической конференции студентов, аспирантов и преподавателей. 2016. С. 284-289.
8. Юрова А.Д., Завгородняя Е.В. Инвестиционная привлекательность разведения нутрий / В сборнике: ТРАДИЦИОННАЯ И ИННОВАЦИОННАЯ НАУКА: ИСТОРИЯ, СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ, ПЕРСПЕКТИВЫ сборник статей Международной научно-практической конференции: в 5 частях. 2017. С. 155-158.

УДК 005.95

СОВРЕМЕННЫЕ МЕТОДЫ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ

ЗАЙЦЕВ МИХАИЛ ЮРЬЕВИЧ,студент ЧОУ ВО
«Московский университет им. С.Ю. Витте»

Аннотация. В наше время эффективный менеджмент организации не сможет обойтись без начальных знаний в области теории и методах управления персоналом. Управление персоналом в условиях нестабильности бизнеса имеет важное значение, так как именно научная организация труда на данном участке управленческой работы позволяет обеспечить реализацию избранной стратегии развития предприятия.

Ключевые слова: управление персоналом, методы управления персоналом.

MODERN PERSONNEL MANAGEMENT METHODS

Zaitsev Mikhail Yurievich

Abstract. In our time, effective management of the organization can not do without the initial knowledge in the field of theory and methods of personnel management. Personnel management in the conditions of business instability is important, because it is the scientific organization of work in this area of management work that allows the implementation of the chosen strategy of the enterprise development.

Key words: personnel management, personnel management methods.

На практике используется колоссальное число способов управления персоналом, какие регулярно видоизменяются и улучшаются, подстраиваясь под конкретные конъюнктурные проявления внешней среды [7, с. 721].

Вместе с этим, наиболее популярными способами управления персоналом остаются как в теории, так и практике менеджмента экономические и административные методы. Вкратце рассмотрим некоторые из них. В основе первых традиционно лежат классические экономические законы. И по этой причине колоссальное число организаций используют этот метод в качестве стимулирования эффективной работы персонала, поощряя своих сотрудников или, наоборот, используя в качестве наказания [4, с.91].

При неверном использовании данного метода возникают негативные факторы, которые могут привести к убыткам, забастовкам, и даже к банкротству предприятия. В разрезе управленческих методов менеджмента при влиянии на коллектив через организационно-распорядительные механизмы также могут, появиться, как положительные, так и отрицательные моменты. Отрицательной стороной может выступить текучесть кадров, безразличное машинальное отношение коллектива к своим обязанностям. Однако положительные нюансы данной процедуры организует коллектив, приучает и систематизирует к дисциплине, ответственности и т.д. [5, с. 529].

Одним из инновационных инструментов управления персоналом считается метод структуризации целей, которому, в частности характерны такие условия, как обоснование качественных и количественных целей организации, контроль целей системы менеджмента персонала их соответствия целям организации. При этом рациональная концепция управления способна являться только на основе

анализа целей, рассматриваемых в иерархическом порядке с определением уровня ответственности каждого сотрудника за окончательный итог своей работы.

При применении в целях улучшения управления персоналом экспертно-аналитического метода осуществляется вовлечение к решению задач и устранению существующих на предприятии вопросов высококвалифицированных специалистов в качестве экспертов. Эксперты исследуют сложившуюся обстановку, устанавливают недостатки в работе персонала и предпосылки их появления. Но, данный метод довольно субъективный, и по этой причине для более точных оценок нужно использовать многоступенчатую экспертизу [6, с. 119].

Параметрический метод состоит в определении степени соразмерности параметров системы менеджмента персонала, характеристикам производственной системы предприятия посредством диагностирования функциональных взаимосвязей между ними [2, с. 159].

Нельзя не выделить важность социально-психологического метода управления персоналом. Для выполнения данного метода нужен ориентир на психологическое состояние каждого работника и коллектива в целом. С целью повышения благоприятного климата на предприятии необходимо систематическое проведение различного рода семинаров, тренингов и т.п.

В целом современные модели управления персоналом можно разделить на технократические, экономические, современные.

Специалисты и исследователи развитых стран выделяют следующие модели управления персоналом:

- управление по целям;
- управление посредством мотивации;
- рамочное управление;
- управление на основе делегирования;
- партисипативное управление;
- предпринимательское управление.

Управление посредством мотивации опирается на изучение потребностей, интересов, настроений, личных целей сотрудников, а также на возможность интеграции мотивации с производственными требованиями и целями организации. Кадровая политика при такой модели ориентируется на развитие человеческих ресурсов, укрепление морально-психологического климата, на реализацию социальных программ.

Рамочное управление создает условия для развития инициативы, ответственности и самостоятельности работников, повышает уровень организованности и коммуникаций в организации, способствует росту удовлетворенности трудом и развивает корпоративный стиль руководства.

Управление на основе делегирования. Более совершенной системой управления человеческими ресурсами является управление посредством делегирования, при котором сотрудникам передаются компетенция и ответственность, право самостоятельно принимать решения и осуществлять их.

В основе предпринимательского управления лежит концепция интрапренерства, получившая название от двух слов: «антрепренерство» - предпринимательство и «интре» - внутренний. Суть данной концепции заключается в развитии предпринимательской активности внутри организации, которую можно представить как сообщество предпринимателей, новаторов и творцов.

Многообразие имеющихся методов управления персоналом огромно, но, максимальную результативность использование методов принесет только в применении их в комплексе, а никак не, по отдельности [3, с. 124].

Таким образом, при непрерывном совершенствовании менеджмента персонала на выходе коллектив получает полное удовлетворенность от своих потребностей, а предприятие – реализацию собственных, хорошо слаженную работу и получение прибыли.

Список литературы

1. Кострова Ю.Б. Субъекты и объекты продовольственной безопасности. / Ю.Б. Кострова // Новая наука: современное состояние и пути развития, №10 (1), 2016. С. 86-88.

2. Лящук, Ю.О. Информационное пространство как фактор повышения качества жизни / Ю.О. Лящук // Материалы международной конференции «Информатизация населения, как фактор повышения качества жизни». – Рязань: Рязанский институт экономики СПБУУиЭ, 2013. – С. 157-161.

3. Лящук, Ю.О. Информационные системы управления рисками / Ю.О. Лящук // Научные достижения и открытия 2017: сборник статей III Международного научно-практического конкурса / Под общ. ред. Г.Ю. Гуляева – Пенза: МЦНС «Наука и Просвещение». – 2017. – С. 123-124.

4. Методические рекомендации для проведения практических занятий и индивидуальной работе по дисциплине «Экономика отрасли» (учебно-методические пособие) / А.Б. Мартынушкин, Ю.О. Лящук // Издательство учебной литературы и учебно-методических пособий ФГБОУ ВПО РГАТУ, 2013. – 104 с.

5. Особенности возникновения рискованных ситуаций в деятельности предприятий АПК / Ю.О. Лящук, И.А. Судницын // Материалы студенческой научно-практической конференции «Проблемы регионального социально-экономического развития: тенденции и перспективы», 25 апреля 2017 года – Рязань, изд-во: Рязанский государственный агротехнологический университет им. П.А. Костычева, 2017 – С. 526-532.

6. Рекомендации по проведению практических занятий по дисциплине «Экономика в сельскохозяйственном производстве»: / А.Б. Мартынушкин, Ю.О. Лящук // Издательство учебной литературы и учебно-методических пособий ФГБОУ ВПО РГАТУ, 2012. – 152 с.

7. Шибаршина О.Ю. К вопросу об устойчивом развитии социально-значимых рынков в Рязанской области. / О.Ю. Шибаршина. // Устойчивое развитие социально-экономических систем: наука и практика материалы III международной научно-практической конференции. – М.: 2016. - С. 717-725.

УДК 331.1

ФОРМИРОВАНИЕ КАДРОВОГО ПОТЕНЦИАЛА МУНИЦИПАЛЬНОЙ СЛУЖБЫ

ВАХОВСКАЯ ВИКТОРИЯ ОЛЕГОВНА

Студент

Российского экономического университета им.Г.В. Плеханова

Аннотация: В статье рассматриваются проблемы кадрового обеспечения муниципальной службы в Российской Федерации. Автором раскрывается понятие кадрового потенциала муниципальной службы, анализируются основные критерии привлекательности муниципальной службы для высококвалифицированных кадров, в том числе через призму результатов конкурса «Лидеры России». На основании результатов проведенного анализа автором даны рекомендации по стимулированию развития кадрового потенциала на муниципальной службе в Российской Федерации.

Ключевые слова: кадровый потенциал, средняя заработная плата, муниципальные служащие, лидерство, муниципальное управление, кадровое обеспечение.

CURRENT POTENTIAL ATTITUDE AT THE MUNICIPAL SERVICE

Vakhovskaya Victoria Olegovna

Abstract: The article assesses the problems of staffing of municipal service in the Russian Federation. The author reveals the concept of the personnel potential of the municipal service, analyzes the main criteria of attractiveness of the municipal service for highly qualified personnel, also through the prism of the results of the competition "Leaders of Russia". Based on the results of the analysis, the author makes recommendations to stimulate the development of human resources in the municipal service in the Russian Federation.

Keywords: personnel potential, average salary, municipal employees, leadership, municipal management, staffing.

Благополучие любой организации, региона или даже страны в целом зависит, в первую очередь, от руководителя и его команды сотрудников. Профессионализм, высокий уровень квалификации, знаний и управленческой команды обеспечивают стабильный и уверенный рост показателей эффективности деятельности независимо от выбранной системы оценки.

Коммерческий сектор наиболее привлекателен для молодых и успешных специалистов возможностью быстрого карьерного роста и высоким уровнем заработной платы в начале карьерного пути.

Согласно данным Федеральной службы государственной статистики о среднемесячной зарплате по видам экономической деятельности в Российской Федерации в 2017 году неоспоримыми лидерами являются сферы финансов и добычи полезных ископаемых [1].

Государственное и муниципальное управление располагается на 5 месте с уровнем заработной платы 41,8-43,7 тыс. рублей, что почти в два раза ниже уровня заработной платы в наиболее высокооплачиваемых отраслях частного сектора, но соответствует среднему размеру оплаты труда в разрезе основных отраслей народного хозяйства

Таблица 1

Средний уровень заработной платы по видам экономической деятельности

№	Вид экономической деятельности	Показатели, руб.			Темпы прироста, %	
		2015	2016	2017	2017 к 2016	2017 к 2015
1	деятельность финансовая и страховая	69 463	78 303	85 346	9%	23%
2	добыча полезных ископаемых	63 730	69 734	74 382	7%	17%
3	обеспечение электрической энергией, газом и паром; кондиционирование воздуха	36 884	39 586	44 556	13%	21%
4	транспортировка и хранение	38 795	41 796	44 516	7%	15%
5	государственное и муниципальное управление и обеспечение военной безопасности	41 825	43 679	43 459	-1%	4%
				
15	деятельность гостиниц и предприятий общественного питания	20 520	22 088	24 130	9%	18%

В качестве дополнительного индикатора для определения привлекательности сферы государственного и муниципального управления для высококвалифицированных кандидатов, а также оценки уровня кадрового потенциала муниципальных служащих рассмотрим результаты Всероссийского конкурса «Лидеры России», который впервые прошел в 2017-2018 гг. и собрал 199 тыс. молодых управленцев. Для участия в конкурсе кандидатом было достаточно быть гражданином Российской Федерации не старше 50 лет и занимать руководящую должность не менее пяти лет, для участников до 35 лет было достаточно двух лет управленческого стажа [2].

В финале оказалось всего 103 человека, среди которых 84,5 % - представители коммерческого сектора, только 0,97% (1 человек) муниципальный служащий. На втором месте по числу финалистов оказалась сфера государственной гражданской службы – 7,8% [2].

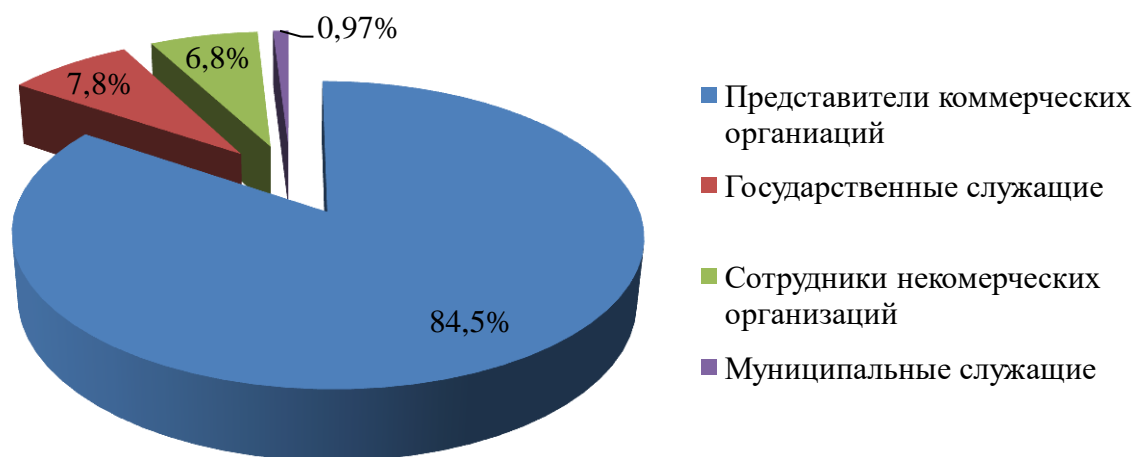


Рис. 1. Распределение финалистов конкурса «Лидеры России» по сфере деятельности

При определении финалистов конкурса конкурсная комиссия учитывала наличие у кандидатов следующих компетенций: лидерство, нацеленность на результат, умение работать в команде, коммуникация и влияние, внедрение изменений и инновационность.

Перечисленные критерии не являются уникальными или специфичными, поэтому все кандидаты находились в равных условиях. В связи с чем, выход в финал всего одного представителя муниципальной службы заставляет задуматься об уровне компетенций муниципальных служащих.

Если средний специалист попадает в коммерческую организацию, то убытки несет только владелец предприятия, в случае с муниципальным служащим, страдает муниципалитет и, как следствие,

непосредственные получатели муниципальных услуг - население и бизнес соответствующего муниципального образования.

Кадры являются важной частью современного механизма управления, поэтому влияние кадрового обеспечения муниципальной службы оказывает ключевое влияние на результативность публичного управления на уровне муниципалитетов и, как следствие, на повышение уровня жизни населения. В связи с чем, основным термином, характеризующих кадровую политику муниципальной службы, выступает понятие «потенциал».

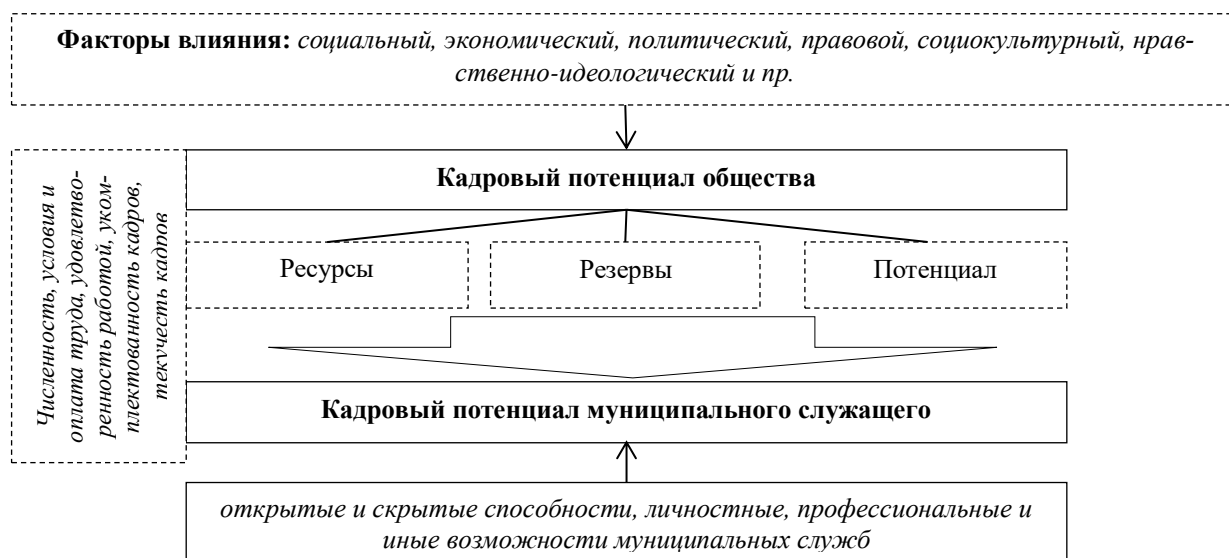


Рис. 2. Модель кадрового потенциала муниципальной службы

Для определения потенциала муниципальной службы в основу формирования кадрового состава должен быть положен принцип профессионализма и компетентности служащих. Это может быть реализовано посредством повышения требований, предъявляемых к кандидатам на замещение должностей муниципальной службы, в том числе к:

- уровню профессионального образования;
- стажу работы (по специальности или на муниципальной/ государственной службе);
- профессиональным знаниям и навыкам и пр.

Определение уровня квалификации претендентов и их профессионального уровня может осуществляться в рамках конкурса, результаты которого выступают основанием для заключения трудового договора. Порядок проведения конкурса на замещение должности муниципальной службы устанавливается муниципальным правовым актом, принимаемым представительным органом муниципального образования.

Согласно ст. 32 Федерального закона от 02.03.2007 №25-ФЗ «О муниципальной службе в Российской Федерации» приоритетными направлениями формирования кадрового состава муниципальной службы являются:

- назначение на должности муниципальной службы высококвалифицированных специалистов с учетом их профессиональных качеств и компетентности;
- содействие продвижению по службе муниципальных служащих;
- подготовка кадров для муниципальной службы и дополнительное профессиональное образование муниципальных служащих;
- создание кадрового резерва и его эффективное использование;
- оценка результатов работы муниципальных служащих посредством проведения аттестации;
- применение современных технологий подбора кадров при поступлении граждан на муниципальную службу и работы с кадрами при ее прохождении.

Поимого этого, кадровым службам местных администраций при подборе кандидатов на заме-

щение должностей муниципальной службы необходимо неукоснительно соблюдать существующие законодательные ограничения для прохождения муниципальной службы [3].

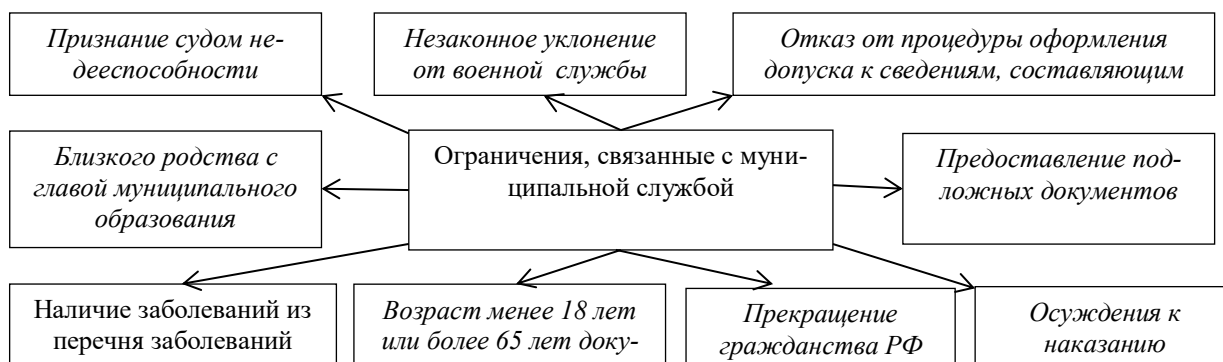


Рис. 3. Ограничения, связанные с муниципальной службой

При проверке кандидата на замещение вакантной должности сотрудниками кадровой службы особое внимание следует уделять пристальному изучению предоставленных им сведений о доходах, об имуществе и обязательствах имущественного характера. Для этого сегодня ответственными за кадровое обеспечение сотрудниками запрашиваются дополнительные материалы и пояснения по предоставленным сведениям и материалам, а затем готовится в установленном порядке запрос (кроме запросов, касающихся осуществления оперативно-розыскной деятельности или ее результатов) в органы прокуратуры РФ, иные государственные органы и организации об имеющихся у них сведениях.

Кроме этого, формирование достойного кадрового состава муниципальной службы обеспечивается с помощью оценки результатов профессиональной служебной деятельности муниципальных служащих в ходе аттестации или квалификационного экзамена.

Резюмируя вышеизложенное можно констатировать, что сегодня в условиях прямой конкуренции между городами и странами за высококвалифицированные человеческие ресурсы перед органами местного самоуправления стоят масштабные задачи по созданию современной комфортной городской среды. Решение этих задач требует не только значительных финансовых вливаний, но и повышения эффективности деятельности и профессионализма муниципальных служащих. Решение этих задач возможно только при условии совершенствования системы муниципального управления, ключевым направлением которого становится эффективной внутренней системы кадрового менеджмента, базирующейся на принципах эффективности, адаптивности и профессионализма. Реализация сформулированного выше комплекса мероприятий призвано стать одним из ключевых элементов данной системы, призванным повысить качество муниципального управления в нашей стране.

Список литературы

1. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики URL: <http://www.gks.ru/>
2. Официальный сайт Всероссийского конкурса управленцев «лидеры России». URL: <http://xn--d1achsanypala0j.xn--p1ai/>
3. Федеральный закон от 02.03.2007 №25-ФЗ "О муниципальной службе в Российской Федерации". URL: http://www.consultant.ru/document/Cons_doc_LAW_66530/
4. Кокин И. А. Муниципальная служба и Трудовой Кодекс в России; Институт муниципального управления - М., 2016. – с. 98-99
5. Чихладзе Л. Т., Ежевский Д. О. Муниципальная служба в Российской Федерации; Феникс - М., 2016. - 115с.

УДК 330

THE ROLE OF ENVIRONMENTAL FACTORS IN CREATING AN INNOVATIVE VENTURE

ZHOLZHANOVA NURBANU

Master of International Business in Hospitality Industry

ADIL MERUYERT ABAIKYZY

Student

Eurasian National University after L.N.Gumilyov(Astana,Kazakhstan)

Annotation:The development of market relations changed the mechanism for managing scientific and technological progress, influenced the implementation innovations, as the basis for economic growth, improving the competitiveness of organizations and the economy as a whole.In these conditions, all organizations, all business entities from the state level of management to the newly created limited liability company in the field of small business. In this considered following issues: general characteristics of innovation activity, the essence of innovative entrepreneurship,the role of innovation in creating a new venture.

Keywords:Entrepreneurship; Innovation; Economy; Entrepreneur; Business; SME; Environment; Competition; Innovative model; External factor; Internal factor;

**Жолжанова Нурбану,
Адиль Меруерт Абаевна**

Entrepreneurship is considered an important element of a market economy that affects the growth and quality of gross domestic product, a high percentage of which creates an indispensable condition for a well-developed economy. It has great potential for attracting resources and does not require large investments.Modern interpretation of the concept of *entrepreneurship* comes from the French verb *entreprendre*, which means "to undertake"(Timmons, 1999: 17) [1].

Entrepreneurs do not operate in a vacuum, but react to their business environment [2].The entrepreneurial environment is defined as factors that are crucial for the development of entrepreneurship in certain regions [3].For example, research on the influence of entrepreneurial skills and the perception of values in society has a significant impact on the creation of enterprises with innovative strategies[4].Entrepreneurial activity has always existed throughout history. The creation of a new enterprise is always risky, because there is uncertainty about consumer behavior, competition and technological change (Rosenzweig 2007, p. 156) [5].Another source of risk does not come from the whole company, but from uncertainties related to internal opportunities.Therefore, an open innovation model may be a problem for companies that implement new development methods. Open innovative models require careful analysis of all factors (internal and external) that influence the decision-making of the entrepreneur and, in general, the model of their innovative management in particular. Individual adaptation of models in accordance with the influencing factors is necessary for each enterprise.

The factors that influence the creation of a new enterprise from an innovative point of view are classified as follows: (Bransch 2005, p. 44) [6]

External factors related to the industry: political / legal, cultural, economic, environmental, technological;

• Brand external factors and internal factors: size, partner, client, competitor;

The importance of innovation in general is positively associated with environmental uncertainty

(Drechsler & Natter 2008, p. 14) [14]. The industrial economy, by contrast, argues that increased innovation is mainly due to political factors. Another important economic factor for a growing innovation movement is profit through technological factors, such as the replacement of traditional products through virtual solutions. This trend is strongly influenced by the emergence of new information and communication technologies.

Open innovative models require detailed analysis of all factors (internal and external) that influence the decision-making of the entrepreneur. Individual adaptation of models in accordance with the influencing factors is necessary for each enterprise. The factors that influence the creation of a new enterprise from an innovative point of view are classified as follows: External factors related to the industry are political/legal, cultural, economic, environmental, technological (Bransch 2005, p. 44) [6]; Brand external factors and internal factors can be the size, partner, client, competitor. The importance of innovation in general is positively associated with environmental uncertainty. The industrial economy, by contrast, argues that increased innovation is mainly due to political factors. Another important economic factor for a growing innovation movement is profit through technological factors, such as the replacement of traditional products through virtual solutions. This trend is strongly influenced by the emergence of new information and communication technologies. Therefore, the external factors associated with the industry, when enterprises are introducing new innovative models may include:

- Goals and strategies for innovation;
- Open management of innovations: open innovation processes, internal opportunities;
- Open innovation projects (Bransch 2005, p. 44) [7].

For large and diversified companies, it is important to integrate external knowledge and joint innovation processes with partners. (De Jong et al., 2008, p. 18) [8]. Since the technological dependence of service companies is growing rapidly, joint innovation processes with suppliers, particularly technology suppliers, are becoming increasingly important for companies whose main activity is the provision of services.

To determine the degree of innovation, competitors can be important benchmarks. To the question "new to whom?" answer "new for us and the most important competitors." Although innovation with competitors may initially seem productive, strategic relationships with competitors are an additional opportunity to enhance the company's innovation. Firms with an innovative culture create an atmosphere in which entrepreneurship and risk are rewarded and rewarded, and when people or teams are not punished inadvertently when new products or services do not achieve the expected results. Firms with innovative culture are characterized by a climate of openness and informal communication. Each company should analyze its specific industry and industry-specific external factors along with internal factors and adapt open innovation models to these factors.

New innovations, such as the Internet, have changed the way of trade. E-mail, commerce and lots of entertainment available on the Internet demonstrate this point. Innovations help growth - if consumers consider it useful. Entrepreneurs' organizations become the main taxpayers, employers, charitable donors and architects of economic wealth [8]. Thanks to innovations, entrepreneurs present profitable products and enterprises that were not previously available. (Minniti et al 2005) [9]. For example, Airbnb, the company that lures travelers from hotels to homes, now receives a large number of customers from tourist buses. In November 2017, Airbnb's chief executive officer Brian Chesky introduced a mobile application called "Experiences", the main goal which is the expansion of the hospitality of Airbnb in tours and multi-day routes. With this application, the company creates a lucrative revenue stream and notices the potentially ongoing customer travels with Airbnb. And if the mobile application is more specific, it helps the Airbnb community to offer the types of specialized tours that were once the exclusive area of premium travel agents, such as "tasting at three nights in Tokyo led by the sommelier" or "falling into the African fashion culture in Paris." The information that is provided in Experiences is viewable and very visually similar to the luxury travel magazine. It is also extremely convenient in booking hotels cooperating with Airbnb. The agreement of the Experiences application with the Resy application combines reservation of restaurants. The company plans to add an application of flight bookings.

The creation of any new enterprise should begin with the creation of new innovative models in the management sector of a particular company. Innovative models help to gain competitive advantages and

increase their productivity in the market sector. Entrepreneurship is often used in the context of small business. A small business enterprise has a high ability to adapt to changing business environments, the flexibility to redirect their activities. As the world economy struggles for recovery, and marketing through social networks becomes a strategic imperative, small businesses have excellent opportunities for expansion in new directions. The importance of innovation is growing and significantly increasing. In the current economic scenario, innovation has become one of the main factors affecting strategic planning. It is known that innovation leads to the creation of wealth. Despite the fact that efficiency is important for business success, in the long term it can not support business growth.

Bibliographic list

1. Timmons, J.A. 1999 year. The creation of a new enterprise: entrepreneurship in the 21st century, the fifth edition. New York: international editions (Business Series).
2. Peters, T. J., & Waterman, R.H. (1982). In search of perfection. New York: Harper and Rowe.
3. Gnyawali, D., & Fogel, D. (1994). Environments for entrepreneurship development: the main aspects and consequences for research. *Entrepreneurship: theory and practice*, 18 (4), 43-62.
4. Lian, F. (2008). Skill and value of perception: how do they influence entrepreneurial intentions? *International Journal of Entrepreneurship and Management*, 4 (3), 257-272.
5. "Marketing glossary: key terms, concepts and applications"; Mark N. Clemente; 2002.
6. BRANSCH, N. (2005) Maintenance. Hintergrund, Methoden und Potenzial. Berlin: VDM Verlag.
7. BRANSCH, N. (2005) Maintenance. Hintergrund, Methoden und Potenzial. Berlin: VDM Verlag.
8. DE JONG, J.P.J., VANHAVERBEKE, W., KALVET, T. & CHESBROUGH H. (2008) Open innovation policies.
9. Minniti, M, Bygrave, WD & Autio, E. 2005. Global Entrepreneurship Monitoring, Executive Report 2005. USA: Babson and the London School of Economics.

УДК 339.727

ИРО РОССИЙСКИХ КОМПАНИЙ НА МЕЖДУНАРОДНЫХ ФОНДОВЫХ БИРЖАХ: СЛОЖИВШИЙСЯ ОПЫТ И ПЕРСПЕКТИВЫ

АДЖИЕВА АННА ЮРЬЕВНА,

кандидат экономических наук, доцент ВАК

АРУСТАМЯН ГАЯНЭ МАИСОВНА,

студентка

Кубанский государственный аграрный университет им. И.Т. Трубилина

Аннотация: в данной статье рассмотрены мотивы и причины размещения акций на иностранных фондовых биржах российскими эмитентами и проанализированы результаты.

Ключевые слова: IPO, экономика, фондовая биржа, отечественные компании, иностранные организации, первичное публичное размещение акций, рынок ценных бумаг.

IPO OF RUSSIAN COMPANIES AT INTERNATIONAL STOCK EXCHANGES: A COMPREHENSIVE EXPERIENCE AND PROSPECTS

**Adzhieva Anna Yuryevna,
Arustamyan Gayane Maisovna**

Annotation: in this article the motives and reasons for the placement of shares on foreign stock exchanges by Russian issuers and the results are analyzed

Keywords: IPO, economy, stock exchange, domestic companies, foreign organizations, initial public offering of shares, securities market.

Российский рынок IPO считается совсем молодым, так как первая отечественная компания вышла на фондовый рынок с помощью первичного размещения акций всего 20 лет назад – в октябре 1996 года компания «Вымпелком» разместила свои акции на Нью-Йоркской фондовой бирже, сумев привлечь \$111 млн. На российской же бирже IPO было проведено только спустя 8 лет – в 2002 году компанией «РБК». С 2000 года российскими компаниями было проведено около 100 IPO, более половины из них проводилось на иностранных фондовых биржах.

В настоящее время на мировом рынке лидирующие позиции по капитализации занимают Нью-Йоркская (NYSE), Токийская, Лондонская (LSE) фондовые биржи, биржа Euronext и американская электронная биржа NASDAQ. Наибольшей популярностью среди российских эмитентов пользуются фондовые биржи Великобритании: с 2000 года 36 российских компаний провели IPO на Лондонской фондовой бирже (LSE) и на Альтернативном инвестиционном рынке при ней (LSE's AIM). 2007 год стал для нашей страны пиком по количеству проведенных IPO.

Наибольшей популярностью среди российских эмитентов пользуются фондовые биржи Великобритании – с 2000 года 36 российских компаний провели IPO на Лондонской фондовой бирже (LSE) и на Альтернативном инвестиционном рынке при ней (LSE's AIM). С 2000 года 16 российских компаний

осуществили двойное размещение акций в ходе IPO, и все из них предпочли британские площадки для листинга. Второе по популярности среди российских эмитентов место занимают площадки США – за период с 2000 года было проведено 8 IPO с размещением АДР на NYSE и NASDAQ (таблица 1). [2]

Таблица 1

Сводная таблица по количеству IPO, проведенных российскими компаниями в 2000-2016 гг.

Год	Россия	Великобритания	США	Германия	Гонг Конг	Двойное размещение	Общий итог
2000			1				1
2002	1	1	1				3
2003	1	2					3
2004	3						3
2005	3	8					11
2006	6	9	1	1		4	21
2007	11	4				10	26
2008	1	1					2
2009	1	1					2
2010	5	2			1		8
2011	1	3	1			2	7
2012	1	3	1				5
2013	2	1	2				5
2014		1					1
2015	4						4
2016	2		1				3
Общий итог	42	36	8	1	1	16	105

Нью-Йоркская фондовая биржа является крупнейшей международной площадкой для проведения IPO, но условиями листинга являются довольно жесткие условия раскрытия информации, финансовой отчетности и корпоративного управления компании. Эти требования, наряду с дороговизной размещения акций, затрудняет российским компаниям вход на NYSE.

Первичное размещение акций на фондовых биржах развитых стран требует от отечественных эмитентов более детального раскрытия информации о компании. Являются ли проведенные IPO российских компаний за рубежом более эффективными с точки зрения цены размещения и объема выпущенных средств? Западные исследователи ценообразования IPO выделяют несколько характерных особенностей IPO, одним из которых является первоначальная недооценка акций (IPO Underpricing).

Суть недооценки заключается в том, что курс размещения несколько ниже курса закрытия первого дня торгов: например, в США по расчетам исследователей на протяжении почти всего 20 века отмеченная разница курсов составляла около 15%. Средняя недооценка акций американских эмитентов по итогам IPO с 2000 по 2015 год составила 13,9%, средняя недооценка на российском рынке IPO составила 13,7%. [3]

Следующий показатель, характеризующий эффективность проведения IPO российскими компаниями, является объем привлеченных средств. На рисунке 1 приведен объем средств, которые российские компании привлекли в ходе IPO с 2000 по 2016 гг.

В абсолютном выражении число IPO, проведенных на отечественном рынке составляет чуть менее половины от общего количества, в стоимостном выражении это составляет всего 24% от всех привлеченных средств. Размещая акции на иностранном рынке, компании стремятся одновременно привлечь как можно большую сумму средств, и повысить престиж компании, представая перед отечественными инвесторами в выгодном свете.

Исходя из уже сложившейся практики российского рынка IPO, необходимо отметить, что выбор площадки для размещения является важной составляющей успешного ведения распределительного процесса. Таким образом, доказывается целесообразность размещения российскими компаниями

акций на зарубежных фондовых биржах: это подогревает интерес со стороны отечественных инвесторов, делает компанию более доступной для потенциальных иностранных инвесторов и позволяет привлекать большие суммы средств на более развитых фондовых рынках. [1]

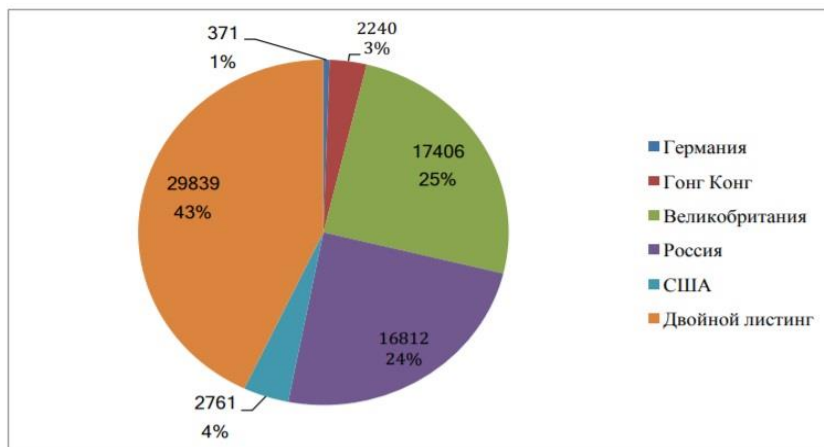


Рис. 1. Объем привлеченных российскими компаниями средств в ходе IPO (2000-2016 гг.), млн. долл.

IPO – процесс, который позволяет привлечь капитал, а также приобрести репутацию для привлечения заемного капитала в следствие преобразования организации из частной в публичную. В ходе написания научной работы были сделаны следующие выводы:

1) Международное IPO имеет ряд преимуществ по сравнению с отечественными размещениями: возможность увеличить объем поступлений от размещения, объективная оценка бизнеса, повышение деловой репутации. Однако, требования, предъявляемые к листингующимся на западных биржах компаниям, гораздо более жесткие с точки зрения раскрытия финансовой и управленческой информации – на российском рынке все еще очень немного компаний, которые могут соответствовать таким требованиям.

2) В российской практике не распространен выход на фондовую биржу не- больших, развивающихся организаций: в отличие от западных компаний, в России компании проходят через IPO уже в «зрелом возрасте».

3) Отечественный рынок IPO подтверждает наличие феномена недооценки так же, как и многие развитые и развивающиеся страны мира. При этом, несмотря на небольшое количество проведенных российскими компаниями IPO, на данный момент уже сформировалась особенность российского рынка: в среднем, значение недооценки акций компаний РФ уступает значениям недооценки в развитых странах.

4) В ходе российских IPO нередко компании прибегают к двойному листингу – одновременному выпуску акций на двух биржах (традиционно: на отечественной бирже и на LSE). На наш взгляд, компаниям важно соблюдать одновременное начало торгов на нескольких биржах после окончания размещения: зачастую бывает, что акции торгуются на бирже в одной стране, в то время как потенциальные инвесторы теряют интерес в ожидании начала торгов на другой бирже.

Список литературы

1. Аджиева А.Ю., Кочергина А.П. «Рынок ценных бумаг». Современные научные исследования и разработки. 2017. № 8 (16). С. 276-278.
2. Мусатов В.Т. Фондовый рынок: инструменты и механизмы. -М.: Между-народные отношения, 2016
3. Разумовская М.И. Основы функционирования рынка ценных бумаг. М: Экономика, 2015.

УДК 658.155(470.620)

АНАЛИЗ ФИНАНСОВОЙ УСТОЙЧИВОСТИ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ

МАСЛОВА ЮЛИЯ АЛЕКСЕЕВНА

студентка учетно-финансового факультета

САПРУНОВА ЕЛЕНА АНАТОЛЬЕВНА

к.э.н., доцент

ФГБОУ ВО «Кубанский государственный аграрный университет им. И.Т. Трубилина»

Аннотация: В статье проведен анализ финансовой устойчивости организации: относительные, абсолютные и балльная оценка. Внесены предложения, направленные на улучшение финансовой устойчивости и финансового состояния организации.

Ключевые слова: анализ, финансовая устойчивость, собственный капитал, актив, заемный капитал, финансовое состояние.

ANALYSIS OF FINANCIAL STABILITY OF AGRICULTURAL ORGANIZATIONS

**Maslova Julia Alekseevna,
Saprunova Elena Anatolyevna**

Финансовая устойчивость - это способность организации, осуществлять свою деятельность и гарантировать постоянную платежеспособность за счет собственных источников. Задачей анализа финансовой устойчивости является оценка степени независимости от заемных источников финансирования [1,3 с. 916, с. 141]

Анализ финансовой устойчивости осуществляется как с помощью расчета относительных показателей (коэффициентов финансовой устойчивости), так и с помощью абсолютных показателей (определения излишка или недостатка средств для формирования запасов) [2, с. 949]

Проведем анализ финансовой устойчивости в ООО «Лиманское». Основной вид деятельности организации - выращивание зерновых и зернобобовых культур: подсолнечника, сахарной свеклы, а также животноводство: молока и мяса крупного рогатого скота.

Можно проанализировать, насколько ООО «Лиманское» будет финансово устойчивой организацией (таблица 1). Коэффициент финансовой независимости и устойчивости в конце многих лет был меньше, чем в 2014 г. и показатели меньше нормативных, что говорит о финансовой неустойчивости организации.

Коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами и коэффициент маневренности собственного капитала показывают, что в начале рассматриваемого периода (2014 г.) организация была обеспечена собственными оборотными средствами, а в конце (2016 г.) обеспеченность ухудшилась и снизилась маневренность оборотных средств.

Коэффициент капитализации за исследуемый период существенно снизился и был меньше теоретически достаточной величины. Следовательно, организация зависит от заемных средств. Об этом также свидетельствует коэффициент финансирования. Тенденция коэффициента финансовой независимости и коэффициента реальной стоимости производственных фондов остается стабильной. За рассматриваемый период 2014 - 2016 гг. финансовая ситуация в ООО «Лиманское» ухудшалась, и

снизилась ее финансовая устойчивость. Этот вывод подтверждают показатели, рассчитанные с помощью программы «Ваш финансовый аналитик» (таблица 2).

Таблица 1

Относительные показатели финансовой устойчивости (на конец года)

Показатель	2014 г.	2015 г.	2016 г.	Отклонение 2016 г. от	
				2014 г.	2015 г.
Коэффициент финансовой независимости	0,476	0,478	0,435	-0,041	- 0,043
Коэффициент финансовой устойчивости	0,708	0,478	0,435	- 0,273	-0,043
Коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами	0,425	0,380	0,255	-0,170	-0,125
Коэффициент маневренности собственного капитала	0,813	0,669	0,446	-0,367	-0,223
Коэффициент капитализации	0,910	0,916	0,769	-0,141	-0,147
Коэффициент финансирования	1,099	1,092	1,301	0,202	0,209
Коэффициент финансовой независимости в отношении формирования запасов и затрат	1,025	0,989	0,827	-0,198	- 0,162
Коэффициент реальной стоимости производственных фондов в общей величине имущества организации	0,544	0,631	0,755	0,211	0,124

Таблица 2

Показатели финансовой устойчивости, рассчитанные с помощью программы «Ваш финансовый аналитик»

Показатель	2014 г.	2015 г.	2016 г.	Изменение показателя
Индекс постоянного актива	0,19	0,33	0,55	+0,36
Коэффициент покрытия инвестиций	0,71	0,48	0,43	-0,28
Коэффициент мобильности имущества	0,91	0,84	0,76	-0,15
Коэффициент обеспеченности запасов	0,83	0,66	0,37	-0,46
Коэффициент краткосрочной задолженности	0,56	1	1	+0,44

Индекс постоянного актива за исследуемый период увеличивался и в конце нескольких лет стал больше нормативного значения. Коэффициент покрытия инвестиций в течение анализируемого периода значительно сократился и был ниже рекомендуемого значения.

Анализ абсолютных показателей финансовой устойчивости (таблица 3), позволил сделать вывод, что источники формирования запасов в анализируемом периоде увеличились (кроме функционирующего капитала), что было вызвано ростом собственного капитала организации из-за нераспределенной прибыли. Однако запасы выросли более быстрыми темпами, поэтому наблюдался в 2014 г.

недостаток собственных оборотных средств, а в 2016 г. всех источников формирования запасов, следовательно, абсолютные показатели ухудшились.

Таблица 3

Определение типа финансовой устойчивости на конец года

Источники формирования запасов	2014 г.	2016 г.	Абсолютные показатели устойчивости		
			2014 г.	2015 г.	2016 г.
Собственные оборотные средства (рассчитан без учета долгосрочных и краткосрочных пассивов)	83477	87885	-16704	-51472	-148826
Функционирующий капитал (рассчитан с учетом долгосрочных пассивов; фактически равен чистому оборотному капиталу, Net Working Capital)	133477	87885	+33296	-51472	-148826
Общая величина источников (рассчитанные с учетом как долгосрочных пассивов, так и краткосрочной задолженности по кредитам и займам)	135408	171490	+35227	+59254	-65221
Трехкомпонентный показатель типа финансовой устойчивости			{0, 1, 1}	{0, 0, 1}	{0, 0, 0}
Тип финансовой ситуации			нормальное	неустойчивое	кризисное

Таблица 4

Балльная оценка финансовой устойчивости

Показатель	2014 г.		2015 г.		2016 г.	
	значение	баллы	значение	баллы	значение	баллы
Коэффициент абсолютной ликвидности	0,003	4	0,009	4	0,013	4
Коэффициент критической оценки	1,529	18	0,686	3	0,686	3
Коэффициент текущей ликвидности	3,123	17	1,613	9	1,343	2
Коэффициент обеспеченности собственными средствами	0,425	12	0,393	9	0,255	6
Коэффициент финансовой независимости	0,477	4	0,478	4	0,435	1
Коэффициент финансовой независимости в отношении формирования запасов и затрат	3,814	14	0,661	5	0,833	9
Итого, класс организации	x	69	x	34	x	25

Таким образом, трехкомпонентный показатель типа финансовой устойчивости в 2014 г. был {0, 1, 1}, т.е., финансовая ситуация была нормальной, а в 2016 г. {0, 0, 0} - кризисной, что отрицательно характеризует финансовое состояние организации.

Далее нами была проведена оценка финансовой устойчивости с помощью балльной методики (таблица 4), которая позволила сделать вывод, что финансовое состояние организации ухудшилось.

Следует отметить, что в данной методике используются коэффициенты, характеризующие платежеспособность. Это коэффициенты такие как, абсолютной, быстрой и текущей ликвидности и они также имели тенденцию к снижению в исследуемом периоде, что привело к уменьшению общей суммы баллов.

Таким образом, в 2014 г. ООО «Лиманское» получив 69 баллов и отнесено ко 2 группе финансовой устойчивости, а в 2016 г. набрав 25 баллов стало относится к 4 группе, т.е. риск банкротства ее увеличился.

Из проведенного выше анализа финансовой устойчивости можно внести несколько предложений, направленных на улучшение финансовой устойчивости организации и ее финансового состояния в целом:

- увеличить собственный капитал за счет нераспределенной прибыли, разработки изменения дивидендной политики;
- привлечение банковских кредитов, желательно долгосрочных;
- заключить договора уступки права требования в обмен на принятие долга (обязательство погасить кредиторскую задолженность), что позволит одновременно снизить две задолженности (дебиторскую и кредиторскую);
- провести переоценку основных средств, с целью увеличения их стоимости, эта мера формально увеличит финансовую устойчивость организации, поскольку в результате улучшит стоимость и величину добавочного капитала (составляющую собственного капитала организации).

Список литературы

1. Волненко В.Н., Сапрунова Е.А. // Комплексная оценка финансового состояния ЗАО «ПАК «Риэлтинвестоценка» // В сборнике: научное обеспечение агропромышленного комплекса // Сборник статей по материалам X Всероссийской конференции молодых ученых, посвященной 120-летию И. С. Косенко. Отв. за вып. А. Г. Коцаев. 2017. С. 916-917.
2. Нефедова Э.М., Сапрунова Е.А. // Пути улучшения обеспеченности трудовыми ресурсами организаций агропромышленного комплекса // В сборнике: научное обеспечение агропромышленного комплекса // Сборник статей по материалам X Всероссийской конференции молодых ученых, посвященной 120-летию И. С. Косенко. Отв. за вып. А. Г. Коцаев. 2017. С. 949-950.
3. Треглазова И.Р., Сапрунова Е.А. // Пути повышения финансовой устойчивости и платежеспособности организаций АПК // В сборнике: Современные тенденции развития общества: проблемы экономики и управления и пути их решения Материалы международной научно-практической конференции. 2017. С. 141-144.

УДК 33 (056)

ФАКТОРЫ И УСЛОВИЯ ВНЕДРЕНИЯ ИННОВАЦИОННЫХ КАДРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В РОССИЙСКИХ КОМПАНИЯХ

НЕСТЕРЕНКО Н.А.,

старший преподаватель кафедры управления персоналом,
ФГБОУ ВО Поволжский институт управления имени П.А.Столыпина
- филиал РАНХиГС при Президенте РФ,
Саратов, Россия

Аннотация: в высоко конкурентной и экономически нестабильной среде одним из ключевых факторов эффективности развития производственных предприятий является успешное внедрение инновационных кадровых технологий в системе управления персоналом. В условиях жесткой конкуренции, в период совершенно новых для российских компаний рыночных отношениях возрастает роль инноваций, в том числе и инновационных кадровых технологий, в управлении крупными российскими промышленными коллективами. Факторы и условия, которые определяют успех внедрения и использования инновационных кадровых технологий на рынке труда, имеют ключевое значение для развития российских производственных предприятий. И, конечно же, они непосредственно связаны с качеством трудовой и профессиональной деятельности сотрудников российских компаний. В связи с этим, изучение научных подходов и имеющих место практических проблем во внедрении инновационных кадровых технологий выходит сегодня на первый план в эффективной деятельности российских компаний. От решения этих проблем, в конечном счете, зависит то, насколько эффективно на российских производственных предприятиях будут использоваться все имеющиеся ресурсы: материальные, финансовые, информационные и человеческие.

Ключевые слова: рынок труда, конкурентность, новшества, нововведения, инновации, инновационные кадровые технологии, инновационный кадровый потенциал.

FACTORS AND CONDITIONS OF INTRODUCTION OF INNOVATIVE HR TECHNOLOGIES IN RUSSIAN COMPANIES

Nesterenko N. Ah.,

Abstract: in a highly competitive and economically unstable environment, one of the key factors in the development of industrial enterprises is the successful introduction of innovative human resources technologies in the personnel management system. In the face of fierce competition, the role of innovations, including innovative personnel technologies, in the management of large Russian industrial groups is increasing in the period of completely new market relations for Russian companies. The factors and conditions that determine the success of the introduction and use of innovative human resources technologies in the labor market are key to the development of Russian industrial enterprises. And, of course, they are directly related to the quality of work and professional activity of employees of Russian companies. In this regard, the study of scientific approaches and practical problems in the implementation of innovative human resources technologies today comes to the fore in the effective activity of Russian companies. Ultimately, the solution to these problems

will determine how effectively all available resources-material, financial, informational and human-will be used in Russian manufacturing enterprises.

Key words: labor market, competitiveness, innovations, innovations, innovations, innovative personnel technologies, innovative personnel potential.

Проблемы внедрения инновационных кадровых технологий исследовались в научных трудах известных российских ученых: А.Я.Кибанова, Е.А. Абашкиной, А.И.Агеева, Д.В. Гаскарова, А.Э. Говорского, С.Н. Дмитриева, В.Н. Козлова, Б.Н. Кузыка, О.М. Меня, В.И. Михайлова, Ю.В. Яковца. Персонал рассматривается как инновационный потенциал. Инновационные кадровые технологии в системе управления персоналом представлены как разновидность управленческих технологий, описаны методы преодоления сопротивлений при внедрении инновационных кадровых технологий.

Среди зарубежных ученых, внесших весомый вклад в развитие данной теории и рассматриваемых проблем внедрения инновационных кадровых технологий с учетом динамики их развития, следует отметить М.Армстронга, Дж. Кейнса, Дж. Стиглица, М. Фридмена, А. Хатрмана, Й. Шумпетера, К. Эрроу и других. В трудах этих ученых были исследованы процессы трансформации экономических систем индустриального и раннего постиндустриального общества, определены факторы формирования конкурентных рынков, выявлен ряд закономерностей и тенденций развития инвестиционных процессов и их воздействие на трансформацию переходных экономик, включая вопросы стратегического развития с учетом внедрения и эффективного использования инновационных кадровых технологий.

Ученые Г. Шаттлруорт, С. Хант, К. Прахалада и другие предлагают собственные методы и способы дальнейшего развития теоретических вопросов прогнозирования динамики экономического развития отечественного хозяйства в контексте мировой конкуренции при построении открытой рыночной экономики.

Большой вклад в исследование проблем стратегического управления компаниями, с учетом внедрения инновационных кадровых технологий и непосредственно - стратегического планирования, внесли ученые-экономисты Г. Минцберг, Ф. Котлер, М. Портер и другие. Среди отечественных исследователей обозначенных проблем следует выделить ученых: А.Н. Петрова, В. Гусева, И.В. Бородушко А.М. Архирова, С.П. Болотова, О.С. Виханского, Р.А. Фатхутдинова, Э.А. Уткина, В.С. Катькало и других.

И в настоящее время проблемы, связанные с инновационным развитием компаний, затрагиваются многими российскими и зарубежными учеными-экономистами: И.Т. Балабановым, Н.П. П.Н. Завлиным, А.К. Казанцевым, А.М. Колесниковым, Г.А. Краухиным, Д. Медовниковым, М.С. Минтаировым, Е.В. Поповым, А.А.Румянцевым, Р.А Фатхутдиновым, П.К. Янковским, А.Г. Фоновым, Ю.В. Яковец, а также - Бланком, Цж. Доси, П.Ф. Друккером, И. Пиннингсом, Б. Санто, Б. Твисс, Д. Форе и другими. Но в научной литературе имеет место также и огромный разброс мнений ученых, связанных с проблемами не только стратегического планирования и разработки стратегий развития компаний, но и их инновационного развития с использованием инновационных кадровых технологий.

Несмотря на большое количество зарубежных и российских исследований в научной литературе и практической деятельности, все же ощущается дефицит теоретических разработок и рекомендаций по вопросам внедрения инновационных кадровых технологий в российских компаниях, особенно – на производственных предприятиях.

Каждая страна мира в своем экономической развитии имеет приоритетную цель: обеспечение долговременного экономического роста. Повышение эффективности производства, сокращение безработицы и многие другие положительные экономические и социальные процессы являются показателями экономического роста любой мировой державы. Естественно, без внедрения во всех сферах хозяйственной деятельности различных инновационных процессов невозможно достижение такой цели.

Система мероприятий по внедрению и использованию научного, научно-технического и интел-

лектуального потенциала с целью получения более качественной продукции или технологии и представляет собой инновационную деятельность.

К сожалению, имея достаточный инновационный потенциал и его направленность на реализацию научных достижений в производстве и других сферах деятельности, в промышленности России, начиная с 1990-х годов, снижается инновационная активность. Ежегодно количество российских организаций и предприятий, разрабатываемых, внедряемых и использующих нововведения, уменьшается. На территории России различные группы факторов и условий влияют на социально-экономическое развитие: политические, правовые, экономические, технологические, организационно-управленческие и социально-психологические.

В научной литературе представлены в большом количестве научные определения, связанные с понятием «инновация», но можно уверенно утверждать, что в каждом определении что-то не учтено или не оговорено до конца. Анализ действующего российского законодательства показал, что используемые термины, связанные с инновационной деятельностью, также определены не в полной мере и не раскрывают истинную сущность внедрения и использования инноваций в различных сферах деятельности.

Учитывая попытку на федеральном уровне утвердить понятия «инновация», «инновационная деятельность», некоторые субъекты Российской Федерации попытались самостоятельно принять законодательные акты, регулирующие инновационную деятельность на определенной территории субъекта Российской Федерации.

Например, Закон Москвы от 7 июля 2004 г. № 45 «Об инновационной деятельности в городе Москве» внес весомый вклад в разработку понятийного аппарата, но при этом само понятие «инновация» в этом законодательном акте отсутствует. К сожалению, данный Закон утратил силу с 10 июля 2012 года на основании Закона города Москвы от 6 июня 2012 года № 22 «О научно-технической и инновационной деятельности в городе Москве», который впоследствии также утратил силу с 30 октября 2015 года на основании Закона города Москвы от 7 октября 2015 года № 55 «О промышленной политике города Москвы», «отказавшись» полностью от употребления термина «инновационная деятельность» [1].

В российском законодательстве понятие «инновация» было определено впервые в 1998 году следующим образом: «Инновация (нововведение) – это конечный результат инновационной деятельности, получивший реализацию в виде нового или усовершенствованного продукта, реализуемого на рынке, нового или усовершенствованного технологического процесса, используемого в практической деятельности» [2].

Под инновациями, в широком смысле, учеными понимается использование любых новых технологий с целью получения прибыли организациями и предприятиями. Лукьянова Т.В., Ярцева С.И., Коновалова В.Г. и другие считают: «Термин «инновация» появился впервые в латинском языке ориентировочно в середине XVII века и означал вхождение нового в некоторую сферу, вживление в нее и порождение целого ряда изменений в этой сфере» [3, С.24]. Таким образом, ученые понимают под термином «инновация» деятельность по внедрению новации в экономическую, управленческую, социальную деятельность.

Стукалов С.А. имеет свое мнение: «Значительный вклад по инновациям в своей научной работе «Диффузия инноваций» внес Эверет Роджерс, проведя исследования принятия различных инноваций, и обнаружил, что графики принятия инноваций, большая их часть, похожи на стандартную колоколообразную кривую или как ее называют «нормальное распределение» [4].

Лукьянова Т.В., Ярцева С.И., Коновалова В.Г. и другие также утверждают: «Термин «инновация» вошел в исследовательский язык в 1930-е годы (И.Шумпетер) и был непосредственно связан с идеей диффузии культурных и экономических феноменов. Распространение (диффузия) инноваций рассматривалось как временной и скоростной процесс. Новшества, именуемые инновациями, противопоставлялись традиционным формам мышления, каких-то определенных действий и организационного поведения. Таким образом, инновацией являлось то, что выходило за рамки традиции в культуре и экономике» [3, С.21].

По мнению В. А. Швандары и В. Я. Горфинкеля: «Инновационный процесс не заканчивается этапом внедрения инноваций, использованием в практике новой технологии, нового продукта, новой услуги. Этот процесс не прерывается и после внедрения, так как по мере распространения (диффузии) инновация совершенствуется, делается более эффективной, приобретает ранее неизвестные потребительские свойства» [5].

Стукалов С.А. также считает: «Под инновациями (от лат. In - в, novatio - новый - в направлении изменений) понимают внедрённое, востребованное рынком новшество, обеспечивающее высококачественный подъем эффективности процессов или же продукции. Ключ к успеху инноваций лежит в системе управления человеческими ресурсами. Применение определенных технологий в практике управления формирует инновационную компанию» [4].

В 1950-1960-е годы, в связи с модернизацией старых и развитием новых отраслей, реконструкцией производственных предприятий, внедрением информационных технологий, во всем мире значительно возрос интерес к инновациям. Но по-прежнему инновации противопоставлялись чему-то традиционному, существующему достаточно длительное время, и воспринимались просто как новая идея, новый метод, способ, проект или технология.

Именно так воспринимались инновации в Японии, Южной Корее, Китае и других развитых странах. Стремительное социально-экономическое развитие этих стран стало возможным благодаря взаимосвязи культур, религии, бытовых устоев (традиции) и активного внедрения и использования западных технологий, способов и методов управления (инновации).

Существовал и другой подход к пониманию инноваций: индивидуальная или коллективная форма поведения, когда каждый сотрудник или группа сотрудников могли достигнуть цели социально-экономического характера в развитии компании, используя ранее не существующие какие-то инновации. В таком аспекте инновации стали рассматриваться как сложный, многоуровневый и многоэтапный процесс, в котором используются какие-то научные открытия, изобретения, появление совершенно нового продукта и другое. В этом случае сотрудник любой компании стал дифференцироваться с направлением инновационной деятельности компании.

Во второй половине и конце XX века ключевым направлением любой сферы деятельности в мире становится инновационная экономика. Лукьянова Т.В., Ярцева С.И., Коновалова В.Г. и другие доказывают, что в это время: «...основным товаром на мировом рынке становится научное знание» [3, С.22]. Именно в это время США, Великобритания и Япония громко заявили о переходе на новый уровень развития своей экономики, основанный именно на знаниях и инновациях. И уже в начале XXI века эти же страны активно приступили к решению глобальных задач, ориентированных на повышение уровня и качества жизни своих граждан и развитие информационных технологий.

В этот же период Российская Федерация также решительно заявила о своем вхождении в инновационный процесс развития экономики: появился ряд нормативных правовых актов, в которых были определены ключевые понятия инновационного развития страны.

Лукьянова Т.В., Ярцева С.И., Коновалова В.Г. и другие научно доказывают: «Инновации были определены как конечный результат творческого труда, получивший реализацию в виде новой или усовершенствованной продукции, нового или усовершенствованного технологического процесса, используемого в экономическом обороте. Инновационная деятельность определялась как создание новой или усовершенствованной продукции, нового или усовершенствованного технологического процесса, реализуемых в экономическом обороте с использованием научных исследований, разработок опытно-конструкторских работ либо иных научно-технических достижений» [3, С.23].

Но при этом следует указать на существующие и в настоящее время проблемы в инновационной деятельности России:

- на многих российских предприятиях отсутствует высокотехнологичное оборудование;
- требуются в большом размере и длительные по времени финансовые инвестиции;
- не на должном уровне существует устойчивая социальная организация.

Вся российская инновационная политика пока направлена на такие инновации, которые смогут принести «скорые» деньги, используя для этого мировой рынок для реализации инноваций. Внутри

страны пока отсутствует развитая инфраструктура, не налажена система подготовки высококвалифицированных кадров для инновационной деятельности, не хватает в достаточном количестве финансовых инвестиций. Исходя из этого, можно также определить и другие существующие проблемы внедрения инноваций на российских предприятиях:

- Многие российские руководители не видят в молодых сотрудниках, прекрасно ориентирующихся в информационных технологиях и получивших современное образование, сотрудников-инноваторов, а по-прежнему уверены, что только умудренные опытом, с прежним советским образованием сотрудники могут быть инноваторами.

- Внедрение какого-либо инновационного процесса достаточно длительно по времени, в связи с развитым бюрократизмом в России и слабой экономической подготовкой многих российских ученых и их затруднениями в доказательстве инвесторам экономической эффективности внедрения той или иной инновации.

- Отсутствие необходимых высококвалифицированных сотрудников, чтобы новшество превратить в инновацию.

- Изношенность (ориентировочно - на 80 %) производственного оборудования на российских предприятиях, когда даже желаемую предприятием для внедрения инновацию внедрить бывает довольно проблематично.

- Существующее недоверие друг к другу как со стороны российского предприятия-производителя продукции, так и со стороны заказчика-покупателя продукции.

- Российское законодательство затрудняет и не защищает права зарубежных инвесторов, поэтому высокие финансовые риски отпугивают многих зарубежных инвесторов, но видящих экономический эффект во внедрении той или иной инновации.

Не стоит также умалчивать о том, что в развитии российской инновационной деятельности стоит очень остро проблема высококвалифицированных кадров: на многих предприятиях ощущается недостаток квалифицированных работников. Становится модным получение именно экономического или юридического образования, при этом другие профессии, например, технической или управленческой направленности, мало или вообще не интересуют молодое поколение. У молодого поколения в приоритете в настоящее время именно получение какого-нибудь диплома («корочки»), а не современного, необходимого в той или иной отрасли народного хозяйства, образования.

Внедрение инновационных кадровых технологий обусловлено, в первую очередь, высокой конкурентностью между российскими предприятиями, когда необходимо повышать производительность и качество выпускаемой продукции. Учитывая то, что конкуренция в настоящее время перемещается именно в сферу управления знаниями, инновационные кадровые технологии являются решающим фактором успеха: производительность невозможно повысить лишь увеличением количественных показателей.

В современном российском бизнесе имеется множество положительных примеров, когда именно инновационные кадровые технологии создали для предприятий сильные конкурентные преимущества: АО «Газпром», ПАО «Северсталь», ПАО «ГМК «Норильский никель», ПАО «Нефтяная компания «ЛУКОЙЛ» и другие.

Как утверждает Медынский В.Г.: «Инновационные технологии (в том числе инновационные кадровые технологии) – это, прежде всего, комплекс методов, которые направлены на поддержание этапов внедрения и реализации конкретного нововведения (инновации). В узком смысле инновационной можно назвать любую, не получившую массового распространения, технологию минимизации издержек и повышения производительности системы» [6, С.34].

Чтобы научно описывать, что же такое инновационные кадровые технологии, следует указать высказанные уже основные научные понятия, имеющие отношение к понятию «инновационные кадровые технологии».

Лукьянова Т.В., Ярцева С.И., Коновалова В.Г. и другие определяют такие научные понятия как «кадровое новшество», «кадровое нововведение», «кадровая инновация», «управление нововведениями в кадровой работе» следующим образом:

1. «Кадровое новшество – новые принципы, методы, а также организационные, управленческие, экономические решения в сфере управления персоналом, впервые примененные к использованию в организации» [3, С.39].

2. «Кадровое нововведение – процесс внедрения, распространения использования кадрового новшества,ориентация на конечные результаты прикладного характера, то есть на быстрое и широкое внедрение; измеримость результата экономического или социального порядка» [3, С.39].

3. «Кадровая инновация – конечный результат внедрения новшества, приводящий к изменению кадровой работы как объекта управления и получению экономического, социального или другого вида эффекта» [3, С.39].

4. «Управление нововведениями в кадровой работе – целенаправленная деятельность руководителей организации и специалистов службы управления персоналом по обеспечению темпов и масштабов обновления кадровой работы на основе внедрения в практику кадровых нововведений в соответствии с текущими и стратегическими целями организации» [3, С.42].

Можно предложить распределение кадровых инноваций на 3 группы, основываясь на их функциональном анализе:

1. Кадровые инновации в управлении персоналом, учитывая и оценивая инновационный потенциал сотрудников, используя инновационные методы ротации кадров и внедряя эффективную и результативную работу с «золотыми кадрами».

2. Кадровые инновации, связанные с технологией формирования кадрового состава.

3. Кадровые инновации в обучении персонала: профессиональная подготовка и переподготовка в форме непрерывного обучения; оценка результатов развития персонала.

В российской действительности имеются различные ключевые факторы и условия, влияющие на успешное внедрение и использование инновационных кадровых технологий. Эти факторы целесообразно разделить на две группы:

- внутренние факторы (параметры инновационной кадровой технологии);

- внешние факторы (параметры внешней окружающей среды, в которой будет задействована инновационная кадровая технология).

Первая группа имеет большое значение для успеха внедрения, потому что от самой инновационной кадровой технологии зависит эффективность и результативность ее использования. Вторая группа также имеет большое значение для успеха внедрения, так как, учитывая успешное внедрение инновационной кадровой технологии, она должна войти без осложнений в социальный аспект, в котором уже находятся несколько взаимодействующих социальных групп и отдельных сотрудников, чьи интересы будут затронуты, задействованы и должны учитываться в процессе внедрения и использования инновационных кадровых технологий.

Хасси Д. в своей научной работе «Стратегии и планирование» рекомендует ключевые факторы и условия, входящие во вторую группу, разбить на следующие подгруппы: [7, С.83].

1.Случайные факторы (например, персонал несоответствующей квалификации; сложные или, наоборот, необычайно хорошие отношения с руководством предприятия).

2.Постоянные факторы (способности сотрудников, их знания и умения, мотивация; организационная культура предприятия; стиль руководства; организационные стандарты; правила поведения).

3.Национально-культурные особенности. Принимать во внимание это необходимо, так как ежегодно увеличивается рост мобильности населения всех стран, а также, с появлением Интернета развиваются всевозможные способы посреднического общения людей без перемещения в пространстве. Вместе с тем увеличилось и количество межкультурных конфликтов: где, например, для русских и белорусов приемлемо небольшое опоздание на работу, при этом немцы воспринимают это как безответственность и необязательность, что может существенно повлиять на отношения культур. Например, в Бельгии принято разговаривать с попутчиками, находясь в общественном транспорте, а в славянских странах это не считается нужным или даже, в некоторых случаях, вежливым. Такие, казалось бы, незначительные различия в традициях и культуре создают почву для всевозможного непонимания и барьеров для межкультурной коммуникации.

Учитывая мнения ученых, автором предлагается выделить следующие группы факторов и условий, способствующих или препятствующих эффективному внедрению инновационных кадровых технологий в российских компаниях (Таблица 1).

Таблица 1

Группы ключевых факторов и условий, способствующих и препятствующих внедрению инновационных кадровых технологий на российских предприятиях

Группы факторов и условий	Способствующие внедрению инновационных кадровых технологий	Препятствующие внедрению инновационных кадровых технологий
Правовые	<ul style="list-style-type: none"> - законодательные акты, поощряющие внедрение инновационных кадровых технологий; - государственная поддержка внедрения и использования инновационных кадровых технологий 	<ul style="list-style-type: none"> - ограничения со стороны антимонопольного, налогового, амортизационного, патентно-лицензионного законодательства
Экономические	<ul style="list-style-type: none"> - наличие финансовых, материально-технических средств и прогрессивных технологий; - наличие научно-технической и необходимой хозяйственной инфраструктуры; - материальное поощрение сотрудников за участие в инновационной деятельности 	<ul style="list-style-type: none"> - недостаток финансовых средств для внедрения инвестиционных проектов; - недостаточная материальная и научно-техническая база, устаревшие технологии, отсутствие резервных возможностей; - интересы текущего производства
Организационно-управленческие	<ul style="list-style-type: none"> - гибкость оргструктур, демократичный стиль управления, преобладание горизонтальных потоков информации; - самопланирование, допущение корректировок; - децентрализация, автономия, формирование целевых, проблемных групп 	<ul style="list-style-type: none"> - устоявшиеся оргструктуры, излишняя централизация, авторитарный стиль управления, преобладание вертикальных потоков информации; - ведомственная замкнутость, трудность межотраслевых и межорганизационных взаимодействий; жесткость в планировании; - ориентация на сложившиеся рынки; - ориентация на краткосрочную окупаемость; - сложность в согласовании интересов участников инновационных процессов
Социально-психологические	<ul style="list-style-type: none"> - моральное поощрение, общественное признание; - обеспечение возможностей самореализации, освобождение творческого труда; - нормальный морально-психологический климат в трудовом коллективе 	<ul style="list-style-type: none"> - сопротивление изменениям; - боязнь неопределенности, опасение наказаний за неудачу; - сопротивление всему новому, поступающему извне

Учитывая все вышеописанное, можно прийти к выводу, что ключ к успеху внедрения и использования инновационных кадровых технологий лежит в самой системе управления человеческими ресурсами. Инновационные кадровые технологии являются основой успешного управления персоналом современной организации. Целью кадровых инноваций является обеспечение радикального измене-

ния системы управления персоналом в соответствии со стратегическими и оперативными целями организации, а также необходимым развитием персонала. Результатом внедрения инновационных кадровых технологий будет являться построение эффективной и результативной инновационной системы управления персоналом. Основной функцией кадровых инноваций будет являться реализация инновационного стратегического прогнозирования и разработка инновационной кадровой стратегии организации. Под инновационным прогнозированием следует понимать целесообразность и эффективность кадровых инноваций.

Список литературы

1. Закон Москвы от 7 июля 2004 г. № 45 «Об инновационной деятельности в городе Москве»: <http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc&base=MLAW&n=136239#083821245508704> (дата обращения – 12.03.2017)
2. «Концепции инновационной политики Российской Федерации на 1998-2000 гг», одобренная постановлением Правительства РФ от 24 июня 1998 года № 832: <http://base.garant.ru/179112> (дата обращения - 15.07.2017 г.)
3. Лукьянова Т.В., Ярцева С.И., Коновалова В.Г. и др. Управление персоналом: теория и практика. Управление инновациями в кадровой работе: учебно-методическое пособие/под ред.А.Я.Кибанова.- Москва:Проспект,2012.- С.24
4. Стукалов С.А. Инновационные технологии в управлении персоналом//Научно-методический электронный журнал «Концепт».-2016.-Т.34.-С.234-239.-URL: <http://e-koncept.ru/2016/56769/htm> (дата обращения – 19.11.2017 г.)
5. Старцева В. Н. Модели внедрения инновационных технологий мотивации персонала в организациях (на примере отечественных высокотехнологичных компаний) - Автореферат <http://www.unn.ru/pages/disser/527.pdf> (дата обращения - 25.11.2017)
6. Медынский В.Г. Инновационный менеджмент. – М.: ИНФРА-М, 2007. – С.34
7. Хасси Д. Стратегия и планирование/ Пер с англ. под ред. Л.А.Трофимовой. - СПб.: Питер, 2003.- С.83.

Контактная информация:
 Нестеренко Надежда Анатольевна
 E-mail: nesterenkona@rambler.ru
 +79198299102

УДК 35.08

О ТЕНДЕНЦИЯХ РАЗВИТИЯ КАДРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ПРИМЕНЯЕМЫХ В ТАМОЖЕННЫХ ОРГАНАХ

ДОРОЖКИНА ТАТЬЯНА ВИКТОРОВНА,

к.э.н., доцент

ОКУЛИЧ МАРИНА ЕВГЕНЬЕВНА,

Студентка

ФГБОУ ВО «Калужский Государственный Университет им. К.Э. Циолковского»

Аннотация: в статье анализируются механизмы реализации государственной кадровой политики и способы ее реализации на практике. Рассмотрены различные подходы к классификации используемых кадровых технологий. Обосновывается необходимость внедрения в работу кадровых служб инновационных кадровых технологий, позволяющих более качественно оценить потенциал сотрудников.

Ключевые слова: кадры, таможенные органы, традиционные технологии, инновационные технологии, кадровые технологии.

ON THE DEVELOPMENT TRENDS OF THE PERSONNEL TECHNOLOGIES APPLIED IN THE CUSTOMS AUTHORITIES

**Dorozhkina Tatyana Viktorovna,
Okulich Marina Evgenievna**

Abstract: the article analyzes the mechanisms of implementation of the state personnel policy and the ways of its implementation in practice. Different approaches to the classification of personnel technologies are considered. The article substantiates the necessity of introduction of innovative HR technologies in the work of HR services, which allow more qualitative assessment of the potential of employees.

Key words: personnel, customs authorities, traditional technology, innovative technology, personnel technology

Механизм реализации государственной кадровой политики связывают с кадровыми технологиями. В управлении персоналом данные технологии позволяют решать практически весь круг задач, связанных с кадровым обеспечением государственной службы.

Кадровая технология - это средство управления количественными характеристиками персонала, обеспечивающее достижение целей организации, её эффективное функционирование. Кадровые технологии представляют собой совокупность последовательно производимых действий, приёмов, операций, которые позволяют либо получить информацию о возможностях человека, либо сформировать требуемые для организации условия, либо изменять условия реализации.

Все кадровые технологии взаимосвязаны, взаимодополняют друг друга, а в реальной управленческой практике, в большей части не реализуется одна без другой [2, с. 131].

Кадровые технологии, применяемые в таможенных органах можно разделить на две группы: традиционные и инновационные.

К традиционным кадровым технологиям относятся:

- кадровый конкурс;
- аттестация;
- квалификационный экзамен;
- анкетирование (опрос);
- тестирование, интервьюирование.

К инновационным кадровым технологиям относится оценка уровня компетентности должностного лица таможенного органа [1, с.25].

При инновационных кадровых технологиях используется метод компетентностного подхода, под которым следует понимать совокупность качественных характеристик кадрового потенциала таможенных органов, связанных с формированием, развитием и использованием базовых качеств личности. К ним относятся:

- степень задействованности;
- мотивы;
- психофизиологические свойства;
- ценности;
- знания;
- умения и навыки [1, с.26].

И традиционные и инновационные кадровые технологии позволяют установить уровень состояния и развития базовых качеств личности должностного лица таможенного органа, но степень задействованности базовых качеств в применяемых кадровых технологиях различна. Только инновационные кадровые технологии, основанные на компетентностном подходе, позволяют оценить базовые качества личности в полном объеме.

Однако в большей степени применяются на практике традиционные кадровые технологии. Это обусловлено, с одной стороны, традицией и опытом проведения оценки профессиональной подготовки должностных лиц таможенных органов, с другой – сложностью формализации и в дальнейшем интерпретации полученных результатов оценки компетентности должностных лиц таможенных органов, полученных при применении инновационных кадровых технологий. Таким образом, традиционные кадровые технологии позволяют решить только существующие задачи оценки, но не способствуют выявлению и развитию профессиональной подготовки, совершенствованию базовых качеств личности.

Инновационные кадровые технологии в отличие от традиционных направлены не только на оценку состояния профессиональной подготовки, но и на определение перспектив ее развития.

Современные тенденции в области управления персоналом таможенных органов, в том числе оценка профессиональной подготовки на основе применения инновационных кадровых технологий, определяют новые требования, как к процессу оценки, так и к результату оценки. Процесс оценки должен быть максимально оптимальным и эффективным, а результат оценки должен быть достоверным и информативным.

Итак, управление персоналом как вид профессиональной деятельности предполагает комплексное использование кадровых технологий [3, с.58]. Работа по внедрению кадровых технологий в системе госслужбы, как составной части механизмов реализации государственной кадровой политики, должна носить научно обоснованный, системный, комплексный характер. Необходимо обеспечить такое государственное воздействие на решение кадровых проблем в органах власти, при котором работа с аппаратом управления строилась бы с учетом общественных потребностей, реального состояния дел, объективной оценки кадров, а не на основе конъюнктурных, в том числе политических, интересов.

Применение кадровых технологий позволяет более объективно оценивать кадры государственной службы, возможности их должностного роста и профессионального продвижения. В результате применения кадровых технологий получают более полную информацию о способностях человека, от

чего зависит его дальнейшее профессиональное развитие, изменение должностного статуса госслужащего, эффективная реализация возможностей человека, адекватное вознаграждение за свой труд и другие изменения. У кадровых технологий большое будущее в выявлении работников с лидерским потенциалом, их карьерном продвижении.

Одновременно кадровые технологии позволяют решать задачи и функции, которые свойственны общим управленческим технологиям, побуждая человека к изменению своей роли в организации, созданию климата доверия, удовлетворённости трудом. Поэтому грамотное применение кадровых технологий вносит свой вклад в управляемость организации, эффективность её деятельности, формирование механизма государственной кадровой политики. А основной остается проблема повышения эффективности технологий и повсеместного внедрения их в практику работы органов государственной власти.

Список литературы

1. Любкина Е.О. Развитие компетентностного потенциала персонала таможенных органов государств-членов евразийского экономического союза. - Люберцы, - 2017. - 242 с. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://rta.customs.ru>
2. Турчинов А.И. Управление персоналом: учебник. - М.: Издательство РАГС, - 2014. - 488 с. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://uchebnik.online/personalom-upravlenie/upravlenie-personalom-turchinov.html>
3. Сорокина Н.П., Петухова. А.А. Подбор кадров для государственной службы и требования к их профессиональным и деловым качествам. - М., - 2013. – 96 с.

УДК 35.08

АНАЛИЗ МЕТОДОЛОГИЧЕСКОГО ИНСТРУМЕНТАРИЯ ОЦЕНКИ ПЕРСОНАЛА В ТАМОЖЕННЫХ ОРГАНАХ

ДОРОЖКИНА ТАТЬЯНА ВИКТОРОВНА,

к.э.н., доцент

ОКУЛИЧ МАРИНА ЕВГЕНЬЕВНА,

Студентка

ФГБОУ ВО «Калужский Государственный Университет им. К.Э. Циолковского»

Аннотация: в статье анализируются методы оценки персонала, применяемые в управлении таможенными органами. Рассмотрены различные подходы к классификации используемых в кадровых технологиях инструментов и критериев оценки. Обосновывается необходимость внедрения в работу кадровых служб инновационных методов оценки персонала, позволяющих более качественно оценить потенциал сотрудников.

Ключевые слова: кадры, таможенные органы, критерии оценки, кадровые технологии, инновационные подходы

ANALYSIS OF METHODOLOGICAL TOOLS FOR ASSESSMENT OF PERSONNEL OF CUSTOMS AUTHORITIES

**Dorozhkina Tatyana Viktorovna,
Okulich Marina Evgenievna**

Abstract: the article analyzes the methods of personnel assessment used in the management of customs. The article considers different approaches to the classification used in HR technologies, tools and evaluation criteria. The article substantiates the necessity of introduction of innovative methods of personnel assessment in the work of human resources services, allowing more qualitative assessment of the potential of employees.

Key words: personnel, customs authorities, evaluation criteria, personnel technologies, innovative approaches

Современное управление персоналом в различных организациях тесно связано с применением технологий и инструментов, с помощью которых осуществляются процедуры отбора, конкурсов, управления карьерой, создания мотивационной среды.

Наиболее важным технологическим инструментом работы с персоналом является оценка персонала. Оценка результатов деятельности служит трем целям: административной, информационной, мотивационной. Административная функция оценки состоит в том, что каждая организация должна выявлять оценку труда своего персонала для принятия административных решений: о продолжении совместной работы или ее прекращении. Предмет оценки – профессионально-квалификационные характеристики, степень участия в решении поставленных перед организацией задач, результаты

труда, организаторские способности, личностные качества.

Оценка трудовой деятельности персонала представляет собой целенаправленный процесс установления соответствия качественных характеристик личности (характера, способностей, навыков, мотивации) требованиям исполняемой организационной роли [1, с. 14].

Оценка – это ключевой компонент методического инструментария, именно он определяет и обосновывает необходимость развития и совершенствования компетентностного потенциала должностных лиц таможенных органов.

К традиционным методам оценки персонала относятся:

- a. кадровый конкурс;
- b. аттестация;
- c. квалификационный экзамен;
- d. анкетирование (опрос);
- e. тестирование, интервьюирование [2].

Самым распространенным и наиболее традиционным методом оценки персонала является аттестация. Аттестация кадров — это проверка, определение соответствия деловой квалификации, уровня знаний и навыков работника, иных общественно значимых качеств занимаемой должности. Она направлена на улучшение качественного состава кадров (персонала) и эффективное их использование, рост служебной и трудовой активности, предприимчивости, повышение ответственности работников всех уровней за порученное дело. Аттестация позволяет более эффективно и результативно оценить деятельность персонала.

При проведении аттестации оценка может быть вынесена с помощью нескольких методов:

- метод стандартных оценок – руководитель заполняет специальный аттестационный лист по стандартной шкале оценок);
- метод сравнительных оценок (сравниваются сотрудники одного отдела);
- метод управления посредством установки целей (сотрудник и его руководитель определяют цели сотрудника на определенный период, а через некоторое время руководитель оценивает выполнение каждой цели (в процентах) и всего личного плана (набора целей);
- метод психологических тестов и программ оценки потенциала сотрудников (специалисты психологи с помощью тестов, заданий, упражнений оценивают личностные характеристики сотрудника, его потенциал);
- метод самооценки – сам аттестуемый оценивает свои профессиональные, деловые и личностные качества [3, с. 95].

Наиболее распространенным в практической деятельности методом аттестации является метод стандартных оценок. При этом отдельные аспекты работы сотрудника в течение аттестационного периода оцениваются руководителем посредством заполнения стандартной шкалы - формы.

Данный метод отличается простотой, малыми издержками, общедоступностью и универсальностью. Он не требует специальной подготовки руководителя, значительных затрат времени или других ресурсов. Использование данного метода также обеспечивает единообразие аттестации всех сотрудников.

Другим подходом к аттестации является использование сравнительных методов оценки персонала. При их использовании руководитель сравнивает работу одного сотрудника своего подразделения с результатами других, ранжируя их по результатам работы за аттестационный период в условную цепочку – от лучшего к худшему. Сравнительные методы являются очень простым способом аттестации сотрудников, а их результаты могут быть с успехом использованы для принятия решений в области компенсации. Однако эти методы слишком односторонни и приблизительны для того, чтобы сделанные с их помощью оценки применялись для целей развития персонала, профессионального обучения и т.д. Кроме того, сравнение сотрудников подразделения между собой является достаточно жесткой формой оценки, использование которой может повлечь за собой трения внутри подразделения, обиды, недоверие к руководителю.

Одним из наиболее популярных сегодня методов оценки сотрудника, часто применяемых в дополнение к традиционной аттестации, является метод управления посредством установки целей.

Управление посредством установки целей начинается с совместного (сотрудник и его руководитель) определения ключевых целей сотрудника на определенный период. Таких целей должно быть немного, они должны отражать наиболее важные задачи деятельности сотрудника на следующий период.

По истечении аттестационного периода сотрудник и руководитель оценивают выполнение каждой цели, как правило, в процентах и всего личного плана сотрудника (набора целей). Хотя оценка осуществляется совместно, руководитель обладает решающим голосом при принятии окончательного решения.

В дополнение к простоте, четкости и экономичности, метода управления путем постановки целей обладает еще несколькими достоинствами. Участие сотрудника в определении ключевых целей значительно повышает в его глазах объективность процесса оценки, обеспечивает понимание того, по каким критериям его будут оценивать, а также усиливает мотивацию. Диалог с сотрудником повышает объективность оценки руководителя, усиливает связь индивидуальных целей с задачами организации и подразделения, а также целевую направленность профессиональной деятельности сотрудника.

Своеобразной разновидностью нетрадиционных методов аттестации являются психологические методы оценки. В отличие от традиционной аттестации, оцениваются не результаты (эффективность работы в занимаемой должности), а потенциал сотрудника. Профессиональные психологи с помощью специальных тестов, собеседований, упражнений оценивают наличие и степень развития определенных характеристик у сотрудника. Психологические методы позволяют добиться высокой степени точности и детализации оценки, однако значительные издержки, связанные с необходимостью привлечения профессиональных психологов, ограничивают область их применения.

Метод самооценки включает в себя оценку сотрудником собственной деятельности, которая производится путем заполнения специально разработанной анкеты, в которой тестируемый должен кратко описать текущую работу, отметить, какие задачи он считает приоритетными и наиболее трудозатратными, а также определить личные сильные и слабые стороны.

Метод самооценки позволяет выявить не только уровень квалификации сотрудника, но и определить степень совпадения его взглядов и мнения руководителя относительно организации работы службы безопасности.

Перечисленные методы применяются для оценки как потенциальных возможностей человека, так и результата его служебно-трудовой деятельности. При этом оцениваются такие показатели, как: эффективность выполнения функциональных обязанностей, самостоятельность, инициативность, изобретательность и другие качества, проявляемые работником непосредственно в процессе труда.

В таможенных органах самыми распространенными методами аттестации являются метод стандартных оценок, метод сравнительных оценок и метод управления посредством установки целей. Они наименее затратны как по бюджету, так и по времени проведения, а также наиболее просты и традиционны.

Процесс непрерывного развития таможенных органов требует применения наиболее современных и инновационных методик оценки персонала, основной задачей которых является всестороннее выявление уровня компетентности должностного лица. Инновационные методики построены на выявлении личностных качеств сотрудника, его мотивов и целей; они способствуют выявлению и развитию профессиональной подготовки, совершенствованию базовых качеств личности. То есть, в отличие от традиционных методик, которые анализируют должностное лицо в течение уже прошедшего периода времени, инновационные методики направлены на развитие потенциала работника, исходя из его личностных качеств. Инновационные методики применяются в таможенных органах, но они менее распространены, так как более сложны на практике [1, с. 31].

Обобщая существующие методики аттестации персонала, можно сделать вывод об отсутствии универсального подхода, который применительно к конкретному должностному лицу в определенной

ситуации, должен быть разным. И здесь необходимо решить несколько задач: совершенствование нормативно-правовой базы аттестации государственных служащих и обучение руководителей новым методам аттестации.

Список литературы

1. Любкина Е.О. Развитие компетентностного потенциала персонала таможенных органов государств-членов евразийского экономического союза. - Люберцы, - 2017. - 242 с. [Электронный ресурс].

Режим доступа: <http://rta.customs.ru>

2. Серегина Н., Кудашова Т. Оценка и аттестация персонала. – М., - 2013. [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.hrmaximum.ru/articles/ocenka_i_attestaciya/914.

3. Антропова Ю.Ю. Современные кадровые технологии на государственной гражданской службе: монография. - Екатеринбург: Издательство Уральского университета, - 2015. - 163 с.

© Т.В. Дорожкина, М.Е. Окулич, 2018

УДК 338.33

СИСТЕМА МОТИВАЦИИ СОТРУДНИКОВ И ПРОЕКТНЫХ МЕНЕДЖЕРОВ КРУПНЫХ КОРПОРАЦИЙ

КАРПОВ АРТЕМ ВАЛЕРЬЕВИЧ,К.Э.Н.,
коммерческий директор ООО «Сибирский КХП»

Аннотация. В статье раскрываются принципы формирования эффективной системы мотивации для стимулирования инновационной и предпринимательской деятельности крупных корпораций. Описываются методы построения организационной культуры организации. Формулируются рекомендации по совершенствованию мотивации управленческого персонала и специалистов в целях снижения влияния индивидуального и группового сопротивления изменениям.

Ключевые слова: проектный менеджмент, менеджер, система мотивации, корпорация, предпринимательская активность, организационная культура, сопротивление изменениям.

THE SYSTEM OF EMPLOYEE MOTIVATION AND PROJECT MANAGERS OF LARGE CORPORATIONS

Karpov A.V.

Annotation. The article reveals the principles of the formation of an effective system of motivation to stimulate the innovative and entrepreneurial activities of large corporations. Methods of building organizational culture of the organization are described. Recommendations are formulated to improve the motivation of management personnel and specialists in order to reduce the impact of individual and group resistance to change.

Keywords: project management, manager, motivation system, corporation, entrepreneurial activity, organizational culture, resistance to change.

Говоря о внедрении системы мотивации для стимулирования инновационной и предпринимательской деятельности крупных корпораций не следует забывать о том, что и менеджеры, и персонал предприятия далеко не всегда стремятся к принятию на себя риска. Как правило, работники фирмы сопротивляются новому, так как изменения нарушают устойчивость их будущих и настоящих позиций.

Известны феномены индивидуального и группового сопротивления. Индивидуальное сопротивление новому проявляется не только у рядовых исполнителей, но и у менеджеров различного уровня. В частности менеджеры противятся изменениям в следующих случаях:

1. Менеджер чувствует, что в случае принятия на себя риска он может оказаться не нужным.
2. Менеджер считает, что может не справиться с новым кругом полномочий или с работой в новой среде.
3. Менеджер не желает обучаться новым знаниям и навыкам.
4. Менеджер не уверен в собственных силах.
5. Менеджер считает, что принимаемые изменения могут привести к снижению его доходов или влияния.

6. Менеджер считает, что изменения могут подорвать его репутацию.

Групповое же сопротивление изменениям во многом связано с организационной культурой организации, с ее историей и мифологией. Исследование организационной культуры и групповой динамики лежат за рамками нашей работы, однако важно выделить хотя бы отдельные элементы, способствующие групповому сопротивлению:

1. У членов групп, работающих друг с другом долгое время, формируются общие взгляды, ценности и поведенческие нормы.

2. Такие нормы и ценности могут, как поощрять нововведения, так и противиться им.

3. В группах вырабатывается общее отношение к информации.

4. Группе свойственно навязывать своим членам определенное поведение и отношение к работе, в ней формируется определенная «модель реальности», некий общий взгляд на будущее фирмы.

5. В группах вырабатывается лояльность к их культуре, которая совместными усилиями защищается от вторжения и влияния других культур.

В одной группе, допустим, существует негласная норма, что при проведении собраний всегда необходимо сохранять единство, а разногласия во мнениях, если они есть вообще, должны выноситься за рамки собраний. Все быстро приходят к согласию, никто не мутит воду. Группа, очевидно, имеет сильную культуру. В действительности группа оказалась жертвой феномена «группового мышления», так как отсутствие готовности к конфликтам, неспособность обсуждать противоположные точки зрения, подавление таких чувств, как скука, недовольство, разочарование - всё это отличительные признаки не сильной, открытой культуры, а признаки слабости.

Этот и подобные ему феномены выступают не только в группах, но могут опосредованно сказываться на общей работе корпорации. Поражённые своего рода внутренней слепотой, они реагируют на проблемы, конфликты, нестабильность атмосферы, следующим образом: не может быть того, чего не должно быть. Очевидные недостатки, иногда даже абсурдные противоречия видимы многим, но никто не говорит о них открыто.

Это отсутствие выходного клапана, это несрабатывание формальной коммуникации может быть исправлено следующими мерами:

1. На некоторых предприятиях укоренилась традиция проводить регулярно опросы мнений сотрудников по таким комплексам, как внутренний климат на предприятии, стиль управления и условия труда. Под защитой анонимности сотрудники имеют возможность выражать своё недовольство и чувство, что они обмануты. Однако главным при этом внутреннем исследовании рынка рабочей силы является не выявление определённого количества данных, а практические, призываемые сотрудниками выводы. Опрос, результаты которого были закрыты, после того, как с ним ознакомился узкий круг лиц, не приводил к достижению поставленной цели.

2. Значительно менее дорогостоящими и на всех уровнях организации технически быстро реализуемыми являются любые попытки вступить в открытый диалог друг с другом. Открытость начинается с отдельной личности. Проводимые в рамках спонтанного общения на актуальные темы беседы с менеджментом или с помощью тщательно запланированных семинаров, все эти контакты имеют целью обмен мнениями о видах взаимного сотрудничества и совместный поиск возможности совершенствования.

Опираясь на открытость, можно решить классическую проблему, стоящую перед руководящими кадрами: какое воздействие они оказывают на сотрудников. Данная проблема усугубляется также тем, что установленный в течение многих лет стиль управления использует такой метод, как оценку сотрудников, т.е. форму регламентируемой открытости сверху вниз, однако обратное явление, способное преодолеть это одностороннее движение, т.е. выражение мнения снизу вверх, отсутствует повсеместно.

В целом можно заключить, что какой бы силы не была организационная культура, и как бы не оказывало влияние индивидуальное и групповое сопротивление изменениям, необходимо сформировать определенные рекомендации по совершенствованию мотивации управленческого персонала и

специалистов. Система мотивации для проектных менеджеров должна отличаться от традиционной и основываться на следующих принципах:

1. поощрять предпринимательский подход к риску, т.е. менеджеры не должны быть наказаны за неудачу проекта, наказание должно следовать за отсутствием проектов и инициативы.

2. проектному менеджеру должна быть предоставлена полная свобода в осуществлении проектов, он должен самостоятельно принимать все ключевые решения по осуществлению проекта.

3. материальная заинтересованность менеджера должна заключаться в долгосрочном участии в прибыли от реализации проекта, это может быть организовано как дополнительный контракт, гарантирующий менеджеру денежные выплаты при успешной реализации проекта, причем в длительной (5-10 лет перспективе).

4. особое внимание при реализации проектного подхода должно быть посвящено организационной культуре, так как именно предпринимательская организационная культура является важнейшим фактором успеха корпорации.

УДК 331

РОЛЬ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО КАПИТАЛА В ИННОВАЦИОННОЙ ЭКОНОМИКЕ

ПЫХТЕЕВ ЮРИЙ НИКОЛАЕВИЧ,

к.э.н., доцент

ДАВЫДОВА ВИОЛЕТТА ДМИТРИЕВНА,**ГОРБЫЛЕВА АННА ИГОРЕВНА,**

студенты

ФГАОУ ВО «Национальный исследовательский

Нижегородский государственный университет им. Н.И.Лобачевского»

Аннотация: в статье поднимается проблема значимости человеческого капитала в условиях технологического прогресса. Показано, что отсутствие рабочих мест в будущем будет тесно связано с низким уровнем образования. В этих условиях одна из важнейших задач государства заключается в обеспечении устойчивого развития человеческого капитала с учетом социальных аспектов развития инновационных процессов.

Ключевые слова: человеческий капитал, образование, инновационная экономика, безработица, квалификация рабочих

THE ROLE OF HUMAN CAPITAL IN THE INNOVATION ECONOMY

Abstract: the article raises the problem of the significance of human capital in terms of technological progress. It is shown that the lack of jobs in the future will be closely related to the low level of education. In these circumstances, one of the most important tasks of the state is to ensure the sustainable development of human capital, taking into account the social aspects of the development of innovative processes.

Keywords: human capital, education, innovative economy, unemployment, qualification of workers

Экономическое развитие в современном мире характеризуется значительной ролью технологического прогресса. Инновационная деятельность становится одним из важнейших системных факторов экономического роста. Сегодня технологии стремительно развиваются и могут повлечь за собой возможность полного уничтожения ряда существующих профессий. Следует отметить, что особенно это будет касаться не только низкооплачиваемой работы, ручного труда, но и труда, который требует высокого уровня образования. Если сложить все тенденции вместе, то можно понять, что в будущем все мы имеем равные шансы столкнуться с массовой безработицей, повсеместной неполной занятостью или застоём зарплат. В таких условиях причина основной экономической проблемы состоит в том, что работа является основным механизмом, который распределяет доходы и, следовательно, покупательскую способность между всеми потребителями производимых товаров и услуг.

Основными причинами невостребованности человеческого капитала являются: низкая квалификация персонала с техническими и инженерными навыками; отсутствие знаний о прогрессивных передовых технологиях; недостаток научных кадров по техническим, инженерным специальностям и инновационному управлению; недостаточная гармонизация профессиональных стандартов с образовательными стандартами. Несмотря на приостановление падения численности персонала, занятого

в России в сфере исследований и разработок, негативные тенденции последних лет сохраняются [1, с. 138].

Между тем, рынок труда следует рассматривать не только как занятость сегодня, но и в качестве основной предпосылки и компонента процесса формирования человеческого капитала через образовательный процесс в условиях инновационной экономики. Государственные и частные работодатели, являясь конкурентами в привлечении высококвалифицированных специалистов, одновременно заинтересованы в разработке кадрового потенциала [2, с. 214]. Это значит, что образовательная система должна быть самой значительной областью инновационной экономики в новых условиях, обеспечивающая получение необходимых знаний, которые могут быть использованы на практике. Общее и специальное образование улучшают качество, повышают уровень и запас знаний человека, тем самым увеличивают объем и качество человеческого капитала [3, с. 51].

Возможно классифицировать элементы кадрового потенциала в рамках содержания знаний. Используя этот критерий, выделяются следующие компоненты кадрового потенциала: основной потенциал, который формируется благодаря знаниям, составляющим основу профессии, это часть квалификации определенного работника и персонала организации; технологический потенциал, основанный на технологических знаниях как форме капитального ресурса производства, он включает методологии и методы производства товаров, программное обеспечение, базы данных, организационную структуру и механизмы, обеспечивающие производительность труда работников и функционирование компании, экономических коммуникаций и взаимодействий в рамках производства технологии, распределения и обмена знаниями. Вот набор интеллектуальных активов, используемых в процессе производства, начиная со стадии его развития до окончательного выпуска: научно-технические идеи и развитие, общие, научные и профессиональные знания, опыт и квалификация рабочих, организационная культура предприятия, административные технологии и т. д. Человек не находится в стороне от работы, он не только профессионально квалифицирован, но также является инициативой, более независимой в процессе принятия решений, хорошо ориентируется в работе его позиции и предприятия в целом.

Таким образом, рабочий, работодатель и образовательная среда ставят задачу формирования и поддержания необходимого уровня квалификации. В современных условиях он должен обеспечивать выполнение двух функций: с одной стороны, компенсации недостаточной практической ориентации или плохого образования выпускников системы профессионального образования и, с другой стороны, обеспечения адаптации рабочего. Необходимо понимать, что с развитием организации работодателя уровень квалификации может измениться и, следовательно, требования к квалификации также будут меняться. Вся система количественных и качественных показателей, являющихся внешними и внутренними условиями среды создания и использования кадрового потенциала, оказывает влияние на формирование, сохранение, реализацию, развитие и, соответственно, качество кадрового потенциала. С количественной стороны трудовой потенциал представляет собой запасы труда, которые определяются общей численностью трудовых ресурсов, их половозрастной структурой, образовательным уровнем и возможностями их использования [4, с. 17]. Качественные компоненты кадрового потенциала также имеют особое значение для инновационной экономики. Кадровый потенциал не является однородным. Он характеризуется существованием сложной структуры, поскольку люди сильно отличаются ментально, физически и психологически, кроме того, имеются различия на уровне образования и профессиональной подготовки.

В то же время, наличие профессиональных компетенций, знаний и навыков не гарантирует успех. В этой ситуации ориентация человека на постоянное саморазвитие играет решающую роль. Успех организации определяют люди, работающие в ней, их отношение к работе, навыкам, творчеству и интеллектуальному уровню. В связи с этим важно осознать, что акцент в управлении персоналом только по техническому аспекту развития не даст ожидаемые результаты. Внутренние источники роста остаются не востребованы из-за игнорирования социальных факторов. Это свидетельствует о необходимости укрепления социальной ориентации предприятий, раскрытия потенциала человека, изменения критериев оценки эффекта производственной и управленческой деятельности, более ак-

тивное участие государства в регулировании процессов накопления и управления человеческого капитала, в том числе его профессионального уровня и здоровья. В этом случае следует отметить возможность заполнения рабочих мест квалифицированными рабочими, а также подготовки кадрового резерва для прогнозируемых высокотехнологичных рабочих мест. Исходя из этого, на современном этапе основной задачей государства является обеспечение устойчивого развития человеческого капитала с учетом социальных аспектов в будущем.

Таким образом, для развития человеческих ресурсов в инновационной экономике необходимо совершенствование системы подготовки квалифицированного персонала. Поэтому тенденция модернизации образования – это, в первую очередь, ориентация на потребителя, который обладает гибкостью профессионального мышления, навыками общения и умением работать в команде. В итоге поиск решения этих проблем и особенно способа организации экономики будущего возможно станет одним из самых важных испытаний, с которым мы все столкнёмся в ближайшие десятилетия.

Список литературы

1. Пыхтеев Ю.Н., Воронина А.С. Альтернативы развития российского инновационного сектора // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. – 2016. – № 6-1. – С. 137-141.
2. Bauyrzhan S. Yessengeldin, Diana A. Sitenko. Development of Human Potential in the Innovation Economy of Kazakhstan // *Viešoji politika ir administravimas*. – 2015. – Vol. 14, № 2. – С. 209-220.
3. Трошин А.В. Человеческий капитал как фактор развития инновационной экономики // Современная экономика: проблемы и решения. – 2010. – № 9. – С. 49-53.
4. Власова В.И. Трудовые ресурсы и их использование в условиях инновационной экономике региона // Наука, образование и культура. – 2017. – № 8. – С. 17-21.

УДК 323

ВАЛЮТНАЯ ПОЛИТИКА РОССИИ: ДВИЖЕНИЕ К ФИНАНСОВОЙ СТАБИЛЬНОСТИ НА МИРОВОЙ АРЕНЕ

БОНДАРЧУК ОЛЬГА ПЕТРОВНА,

к.э.н., доцент

АРУСТАМЯН ГАЯНЭ МАИСОВНА,

студентка

Кубанский Государственный Аграрный Университет имени И.Т.Трубилина

Аннотация: в данной статье анализируются процесс становления и развития современной валютной политики России.

Ключевые слова: экономика, валютная политика, финансовая стабильность, национальная политика, глобализация, кризис, ключевая ставка.

RUSSIAN FOREIGN EXCHANGE POLICY: MOVEMENT FOR FINANCIAL STABILITY ON THE WORLD ARENA

**Bondarchuk Olga Petrovna
Arustamyan Gayane Maisovna**

Abstract: This article analyzes the process of formation and development of the modern monetary policy of Russia.

Key words: economy, monetary policy, financial stability, national policy, globalization, crisis, key rate.

Развитие международных экономических отношений и торговли стали причиной становления мировой валютно-финансовой системы. Посредством валютных отношений осуществляются расчетные, денежно-кредитные и торговые сделки между различными странами. Вместе с тем, развитие внешнеэкономической деятельности и либерализация экономики создают угрозу для функционирования национальных субъектов хозяйствования и устойчивости национальной валюты.

Валютная политика государства является важнейшим инструментом защиты национальной экономики от неэквивалентного международного обмена и гарантом экономического суверенитета страны. Действенная валютная политика способствует интеграции страны в мирохозяйственные связи на условиях полноправного участника и поддержанию необходимого уровня экономической безопасности. Либерализация внешнеэкономической деятельности, ведущая свой отсчет с 1992 г., открыла экономику Российской Федерации для международных потоков капитала, определила её зависимость от внешних факторов, связанных с функционированием мировой экономики и глобального финансового рынка. [3]

Первоначально (1992-1994 гг.), государство осуществляло значительный контроль движения капитала и валютного курса рубля, использовался весь классический набор ограничений, широко применяемый странами мира в целях проведения сбалансированной национальной политики, валют-

ный курс был фиксирован и регулировался в зависимости от складывающейся макроэкономической ситуации. 1994 г. примечателен тем, что под влиянием значительных воздействий на валютный курс, в коротком временном интервале (9 сентября-14 октября 1994 г.) рубль обесценился фактически в два раза по отношению к основным валютам (доллар США, немецкая марка, французский франк, фунт стерлингов Великобритании). Ответом на вызванный валютными спекулянтами шок было решение о переходе в 1995 г. к режиму валютного таргетирования (удержание курса рубля в заданном коридоре изменений). Этот режим способствовал улучшению экономической ситуации в стране и действовал вплоть до конца 1997 г.

Период после кризиса, 2000-2004 гг., характеризуется приданием нового импульса процессу либерализации валютного регулирования и трансграничного движения капитала. В 2003-2004 гг. ослабляются меры контроля за иностранными счетами резидентов, снижаются нормы резервирования по валютным счетам резидентов и нерезидентов. Эти шаги были сделаны под влиянием внешних факторов – рост цен на энергоносители привел к росту экспортной выручки и, соответственно, предложению иностранной валюты на внутреннем рынке, которые в условиях ограничения операций по движению капитала привели к укреплению рубля. [1]

На следующем этапе (2005-2013 гг.), в 2005 году монетарные власти страны вернулись к режиму таргетирования валютного курса рубля, но уже по отношению к бивалютной корзине (доллар, евро). В 2006 г. были фактически сняты все формальные ограничения на трансграничное движение капитала, но остались косвенные инструменты сдерживания потоков капитала. В итоге, в кризисный 2008 г. российская экономика вошла с валютной политикой, предусматривающей режим валютного курса, ориентированный на свободное трансграничное движение капитала. Выделяемые средства направлялись банками в иностранные активы, которые «утекали» за рубеж, что оказывало еще большее давление на валютный курс. Начиная с 2010 г., постепенно расширяется граница коридора колебаний курса рубля по отношению к бивалютной корзине.

В сентябре 2013 г. Банк России объявляет о начале реализации мер по переходу к режиму инфляционного таргетирования, с 10 ноября 2014 года ЦБ упразднил действовавший механизм курсовой политики, отменив интервал допустимых значений стоимости бивалютной корзины. За 2014 год валовой кредит Банка России кредитным организациям вырос на 3,48 трлн. руб. В связи со стремительным ростом курса рубля, ключевая ставка была экстренно повышена на 6,5 п.п. до 17%. Потребительская инфляция за годовой период составила 11,4%, на 4,9 п.п. превысив значение 2013 года. В условиях структурного дефицита ликвидности наблюдался рост спроса на операции рефинансирования со стороны кредитных организаций. Действия ЦБ позволили замедлить падение курса рубля в краткосрочной перспективе. [2]

По данным мониторинга за 2015 год, ВВП составил 96,3% по отношению к предыдущему году, что характеризует его снижение на 4,4%, в 2017 году снижение ВВП оценивается на 1,4% к соответствующему периоду прошлого года. Индекс потребительских цен увеличился на 10,3%, что свидетельствует об усилении темпов роста потребительской инфляции. В среднем за 2016 год инфляция составила 15,5% после 7,8% в 2014 году. В 2017 году реальный эффективный курс укрепился на 1%. Стремительные темпы роста рубля и повышение ключевой ставки привели к снижению уровня ВВП, увеличению роста инфляции, торможению реального сектора, значительному снижению индекса реального эффективного курса рубля и росту цен. В соответствии с волновой теорией Н.Д. Кондратьева, экономический рост и социально-экономический прогресс носит неравномерный характер и сопровождается колебаниями экономики. Структурные колебания развития экономики в России представлены на рисунке 1.

Проанализировав данные рисунка 1, необходимо отметить, что в настоящее время Россия находится в низшей точке экономического развития. Переходу к подъему экономики может способствовать её переориентация, которая будет заключаться в отходе от экспортно-сырьевой акцентированности экономики и развитии обрабатывающих отраслей, поскольку изменения геополитической обстановки и негативные внутренние факторы привели к колебаниям и падению цен на сырьевые ресурсы, что в свою очередь повлекло за собой падение курса рубля и стагнацию экономики. [1]

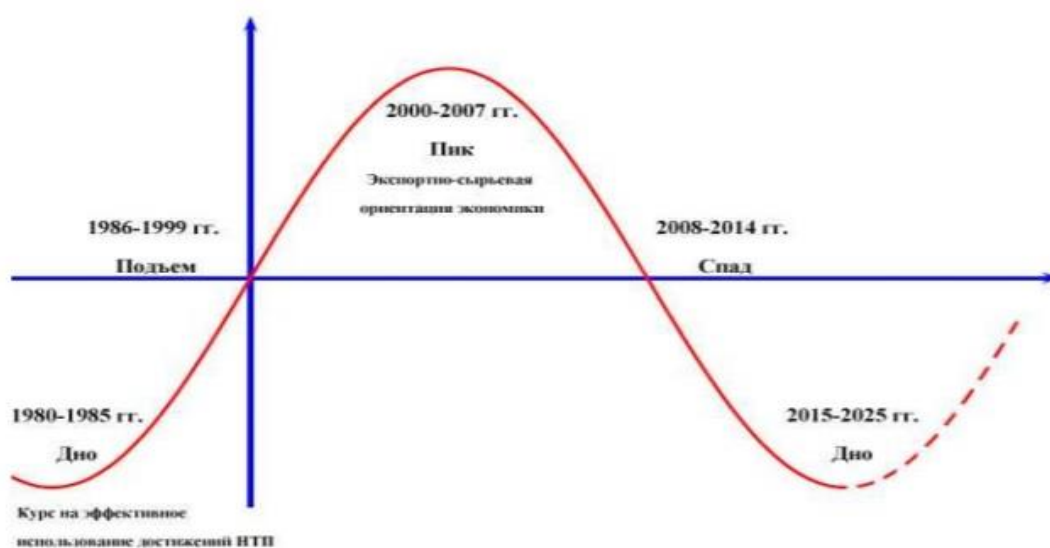


Рис 1. Цикличность экономического развития России в период 1985-2025 гг. согласно теории длинных волн в экономике Н. Д. Кондратьева

Резкое и значительное повышение ключевой ставки позволило стабилизировать курс валют, однако данная стратегия негативно сказывается на экономике в долгосрочном периоде. Поскольку в настоящее время ценообразование на продукцию обрабатывающей промышленности определяется на внутреннем рынке в зависимости от дохода или внутреннего спроса с учетом цен на импортные аналоги, данная отрасль нуждается в политике, направленной на укрепление курса национальной валюты, что приведет к повышению покупательной способности граждан и снизит инфляцию.

В связи с этим необходимо расширение использования инструментов денежно-кредитного регулирования со стороны Банка России и Правительства страны, которое будет заключаться в эмиссии и размещении государственных ценных бумаг, организации стабилизационного фонда, понижении ключевой ставки и снижении инфляционных ожиданий, что будет способствовать укреплению доверия населения за счет повышения платежеспособности, укреплению курса национальной валюты и развитию отраслей обрабатывающей промышленности.

Список литературы

1. Абрамов Д.В. Валютная политика России в условиях глобализации: проблемы и противоречия. Автореф. дис. канд. экон. наук: 08.00.14 / ВНИКИ. -М. 2017
2. Финансовые ресурсы коммерческих банков, Генделян К.Э., Ковалева Е.С., Бондарчук О.П. Экономика и социум. 2016. №4-1 (23).С.425-427
3. Спиридонов И. Мировая экономика. М., ИНФРА-М, 2016 г., С. 271

© О.П. Бондарчук, Г.М. Арустамян

УДК 336.719

ИНФОРМАЦИОННО-КОММУНИКАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ КОНТАКТ-ЦЕНТРА КАК ИНСТРУМЕНТА ПРОДВИЖЕНИЯ ПРОДУКЦИИ КОММЕРЧЕСКОГО БАНКА

ПРИЙМАК ВЕРА АНДРЕЕВНА

Студентка
ФГБОУ ВО «МГУ им. Н. П. Огарёва»

Аннотация: в данной статье рассматривается контакт-центр в качестве инструмента продвижения продукции банка. Выделены информационно-коммуникационные технологии, которые контакт-центр использует в своей деятельности. Обозначены тенденции развития контакт-центров в банковском секторе.

Ключевые слова: контакт-центр, аутсорсинг, банковские услуги, информационно-коммуникационные технологии.

INFORMATION AND COMMUNICATION TECHNOLOGIES OF THE CONTACT CENTER AS A TOOL FOR PROMOTION OF COMMERCIAL BANK PRODUCTS

Priymak Vera Andreevna

Abstract: This article considers the contact center as a tool for promotion of the Bank's products. The information and communication technologies that the contact center uses in its operations. Tendencies of development of contact centers in the banking sector are designated.

Key words: contact center, outsourcing, banking services, information and communication technologies.

Современные информационно-коммуникационные технологии представляют собой наиболее востребованный инструмент для организации эффективной работы и продвижения бизнеса, умелое владение которым способно обеспечить конкурентное преимущество. Компании ищут направления экономии ресурсов с одновременным расширением своей деятельности, разрабатывая и реализуя стратегические планы, связанные с освоением новых технологий, в первую очередь, в информационно-коммуникационной сфере.

Развитие банковской розницы в России положительным образом сказывается на рынке информационно-коммуникационных услуг. Расширение сервисов для физических лиц, рост филиальных банковских сетей оказывают влияние на повышение требований к ИКТ-инфраструктуре, и, следовательно, на увеличение расходов банков на ИТ-продукты и ИТ-услуги. Для успешного ведения банковского бизнеса невозможно обойтись без эффективных и удобных инструментов организации общения сотрудников с клиентами. За счет применения коммуникационных технологий можно сократить стоимость обслуживания клиентов, гибко управлять лояльностью, повысить мобильность и прозрачность внутренних бизнес-процессов.

Контакт-центр является одной из важнейших составляющих работы коммерческого банка по выстраиванию взаимоотношений с клиентами. Их программный и технологический потенциал, структура и принципы работы позволяют банкам выбирать наиболее эффективные способы связи как с реальными, так и с потенциальными клиентами, создавая высокую конкуренцию среди кредитных организаций, а также повышая качество обслуживания. Контакт-центры вступают в партнерские отношения с банками, и в дальнейшем получают базу клиентов для работы с ними. Упрощенные и автоматизированные способы обработки и хранения данных, при сотрудничестве банка с контакт-центром, позволяют экономить как время, так и средства. ИКТ таких центров позволяют банкам доносить до клиентов максимум необходимой информации и предложений при минимизации затрат времени и средств.

Метод построения взаимоотношений банка с его клиентами, предполагает обзвон клиентов из базы данных с целью информирования и предложения новых продуктов и услуг банка. Это осуществляется с помощью телефонной сети, базы данных CRM и оператора, который непосредственно общается с клиентом. С каждым годом данный метод становится все менее востребованным и ему на смену приходит второй способ с использованием Internet-технологий и IP-телефонии. Кроме аппаратного обеспечения, контакт-центры, как правило, должны иметь специализированное программное обеспечение, интегрированное под особенности банковской деятельности.

Преимущество метода, основанного на Internet-телефонии, заключается в том, что он имеет наибольшие функциональные возможности, заключающиеся в том, что программа сама выбирает нужного клиента из базы CRM, совершает ему звонок или SMS-рассылку и оператор сразу начинает информировать клиента о новом предложении. Клиентский обзвон подразделяется на несколько видов (рис. 1):

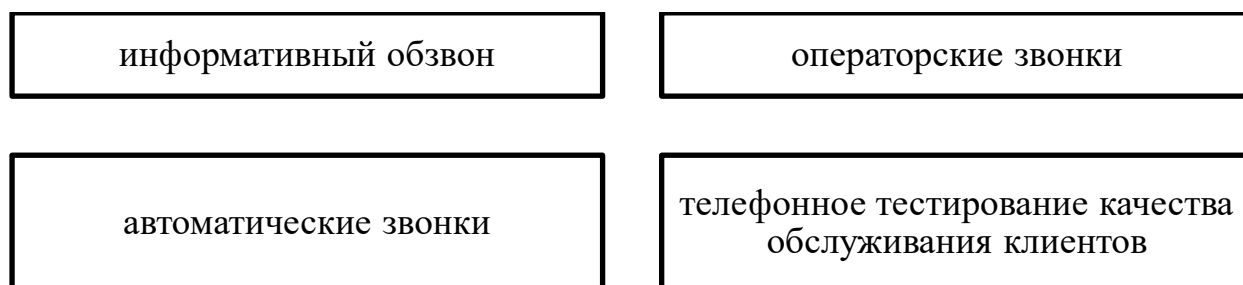


Рис. 1. Основные виды обзвона клиентов

Информативный обзвон проводится с целью донесения до действующих и возможных потребителей сведений о продукции или услугах компании и является промежуточным звеном между актуализацией клиентских баз и проведением маркетинговых проектов. Результатом данного вида коммуникаций является выявление заинтересованных в продукции или услуге клиентов и рост уровня узнаваемости компании или сервиса. Этот вид имеет невысокую стоимость и большую массовость.

Операторские телефонные звонки содержат как информацию о товаре или услуге, так и побуждение абонента к их приобретению. Целью данного вида обзвона являются продажи продукции или услуг, поиск потенциальных клиентов.

Автоматические звонки применяются для работы с задолженностью, донесения организационной информации и других сведений о компании и ее продукции. Преимуществом этого подхода является проведение звонков в любое определенное заказчиком время, позволяющее гарантировано донести информацию до клиента.

Звонки для проведения тестирования качества обслуживания клиентов, повышающие уровень лояльности потребителей, направлены на получение обратной связи и внесения на основе полученных сведений корректировок в реализуемые проекты.

Все перечисленные виды обзвонив проводятся с использованием заранее подготовленных сценариев, предусматривающих различные варианты общения, зависящие от ответов и реакции абонента на заданные ему вопросы или озвученные предложения.

Самым производительным методом обзвона является «предсказывающий» режим. Он позволяет быстро совершить обзвон большого количества номеров и обеспечить практически 100% загрузки операторов. Набор номеров происходит автоматически в фоновом режиме. Оператор еще разговаривает с клиентом, а сервис уже набирает несколько новых номеров, в расчете на то, что, когда разговор закончится, на оператора сразу будет распределен новый клиент, ответивший на вызов. Для обеспечения загрузки, используется специальный алгоритм набора, анализирующий ход кампании (количество успешных наборов, продолжительность разговора, время неготовности). Схема такого метода представлена на рис. 2.



Рис. 2. Схема метода обзвона «предсказывающий»

Еще одним методом обзвона клиентов выступает «автоматический» (IVR). Его суть состоит в том, что он осуществляется без участия оператора. Компания сама набирает номер и, при ответе клиента, проигрывает заранее записанное сообщение. На выбор представлена различная структура сообщений: начиная от простейшего текста и заканчивая разветвленным диалогом. Содержание сообщения может настраиваться: либо выбирается одно для всех клиентов, либо сообщение содержит персональную информацию (например, баланс, подтверждение заказа и т. п.).

Современные требования бизнеса стимулируют контакт-центры организовывать процесс коммуникаций, сочетающий в себе различные способы взаимодействия: IP-телефония, IVR, электронная почта, системы мгновенного обмена сообщениями и чаты, SMS, видеосвязь. Такой подход позволит охватить различные категории клиентов и связаться с ними наиболее удобным для них способом. По мнению аналитиков, что взаимодействие в режиме самообслуживания набирает все большую популярность. Чат приобретает важную роль и постепенно становится основным способом будущего взаимодействия с клиентами. Также стоит особое внимание уделять персонализированному подходу к клиенту. Так, согласно статистическим данным 2017 года, 86% клиентов приветствуют наличие персонализированных предложений, а 84% готовы платить больше за более высокое качество обслуживания [1].

Контакт-центры позволяют добиться высоких результатов в плане развития банковского бизнеса, выступая на современном этапе его неотъемлемой частью. Если коммерческий банк имеет эффективную обратную связь с потребителем, позволяющую последнему обратиться за консультацией в любое время и из любого места, — это несомненное преимущество. В качестве тенденций развития контакт-центров в банковском секторе можно выделить следующие:

- 1) Расширение способов взаимодействия (ориентация на цифровые каналы – социальные сети, мессенджеры, чаты);
- 2) Омниканальность обслуживания (повысит качество процесса клиентского обслуживания, позволит удовлетворить ожидания клиентов и расширить лояльную клиентскую базу банка);

3) Применение технологии Big Data (больших объемов неструктурированных данных, собранных из различных источников) позволит измерить клиентский опыт и путь клиента при общении с банком.

4) Внедрение единой биометрической системы идентификации клиентов в банках. Данное решение позволит клиентам получать банковские услуги дистанционно и повысит степень защищенности их личных данных.

Список литературы

1. Call – центр [электронный ресурс]//URL: http://www.tadviser.ru/index.php/Статья:Call-центр_назначение%2C_типы_и_задачи
2. Вдовин В. М. *Информационные технологии в финансово-банковской сфере* : учебное пособие / Л. Е. Суркова, В. М. Вдовин . – М. : ИТК «Дашков и К^о», 2014 . – 302 с.
3. ГОСТ Р 52653-2006 «Информационно-коммуникационные технологии в образовании. Термины и определения»: утвержден и введен в действие Приказом Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии от 27 декабря 2006 г. N 419-ст.

УДК 336, 330, 336.74

БИТКОИНЫ: НОВЫЕ ДЕНЬГИ ИЛИ НЕТ, РАССМОТРЕНИЕ С ТОЧКИ ЗРЕНИЯ ВЫПОЛНЯЕМЫХ ИМИ ФУНКЦИЙ

ООРЖАК СЕВИЛБАА ДЕМЧИКОВНА

Студент

НИ Томский государственный университет

Аннотация: В работе рассмотрено такое явление экономики XXI века, как криптовалюта (электронные деньги) в частности валюта Bitcoin. Анализируется возможность замены реальных денег на Bitcoin путем сравнения функций, которые они выполняют.

Ключевые слова: криптовалюта, биткоин, Bitcoin, функции денег, электронные деньги.

BITCOIN: NEW MONEY OR NOT, CONSIDERATION FROM THE POINT OF VISION OF THE FUNCTIONS PERFORMED BY THEM?

Oorzhak Sevilbaa Demchikovna

Abstract: The article considers such a phenomenon of the economy of the 21st century as the crypto currency (electronic money), in particular the Bitcoin currency. The possibility of replacing real money with Bitcoin by comparing the function that they perform is analyzed.

Key words: cryptocurrency, Bitcoin, money, functions of money, electronic money.

Все мы пользуемся деньгами для удовлетворения своих потребностей. Развитие процесса обмена привело к тому, что за все это время появилось много разных видов денег. Большую популярность с развитием технологий получили электронные деньги. В частности сейчас у всех на слуху такое понятие как «криптовалюта».

Появление термина «криптовалюта» взбудоражило общество, однако дать пока точного определения такому нововведению никому не удалось. Разные страны дают свои определения этому понятию. В Великобритании – это долговые расписки, в Германии – частные деньги, во Франции – спекулятивный ресурс, а в России – «финансовая пирамида» [1].

Популярность криптовалют растет с каждым годом. Еще в 2014 году было известно лишь 500 видов этих валют, в 2015 – 600, но уже в 2016 их количество перевалило за 736. По данным CoinMarketCap – Forbes на 2017 год существовало более 1100 видов цифровых денег. На январь 2018 года насчитывалось уже более 1384 видов криптовалют, а на март 2018 года 1564 (рис.1) [2],[3].

На рис. 1 видно что количество видов криптовалют неуклонно растет из года в год. Наибольший скачок произошел на промежутке 2015-2016 годах.

Это доказывает, что рынок криптовалют стремительно растет и набирает обороты. Новые криптовалюты появляются почти каждый день (рис.2).

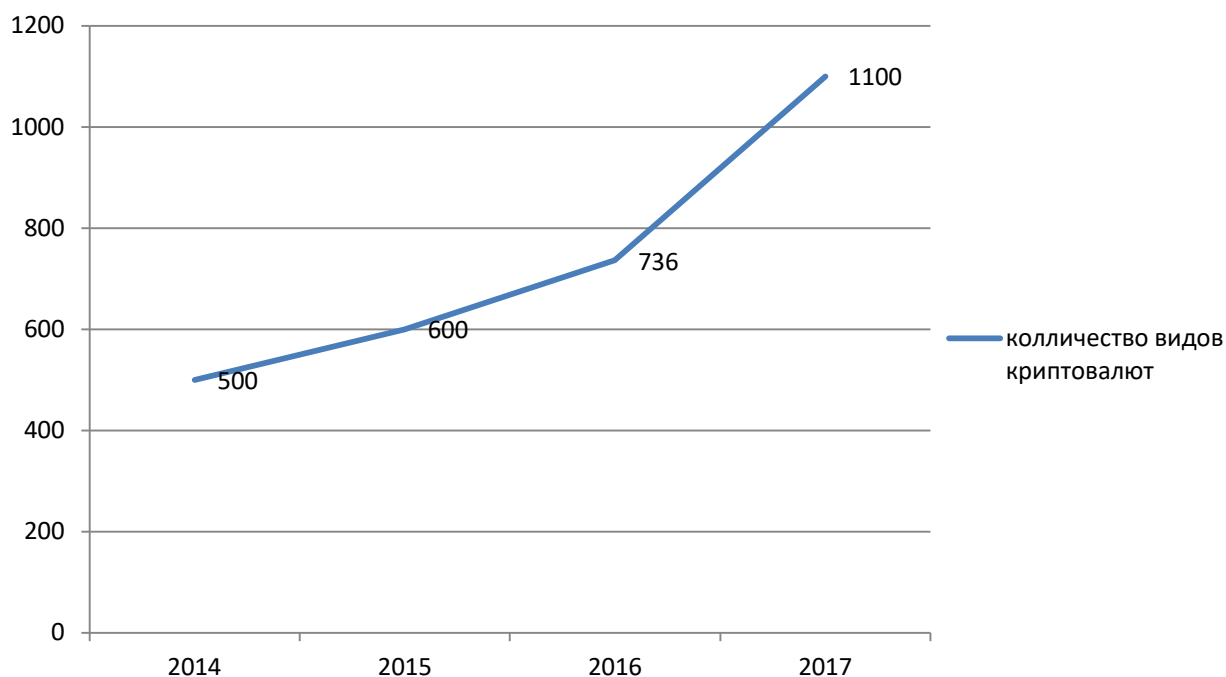


Рис. 1. Динамика рост количества видов криптовалют

Название	Символ	Добавлено	Капитализация Рынка	Цена	Предложение	Объем (24 часа)	% 24 часа
Fluz Fluz	FLUZ	3 дней назад	₽?	₽2,88	? *	₽1 132 506	-25,82%
Guaranteed Ethurance T...	GETX	4 дней назад	₽?	₽1,94	? *	₽5 555 616	-24,06%
Loom Network	LOOM	4 дней назад	₽?	₽3,90	? *	₽31 653 299	-22,55%
Havven	HAV	4 дней назад	₽1 087 237 715	₽18,14	59 922 489 *	₽26 279 954	-28,46%
Storiqa	STQ	4 дней назад	₽821 667 694	₽0,173009	4 749 268 656 *	₽16 329 983	-17,36%
Centrality	CENNZ	5 дней назад	₽?	₽14,04	? *	₽5 129 198	-31,02%

Рис.2. Недавно добавленные криптовалюты.

Наибольшее распространение среди криптовалют получил биткоин. Его рыночная капитализация составляет \$125 265 606 342, когда общая рыночная капитуляция всех валют равняется \$275 521 911 522. Биткоины доминируют и охватывают более 45% рынка цифровых валют [3].

Но можно ли назвать биткоины достойной заменой денег? Деньги ли это? Различают несколько точек зрения на этот счет: некоторые заявляют, что биткоин можно считать деньгами, так как на них можно купить товар, владея определенным количеством монет, пусть пока для этого требуется обмен на другие более известные валюты; но другие не признают биткоины в качестве денег. Деньги деньгами делают именно функции, которые они могут выполнять, поэтому рассмотрим биткоин через призму функций денег (табл.1).

Обобщив выше сказанное, можно утверждать, что на данном этапе криптовалюта соответствует функциям денег, следовательно, может ими быть. Получается криптовалюты – это новый вид денег, который был сформирован эволюционным путем.

Таблица 1

Анализ криптовалют через призму функций денег

Функции денег	
Функция меры стоимости	В биткоинах измеряют цены на товары или услуги. Например, в сети Интернет можно найти объявление о продаже виллы в Греции за 1,2 млн. долларов или за 5 000 биткоинов на выбор [2]. Вывод: функция меры стоимости денег выполняется.
Функция накопления	Накопление и сбережение биткоинов возможно. Часто данную функцию используют для спекуляций и наращивания денежных средств. Вывод: функция денег как средство накопления выполняется.
Функция обращения	В качестве средства обращения биткоины не выступают, так как для этого необходимо их реальное присутствие, а товар должен непосредственно, в это же время обмениваться на деньги, что крайне затруднительно для криптовалют. Но в настоящее время эта функция утратила свое значение, к тому же ее часто объединяют с функцией платежа. Вывод: функция денег как средство обращения не выполняется.
Функция средства платежа	Биткоины используются как средство платежа, так как предоставляют оплату товаров и услуг, не используя наличных денег, товар и оплата за него идут независимо, то есть движение денег происходит независимо от движения товара. Вывод, функция денег как средство платежа проявляется.
Функция мировых денег	С самого начала Биткоин претендовал на роль не национальной валюты, а именно мировая, благодаря которой можно совершать сделки с другими государствами. Функция мировых денег предполагает перемещение денег из одной страны в другую, но не во всех странах криптовалюты разрешены. Однако их отличительные черты позволяют им распространяться по всему миру. Транзакции невозможно проконтролировать, получается можно совершать переводы куда угодно. К тому же все это осуществляется анонимно. Вывод, функция денег в качестве мировых также находит выражение в криптовалютах.

В целом электронные деньги обладают положительными чертами, способными изменить существующую хозяйственную систему, им уготовано большое будущее. Но вначале им предстоит преодолеть немало преград в виде неопределенного юридического статуса, огромного ущерба от мошенничества, психологических барьеров у населения и многое другое. Перспективы развития электронной наличности очевидны. Платежные системы расширяются, в связи с чем увеличивается количество пользователей виртуальными деньгами. Развитие технологий также способствует тому, что электронные деньги приобретают популярность.

Список литературы

1. DW [Электронный ресурс] – URL: <http://www.dw.com> (дата обращения 1.04.18)
2. Wikipedia [Электронный ресурс] -URL: <https://en.wikipedia.org/wiki/Cryptocurrency> (дата обращения 1.04.18)
3. CoinMarket [Электронный ресурс] – URL: <https://coinmarketcap.com> (дата обращения 1.04.18)

УДК 338

ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ МАЛОГО И СРЕДНЕГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В АРКТИЧЕСКОЙ ЗОНЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ЧЕВЫКАЛОВ СЕРГЕЙ ВЛАДИМИРОВИЧ,

Студент,
Северный (Арктический) федеральный университет имени М.В. Ломоносова,
Россия, г. Северодвинск

Аннотация: одним из стратегических направлений развития экономики является развитие малого бизнеса. Благодаря ему происходит формирование благоприятной экономической среды, увеличивается конкуренция среди товаропроизводителей, появляются новые рабочие места, происходит развитие рыночных отношений в целом. Есть достаточно много проблем и факторов, которые могут отрицательно влиять на развитие МСП.

Ключевые слова: малые и средние предприятия, Арктика, оборот предприятий, ВВП, проблемы МСП, факторы, оказывающие влияние на развитие МСП, ФТС.

PROBLEMS OF DEVELOPMENT OF THE SMALL AND AVERAGE ENTREPRENEURSHIP IN THE ARCTIC ZONE OF THE RUSSIAN FEDERATION

Chevykalov Sergey Vladimirovich

Annotation: one of the strategic directions of economic development is the development of small business. Thanks to it, a favorable economic environment is formed, competition among commodity producers increases, new jobs are created, and market relations develop on the whole. There are quite a lot of problems and factors that can adversely affect the development of SMEs.

Key words: small and medium-sized enterprises, the Arctic, the turnover of enterprises, GDP, problems and factors affecting the development of small and medium-sized businesses.

Вопросу развития малого и среднего бизнеса уделено значительное внимание, вклад данного сектора экономики в ВВП не превышает 21%, и его необходимо улучшить созданием благоприятной деловой среды.

По данным ФНС России по состоянию на сентябрь 2017 г., в Российской Федерации действует 5,7 млн субъектов МСП, в том числе 2,7 млн юридических лиц и почти 3 млн индивидуальных предпринимателей (ИП). В сфере МСП действует 5 409 226 микропредприятий, 266 148 малых предприятий, 20 235 средних предприятий. На рис. 2 представлены основные показатели развития малого и среднего предпринимательства. Малые и средние предприятия создают рабочие места для 19 млн. граждан. Фактически каждый четвертый работник занят в сфере МСП. Поэтому данная тема очень актуальна и проблемы развития МСП могут коснуться почти каждой семьи России.

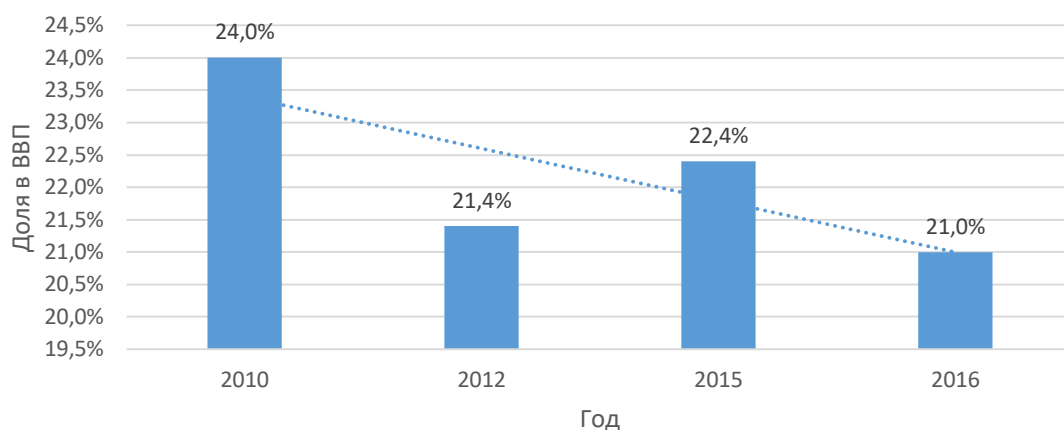


Рис. 1. Доля малого и среднего бизнеса в составе ВВП РФ.



Рис. 2. Основные показатели развития малого и среднего предпринимательства на сентябрь 2017 г.

В 2016-2017 гг. зафиксированы положительные тенденции развития МСП. Объем оборота малых и средних предприятий вырос в 2016 году по сравнению с 2014 годом на 37% и с учетом инфляции рост составил 15,5%. При этом более 80% общего оборота сферы малых и средних предприятий составляет оборот микро и малых предприятий, а доля оборота средних предприятий в общем обороте составляет менее 20%. Вклад сектора МСП в ВВП с 2011 года увеличился на 0,5 п.п и составляет 19,9%.

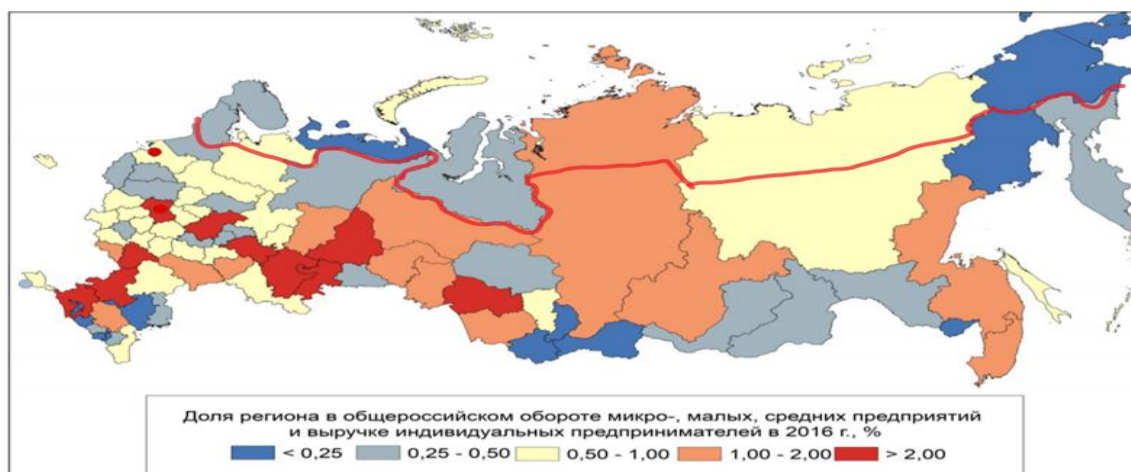


Рис. 3. Региональное распределение оборота малых и средних предприятий и выручки ИП в 2016 г.

В арктических регионах России МСП приносит в общий оборот меньше чем центральные и южные регионы. Красным цветом выделены регионы, доля которых более 2% в общем обороте, оранжевым от 1% до 2%, желтым 0,5% до 1%, серым от 0,25% до 0,5%, а синим то, что ниже 0,25% (рис. 3).

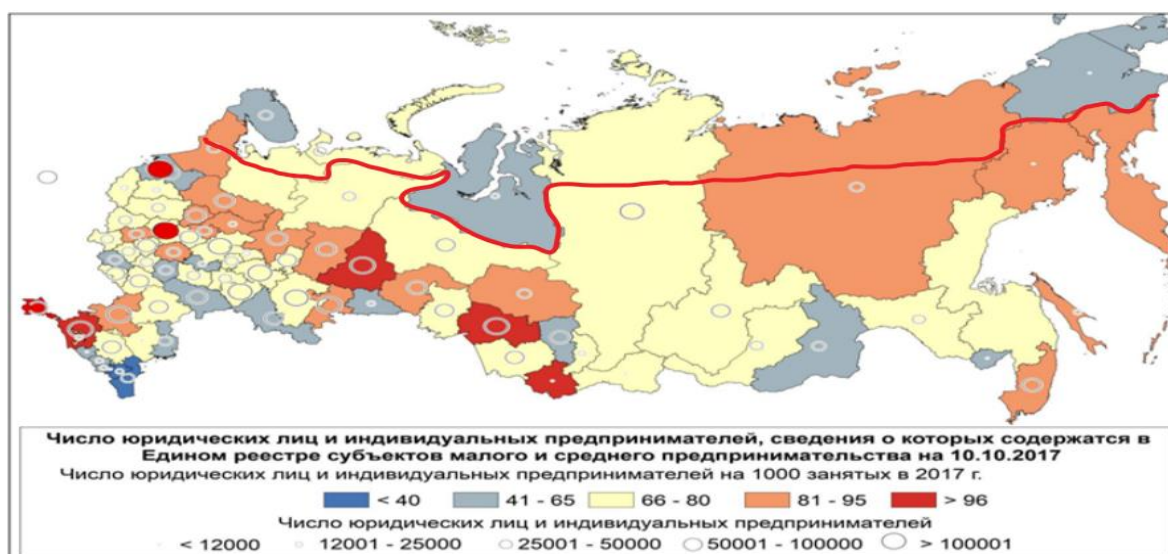


Рис. 4. Распределение субъектов малого и среднего предпринимательства по регионам России, 2017 г.

Количество МСП в арктических регионах на 1000 занятых находится на низком уровне, регионы с хорошо развитым МСП выделены красным и оранжевым цветом, в Арктике таких представлено всего два – это Республика Карелия и Республика Саха-Якутия. Красный цвет – это более 96 предприятий МСП на 1000 жителей, оранжевый от 81 до 95 предприятия, желтый от 66 до 80, серый от 41 до 65. Из выше представленных данных можно сделать вывод, что в Арктике МСП развиты плохо (рис. 4).

Таблица 1

Среднесписочная численность работников на предприятиях малого и среднего бизнеса (человек)

	2012	2013	2014	2015	2016
	январь-декабрь	январь-декабрь	январь-декабрь	январь-декабрь	январь-декабрь
Российская Федерация	12 475 182	12 405 412	12 375 446	12 414 165	11 732 461
Архангельская область	76 837	77 584	76 781	90 516	73 180
Мурманская область	55 906	57 062	53 475	55 235	52 132
Ямало-Ненецкий автономный округ	32 038	31 706	29 417	30 800	32 902
Красноярский край	249 481	244 417	258 498	232 515	231 620
Чукотский автономный округ	1 586	1 686	2 369	3 079	2 276

Из выше представленных данных можно сделать вывод, что в Арктике МСП развиты плохо, основной вид деятельности у них – это торговля, как и в стране в целом. Численность работников МСП с 2015 по 2016 гг. резко сократилась в Архангельской области, остальные регионы арктической зоны остались на уровне прошлых лет (табл. 1).

Рассмотрим основные проблемы, которые сдерживают развитие малого и среднего бизнеса по оценке Российского Банка поддержки МСП, которой провел опрос среди предпринимателей (рис. 5).

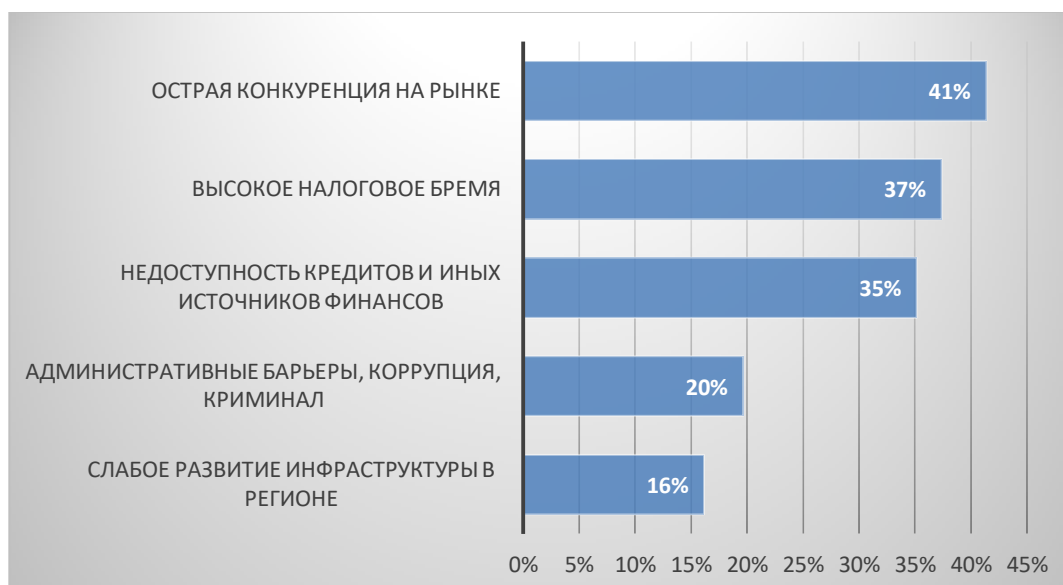


Рис. 5. Проблемы, сдерживающие развитие бизнеса

В политической сфере основным препятствием для ведения бизнеса является бюрократическая волокита, коррупция, отсутствие интереса со стороны местного самоуправления. В рейтинге 174 стран по уровню коррупции за 2015 год Россия занимала 136-ю строчку.

Из-за экономического положения в стране существуют проблемы, связанные с кредитованием малого и среднего бизнеса, банки отказываются сотрудничать с малыми предприятиями из-за риска невозврата, взыскание долгов по заемным средствам у малого бизнеса не представляется возможным. Вследствие действующих ограничений со стороны Центрального банка и увеличения ключевой ставки по кредитам, кредитные организации ограничены в своих возможностях. Ограниченное финансирование затрудняет получение средств на капитальные и текущие расходы, трудно получить долгосрочные кредиты и с отсрочкой на развитие. Подорожание импортного оборудования (из-за резкого падения курса рубля) необходимого для модернизации устаревшего основного фонда, увеличивает расходы предприятий, растут цены на энергоносители, бензин, постоянные изменения страховых пенсионных взносов, ослабление национальной валюты, снижение спроса на российское топливо, рост курса валют по отношению к рублю, цена на нефть остается низкой – все эти факторы сдерживают развитие бизнеса.

Технологические факторы являются необходимой составляющей развития бизнеса. Важным фактором конкурентоспособности организаций представляют инновации, которые вносят существенный вклад во внутренний валовой продукт страны. С неопределенностью экономической ситуации, проблемой нестабильности в законодательстве предприниматели вынуждены сворачивать инвестиционные планы. Поэтому финансовые средства в развитие бизнеса поступают в недостаточном количестве.

Очевидно, что основной причиной ухудшения предпринимательского климата являются проблемы в экономике страны. Эта причина стала одним из факторов, повлиявших на общее изменение условий для ведения предпринимательской деятельности, поэтому на рынке товаров и услуг, особенно в сфере ритейла, остаются в выигрыше наиболее сильные игроки. Например, федеральные торговые сети, которые на общих условиях душат малое и среднее предпринимательство в регионе.

Проблемы МСП всегда оставались неизменными на протяжении нескольких лет – это высокие налоги, невозможность получения кредита на льготных условиях, коррумпированность государственных структур, падающий потребительский спрос, недостаточно высокая квалификация сотрудников.

Определенное влияние на ключевые проблемы оказывает сфера деятельности, в которой занят субъект МСП. Так для сельского хозяйства важной проблемой является вопрос источников финансирования, для представителей сектора услуг, торговли и строительства – острая конкуренция. Самые проблемные и важные для любой категории предприятий вопросы, связанные с налоговой

нагрузкой, государственным контролем и надзором.

Тема поддержки малого и среднего бизнеса за последние три года стала значимой и насыщенной по количеству комплексов предлагаемых мер, направленных на поддержку этого сектора экономики. В числе существующих мер – повышение эффективности государственной поддержки МСП, расширение доступа к закупкам государственных компаний и компаний с государственным участием, к кредитному ресурсу, решение проблем, связанных с правовым и налоговым регулированием.

Список литературы

1. Единая межведомственная информационно – статистическая система (ЕМИСС). ЕМИСС создана и введена в эксплуатацию в соответствии с Постановлением Правительства РФ от 26 мая 2010 г. № 367 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.fedstat.ru/>
2. ФНС России, Росстат; Москва 2017. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://smb.gov.ru/files/images/Doklad_Minekonomrazvitiya_za_2016-2017_gg..pdf (дата обращения: 21.03.2018)
3. Бутова Э.Ю. Проблемы развития малого бизнеса в России «Экономика и социум» №12(31) 2016 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.iupr.ru/> (дата обращения: 21.03.2018)
4. Федотовских А.В. Образование и кадровый потенциал Арктической зоны РФ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://proarctic.ru/13/12/2016/resources/24522> (дата обращения: 21.03.2018)
5. Статистика бизнеса [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://vawilon.ru/statistika-biznesa/> (дата обращения: 21.03.2018)

УДК 35

ОРГАНИЗАЦИЯ КОМПЛЕКСА МАРКЕТИНГА В ОРГАНИЗАЦИИ

ЛЕОНТЬЕВА ЛИЛИЯ АЛЕКСЕЕВНА,

Студент,
Северный (Арктический) федеральный университет имени М.В. Ломоносова,
Россия, г. Северодвинск

Аннотация: в статье ставится задача рассмотреть организацию комплекса маркетинга в организации. Особое внимание обращается модели комплекса маркетинга 4P, которая включает элементы: продукт, цена, место продажи и продвижение. В статье проведен анализ этих элементов конкретно по отношению к организации.

Ключевые слова: маркетинговая политика, комплекс маркетинга, товарная политика, ценовая политика, сбытовая политика, политика продвижения товара.

ORGANIZATION OF COMPLEX MARKETING ORGANIZATIONS

Leontyeva Lilia Alekseevna,

Abstract: the article aims to consider the organization of marketing complex in the organization. Particular attention is paid to the model of marketing complex 4P, which includes elements: product, price, place of sale and promotion. The article analyzes these elements specifically in relation to the organization.

Key words: marketing policy, marketing-mix, product policy, pricing policy, sales policy, the policy of promotion.

Маркетинговая политика организации включает в себя товарную, ценовую, сбытовую политику и политику продвижения товара. Все эти элементы объединены в понятие «маркетинг-микс». Филипп Котлер определяет его следующим образом: «Комплекс маркетинга – набор поддающихся контролю переменных факторов маркетинга, совокупность которых фирма использует в стремлении вызвать ответную желаемую реакцию со стороны целевого рынка» [1, с.63]. Цель комплекса маркетинга состоит в том, чтобы сформировать набор переменных, которые позволят удовлетворить потребности потенциальных клиентов и максимизировать эффективность организации.

В самом начале комплекс маркетинга состоял из 4 элементов (4P): продукт, цена, место продажи, продвижение товара.

Такой набор переменных или иначе «маркетинг-микс» называется моделью 4P. Элемент «Продукт» содержит то, что необходимо целевой аудитории или рынку. Элемент «Цена» включает в себя стоимость товара на рынке и уровень рентабельности продаж. Элемент «Место продажи» помогает выстроить каналы распределения товара, то есть способы доставки товара до потребителя. Элемент «Продвижение» включает в себя способы получения потребителем информации о товаре.

Разберем каждый элемент комплекса маркетинга 4P более детально.

1) Продукт

Товарная политика – совокупность мероприятий, направленных на постановку и достижение целей организации. Она включает в себя политику ассортимента товара и предполагает использование товарных стратегий. Две основные задачи товарной политики: создание нового товара и сопро-

вождение товара, то есть контроль качества, сервисное обслуживание товара и др.

Основными целями товарной политики являются: получение прибыли; максимизация товарооборота; расширение доли рынка; минимизация расходов на производство и маркетинг; улучшение имиджа организации; уменьшение рисков [2].

2) Цена

Ценовая политика – это совокупность приемов, с помощью которых организация определяет стоимость своих товаров или услуг. Она включает в себя определение начальной цены, вопросы оптовых и розничных цен, способы изменения цен.

Внешние факторы процесса ценообразования включают в себя:

- потребители, которые являются главным фактором в современном маркетинге;
- рыночная среда, которая предполагает конкуренцию на рынке. Здесь главное выяснить является ли компания лидером или аутсайдером.
- участники каналов товародвижения. На цену непосредственно оказывают влияния поставщики и посредники. Но наибольшую угрозу для производителя несет повышение цен на энергоносители, поэтому эта отрасль контролируется государством. Государство оказывает влияние на цену с помощью косвенных налогов на предпринимательство, установлением антимонопольных запретов.

Установление правильной цены на товар или услугу способствует повышению эффективности деятельности организации [2].

3) Место продажи

Сбытовая политика – это совокупность сбытовых стратегий маркетинга, включающих в себя комплекс мероприятий по формированию ассортимента выпускаемой продукции, ценообразованию, стимулированию сбыта, товародвижению и транспортировке. В сбытовой политике маркетологи затрагивают вопросы выбора наиболее оптимального канала сбыта, что при эффективном использовании, несомненно, увеличит прибыль компании.

Место продажи обеспечивает доступность продукта для целевого рынка, то есть важное значение имеет правильное местоположение товара. Каналами дистрибуции для физического лица могут быть: супермаркеты, продуктовые магазины у дома, рынки, специализированные магазины; оптовые продавцы или розничные торговцы; электронная коммерция; прямые продажи или сетевой маркетинг; продажи по каталогу и т.д.).

Важным пунктом сбытовой политики компании является выбор оптимального канала сбыта. Канал сбыта товара – это путь, по которому товары движутся от производителей к потребителям. Каналом сбыта может быть организация, или человек, занимающийся продвижением товара на рынке [2]. Элементы сбытовой политике представлены в табл. 1.

Таблица 1

Элементы сбытовой политики [4].

Элемент сбытовой политики	Содержательная сущность
Организация транспортировки продукции	Физическое перемещение от производителя к потребителю
Доработка продукции	Подбор, сортировка, фасовка, сборка готового изделия и прочее, что повышает степень доступности и готовности продукции к потреблению
Хранение продукции	Организация создания и поддержание необходимых её запасов
Контакты с потребителями	Действия по оформлению заказов, организации платежно-расчётных операций, юридическому оформлению передачи прав собственности на товар, информированию потребителя о товаре и фирме, а также сбору информации о рынке

4) Продвижение

Политика продвижения – совокупность мероприятий, направленных на продвижения товара или услуги фирмы.

Способы продвижения товара: реклама, связи с общественностью, стимулирование сбыта [4].

Реклама один из самых популярных способов продвижения товара. Она считается наиболее эффективным методом коммуникации с большой аудиторией, находящейся в разных регионах. Она способствует: повышению информированности потребителя о компании или ее продукции; стимулированию товарооборота; формированию у потребителя чувства необходимости в продукции компании; создание образа надежного партнера в глазах других компаний [3].

Связи с общественностью включают в себя различные направления. Одним из этих направлений является специальное событие. Специальное мероприятие – это тщательно продуманная акция, проводимая в рамках общей программы по продвижению. К специальному событию относятся конференции, выставки, дни открытых дверей, фестивали, конкурсы, концерты [5].

Стимулирование сбыта – мероприятия, с помощью которых компания привлекает внимание потребителей, продавцов, посредников к своей продукции и стимулирует к ее покупке.

К методам и средствам стимулирования сбыта относят: продажа в кредит, бесплатные пробники товара, лотереи, выдачи купонов для покупки товаров со скидкой [6].

Список литературы

1. Котлер, Ф. Основы маркетинга. Краткий курс: Пер. с англ. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2008. – С. 656

2. Ценовая политика предприятия. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://studfiles.net/preview/5267670/page:13/>

3. Продвижение товара на рынке. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://studfiles.net/preview/1910539/>

4. Сбытовая политика. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://studfiles.net/preview/1815853/>

5. Связи с общественностью. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://studbooks.net/1565751/marketing/svyazi_obschestvennostyu_instrument_prodvizheniya

6. Стимулирование сбыта как способ продвижения товара на рынке. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://studbooks.net/778758/marketing/stimulirovanie_sbyta_sposob_prodvizheniya_tovarov_rynke

УДК 336

БЮДЖЕТИРОВАНИЕ НА КОММЕРЧЕСКОМ ПРЕДПРИЯТИИ

СЕВЕК РУСЛАНА МОНГУШЕВНА,

к. э. н., доцент

КРИВОРУЧКО ВАЛЕРИЯ АНАТОЛЬЕВНА,

САРЫГЛАР АЙ-СУУ РАДИКОВНА

Студенты

ФГБОУ ВО «Тувинский государственный университет»

Аннотация: в статье рассмотрены теоретические основы бюджетирования на коммерческом предприятии. Представлена концептуальная схема бюджетирования, описана методика составления каждого вида бюджета. Подчеркнута высокая практическая значимость программного продукта Excel при формировании гибких бюджетов организаций.

Ключевые слова: бюджетирование, бюджет доходов, бюджет расходов, бюджет движения денежных средств, прогнозный баланс

BUDGET IN THE BUSINESS ENTERPRISE

Sevek Ruslana Mongusheva,
Krivoruchko Valeria Anatolievna,
Saryglar Ai-syy Radikova

Abstract: In the article, theoretical bases of budgeting on a commercial enterprise are considered. The conceptual scheme of budgeting is presented; the method of drawing up each type of budget is described. The high practical importance of the Excel software product for forming flexible budgets of organizations was underscored.

Key words: budgeting, revenue budget, expenditure budget, cash flow budget, forecast balance sheet

В условиях экономического кризиса многие коммерческие предприятия испытывают недостаток средств для текущей деятельности. Эффективным способом финансового планирования, позволяющим выявить проблемные места, является бюджетирование.

Бюджетирование - это управленческая технология, включающая в себя процессы финансового планирования, учета и контроля денежных средств и финансовых результатов компании. Это инструмент, используемый для оптимизации бизнеса, подразумевающий сопоставление фактических и ожидаемых показателей деятельности компании. Данный процесс существенен для организации любого размера и является важным инструментом управления, поскольку позволяет адекватно оценить результаты деятельности компании [1, с. 52].

Инструментом процесса бюджетирования являются бюджеты, которые формируются на основе принятой финансовой политики. Существует много разновидностей бюджетов, применяемых в зависимости от структуры и размера предприятия и особенностей ее деятельности, распределения полномочий и т.д.

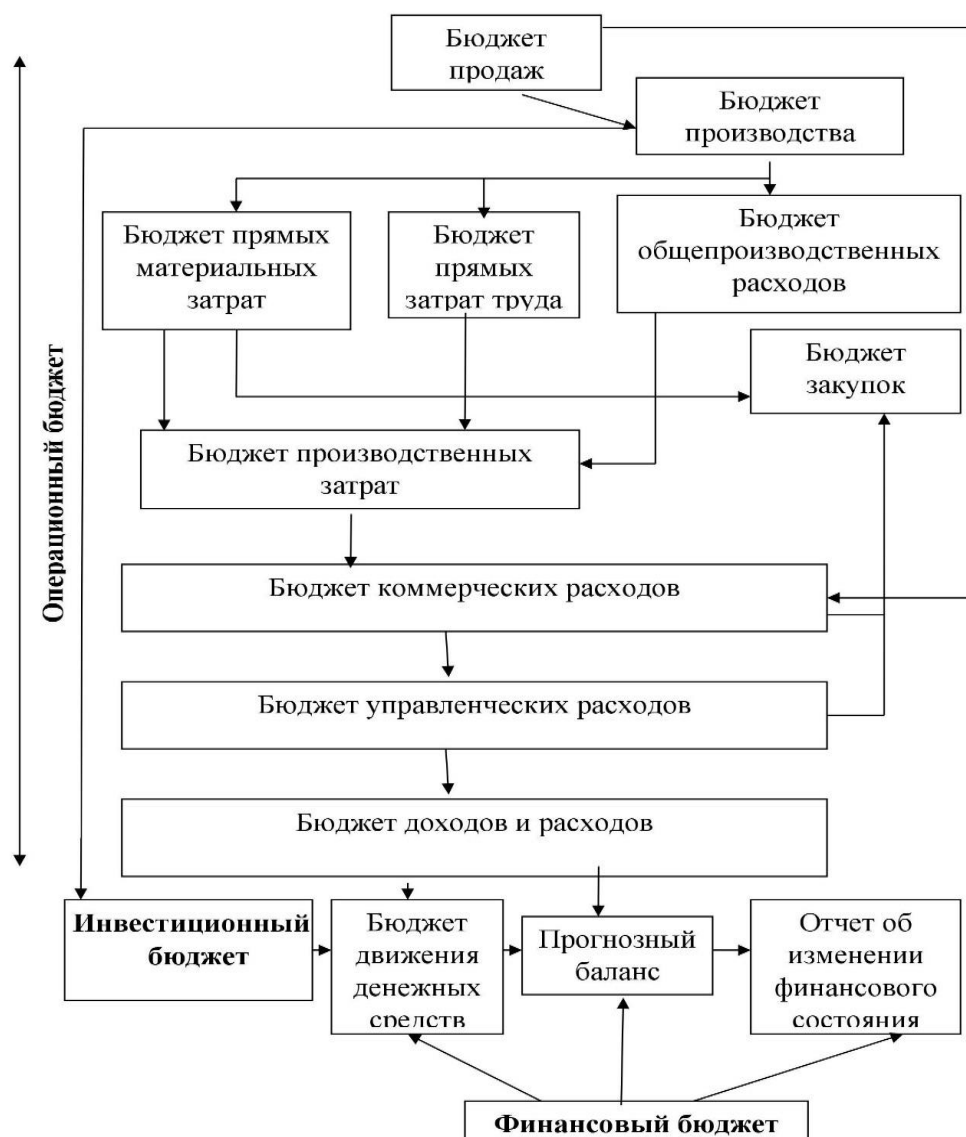


Рис. 1. Концептуальная схема бюджетирования [4, с. 71]

В зависимости от временного интервала, охватываемого финансовой политикой, различают стратегические, тактические и операционные (оперативные) бюджеты.

Концептуальная схема бюджетирования на коммерческом предприятии представлена на рисунке 1.

На первом этапе бюджетирования составляется бюджет продаж в натуральном и стоимостном измерении. План по продажам, как правило, составляется отделом маркетинга. Изменение цен по прогнозу учитывает ожидаемый уровень инфляции на рынках, на которых работает предприятие.

На втором этапе бюджетирования составляется бюджет производства в натуральном выражении. Выпуск продукции в каждом периоде определяется из следующего балансового уравнения:

$$ВП = O_k + PП^{(1)} - O_n,$$

где ВП – выпуск продукции, руб.

O_k – остаток продукции на конец периода, руб.

РП – объем реализованной продукции, руб.;

O_n – остатки продукции на начало периода, руб. [2, с. 36].

Остаток готовой продукции на начало продукции определяется по данным бухгалтерского уче-

та, объем реализованной продукции – из бюджета продаж, остаток готовой продукции на конец периода – нормируется с учетом объемов планового уровня продаж.

Бюджет производства является основой для разработки бюджета прямых материальных затрат, бюджета прямых затрат труда, бюджета общепроизводственных расходов.

Бюджет прямых материальных затрат планируется с учетом ассортимента выпускаемой продукции и удельных потребностей материалов по видам. Для формирования данного бюджета на предприятиях должна быть разработана нормативная база. На основании бюджета прямых материальных затрат формируется бюджет закупок. Объем закупок определяется с учетом остатков материалов на начало и конец периода, а также текущей их потребности.

Бюджет прямых затрат составляется с учетом трудоемкости программы выпуска и расценок по оплате труда. На некоторых предприятиях совместно с указанным бюджетом формируется бюджет страховых взносов по оплате труда производственных рабочих. Такой подход позволяет эффективно распределять затраты по видам выпускаемой продукции.

Бюджет общепроизводственных расходов включает все затраты, связанные с обеспечением нормального производственного процесса. Например, это амортизация машин и оборудования, зданий производственных цехов, расходы по обслуживанию станков, оплата труда линейных мастеров и прочие аналогичные расходы. Бюджет составляется с учетом формирования затрат за предыдущие периоды [3, с. 68].

Бюджет производственных расходов включает прямые материальные затраты, прямые затраты на оплату труда, общепроизводственные расходы.

Бюджет коммерческих расходов формируется с учетом объемов продаж продукции на плановый период. Он включает расходы на маркетинговые исследования, рекламу, оплату труда менеджеров по продаже, транспортные расходы, если их оплачивает производитель, и прочие аналогичные расходы.

Бюджет управленческих (общехозяйственных) расходов определяется с учетом затрат на функционирование административно-управленческого персонала [6, с. 36].

Общепроизводственные расходы распределяются пропорционально выпуску продукции. Драйвером распределения затрат, как правило, являются прямые затраты труда.

Коммерческие расходы распределяются пропорционально реализованной продукции. Управленческие расходы распределяются как на произведенную продукцию, так и на реализованную. На каждом предприятии распределение управленческих расходов осуществляется индивидуально.

С учетом объема продаж, а также себестоимости единицы реализованной продукции составляется бюджет доходов и расходов. Конечным финансовым результатом является чистая прибыль.

Инвестиционный бюджет формируется с учетом потребности обновления основных средств и выполнения производственной программы.

На следующем этапе составляется финансовый бюджет, который состоит из бюджета движения денежных средств, прогнозного баланса и отчета об изменении финансового состояния. Бюджет движения денежных средств составляется по направлениям: текущая деятельность, инвестиционная и финансовая деятельность.

Потоки от текущей деятельности формируются с учетом политики управления дебиторской и кредиторской задолженности. Например, оплата за реализованную продукцию может поступить не сразу, а в течение нескольких последующих периодов. Аналогично предприятие может рассчитываться за поставленные материалы не сразу. Все это находит своё отражение в бюджете движения денежных средств [6, с. 44].

Как правило, дефицит денежных средств по текущим и инвестиционным операциям компенсируется движением по финансовым потокам. Предприятие может подписать с банком договор по кредитной линии, что позволяет ему не испытывать острый дефицит денежных средств.

Прогнозный баланс определяется с учетом изменения статей активов и пассивов. Стоит отметить важную контрольную функцию прогнозного баланса. Если бюджеты составлены верно, то актив будет равен пассиву.

В современных условиях при бюджетировании используются возможности программного продукта Excel. Так при помощи этого инструмента можно формировать динамические бюджеты, которые будут учитывать изменение множества факторов. Пересчет итогов всех видов бюджетов происходит мгновенно.

Итак, бюджетирование – это эффективный инструмент, планирования, контроля и повышения эффективности работы коммерческого предприятия. Использование программного продукта Excel позволяет упрощать работу по бюджетному планированию.

Список литературы

1. Аньшин В.М., Царьков И.Н., Яковлева А.Ю. Бюджетирование в компании: Современные технологии постановки и развития: Учебное пособие. – М.: Дело, 2015. 203 с.
2. Арутюнов Ю.А. Финансовый менеджмент: Учебное пособие. - М.: КНОРУС, 2014. - 312 с.
3. Берзон Н.И. Финансовый менеджмент: Учебник. - М.: Академия, 2015. - 336 с.
4. Виткалова А.П., Миллер Д.П.: Бюджетирование и контроль затрат в организации: Учебно-практическое пособие. – М, 2015. 436 с.
5. Гасанов Г. И. Бюджетирование как инструмент финансового планирования на предприятии // Молодой ученый. — 2016. — №11. — С. 1828-1833
6. Карпов А.Е. Бюджетирование, как инструмент управления. М.: Результат и качество, - М. Финансы и статистика, 2016. – 326 с.

УДК 330

ПОКАЗАТЕЛИ ДЕЛОВОЙ АКТИВНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ И МОДЕЛИ ЕЕ ОЦЕНКИ

КРАСНОВА ЕЛЕНА АЛЕКСЕЕВНА,
ТЕРЯЕВА ЛЮДМИЛА ВЛАДИМИРОВНА,

студенты
Пензенского Филиала Финансового Университета
при Правительстве Российской Федерации

Аннотация: в статье рассмотрены различные подходы к определению термина деловой активности, наборы показателей, определяющих деловую активность, их взаимосвязь. Анализ деловой активности является необходимым для любого предприятия. В связи с этим важно правильно определить модель оценки деловой активности, подходящую для анализируемой организации.

Ключевые слова: деловая активность, качественные и количественные показатели деловой активности, показатели оборачиваемости, производственные показатели деловой активности, финансовые показатели деловой активности.

INDICATORS OF BUSINESS ACTIVITY OF THE ENTERPRISE AND MODELS OF ITS ASSESSMENT

Krasnova Elena Alekseevna,
Teryaeva Lyudmila Vladimirovna

Abstract: in the article various approaches to definition of the term of business activity, sets of the indicators defining business activity, their interrelation are considered. Analysis of business activity is necessary for any enterprise. In this regard, it is important to correctly determine the business activity assessment model suitable for the analyzed organization.

Key words: business activity, qualitative and quantitative indicators of business activity, turnover indicators, production indicators of business activity, financial indicators of business activity.

Термин «деловая активность» начал использоваться в отечественной литературе в связи с внедрением широко известных в различных странах мира методик анализа финансовой отчетности на основе системы аналитических коэффициентов. В российской практике на сегодняшний момент характерна противоречивая оценка деловой активности. Большинство экономических энциклопедических словарей, составленных различными коллективами авторов, либо вообще не дают определения деловой активности, либо недостаточно четко определяют это понятие.

В контексте анализа финансово-хозяйственной деятельности этот термин понимается в более узком смысле – как текущая производственная и коммерческая деятельность предприятия; в этом случае сочетание слов «деловая активность» представляет собой перевод англоязычного термина «businessactivity», характеризующего соответствующую группу коэффициентов из системы показателей [1, с. 268]. В данном подходе к определению деловой активности четко определены направления характеристики итогов деятельности организации, что соответствует ее сущности на макроуровне. Но недостаточно охарактеризована деловая активность на уровне экономики государства в целом, не прослеживается связь с целевой установкой предпринимательства по эффективному использованию

капитала на уровне предприятия.

Большинство определений деловой активности на уровне предприятия сводится либо к односторонней характеристике показателей, либо направлений использования капитала, хотя и затрагиваются существенные элементы деловой активности. Например, некоторые авторы выделяют циклы деловой активности и выражают их в показателях валового национального продукта и объема промышленного производства. Они говорят, что «индексы ВВП и промышленного производства возрастают и убывают в соответствии с развитием цикла деловой активности и других, более длительных, циклов экономического развития». Но сведение определения деловой активности к валовым показателям роста без оценки качества этого роста, проявляющегося в доходах и прибыли, не дает возможности полноценно охарактеризовать деловую активность на всех уровнях экономики.

Часто встречается мнение, что деловая активность в финансовом аспекте проявляется, прежде всего, в скорости оборота средств. Анализ деловой активности заключается в исследовании уровней и динамики разнообразных финансовых коэффициентов – показателей оборачиваемости. Скорость движения капитала, конечно, является важнейшим критерием деловой активности, однако в данном определении ничего не говорится о финансовом результате, завершающем это движение.

И, наоборот, в определениях других авторов отражается лишь результат от управления и использования капитала, что выглядит слишком обобщенно. Например, по словам Л.С. Прыкина оценка деловой активности предприятия сводится, в конечном счете, к определению эффективности управления капиталом, находящимся в распоряжении предприятия [2, с.35]. Характеризуется деловая активность интенсивностью использования инвестированного (внутреннего) капитала компании.

Интенсификация использования капитала проявляется в ускорении его оборачиваемости, что дает основание многим экономистам упоминать в определении сущности деловой активности только оборачиваемость. Так, А.Д. Шеремет и Р.С. Сайфулин говорят о том, что коэффициенты деловой активности отражаются в оборачиваемости различных ресурсов – собственного капитала, мобильных средств, дебиторской и кредиторской задолженности, внеоборотных активов [3, с.214].

Проанализировав мнения различных авторов, мы отметили идентичные подходы к тому, что деловая активность зависит от эффективного использования финансовых, трудовых, материальных ресурсов предприятия и при этом включает в себя, наряду с показателями эффективности использования капитала, показатели эффективности использования трудовых ресурсов, показатели, характеризующие финансовые результаты деятельности организации, а также прибыль на один рубль капитала, что многие экономисты оставляют без внимания [4, с.151].

Таким образом, набор показателей, характеризующих деловую активность предприятия, значительно шире набора показателей эффективности использования оборотных средств, представленных коэффициентами оборачиваемости мобильных активов (табл. 1).

Анализируя данную группу показателей, необходимо подчеркнуть, что в 2017 году немного повысилась скорость оборота оборотных активов, следовательно, уменьшилась длительность операционного цикла и повысилась эффективность их использования. Это произошло из-за снижения объема реализации продукции по сравнению с прошлым годом на 9,63% при сохранении уровня запасов практически на том же уровне. Значение показателя общей оборачиваемости в 2015-2017 гг. больше единицы, что говорит о том, полный цикл производства и обращения совершается менее чем за 1 год. Динамика этого показателя показывает, что в целом оборачиваемость сильно замедлилась по сравнению с 2015 годом.

Показатель оборачиваемости материально-производственных запасов в 2015-2017 гг. стабильно возрастал, но значение этого показателя продолжало оставаться низким в течение 2015-2017 гг. (менее 5 оборотов в год). Чем выше показатель оборачиваемости запасов, тем меньше средств вовлечено в эту наименее ликвидную статью оборотных средств, тем более ликвидную структуру имеют оборотные средства и тем устойчивее финансовое положение предприятия (при прочих равных условиях). Особенно актуально повышение оборачиваемости и снижение запасов при наличии значительной задолженности в пассивах компании. В этом случае давление кредиторов почувствуется прежде, чем можно будет что-либо предпринять с этими запасами, особенно при неблагоприятной конъюнктуре.

Таблица 1

Показатели оборачиваемости ООО «ЭнергоСервисПенза»

Показатель	2015	2016	2017	Абсолютное отклонение
Коэффициент оборачиваемости оборотных активов	2,174	1,614	2,053	-0,12
Продолжительность одного оборота оборотных активов, дни	168	226	178	10
Коэффициент оборачиваемости дебиторской задолженности	4,667	2,419	3,467	-1,200
Продолжительность одного оборота (погашения) дебиторской задолженности, дни	78	151	105	27
Коэффициент оборачиваемости кредиторской задолженности	3,623	3,301	3,537	-0,086
Продолжительность одного оборота (погашения) кредиторской задолженности, дни	112	110	103	-9
Коэффициент оборачиваемости МПЗ	3,738	4,511	4,728	-0,990
Продолжительность одного оборота МПЗ, дни	98	81	77	21
Длительность операционного цикла, дни	176	232	182	6
Длительность финансового цикла, дни	64	122	79	15

Но анализа оборотных средств недостаточно для полноценного анализа деловой активности организации, поскольку эффективность использования ресурсов зависит от всей производственной деятельности предприятия. Существуют различные классификации показателей оценки деловой активности. Мы предлагаем разделить показатели деловой активности на производственные и финансовые, а их, в свою очередь – на количественные и качественные, и показать их во взаимосвязи. Оборачиваемость оборотных средств характеризует качество управления активом и капиталом предприятия, но является лишь частью производственно-коммерческого цикла организации, поэтому исследовать ее нужно в соответствии с производственными показателями деятельности предприятия (рис.1,2):

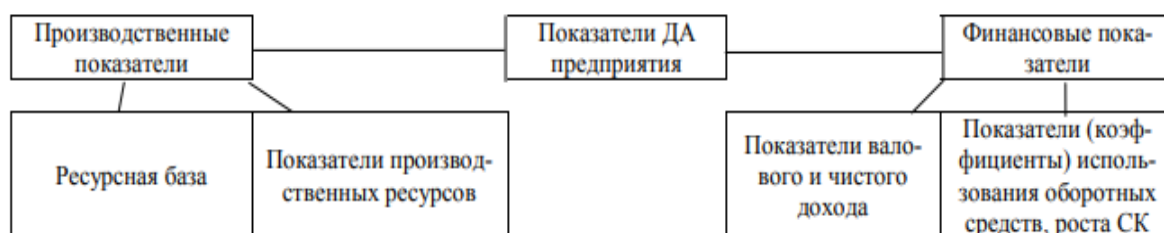


Рисунок 1. Базовая модель показателей деловой активности предприятия

Анализ представленных на рисунке 2 показателей позволит оценить интенсивность и эффективность использования производственных ресурсов, зависящих от уровня деловой активности по производству и реализации продукции с меньшими затратами:

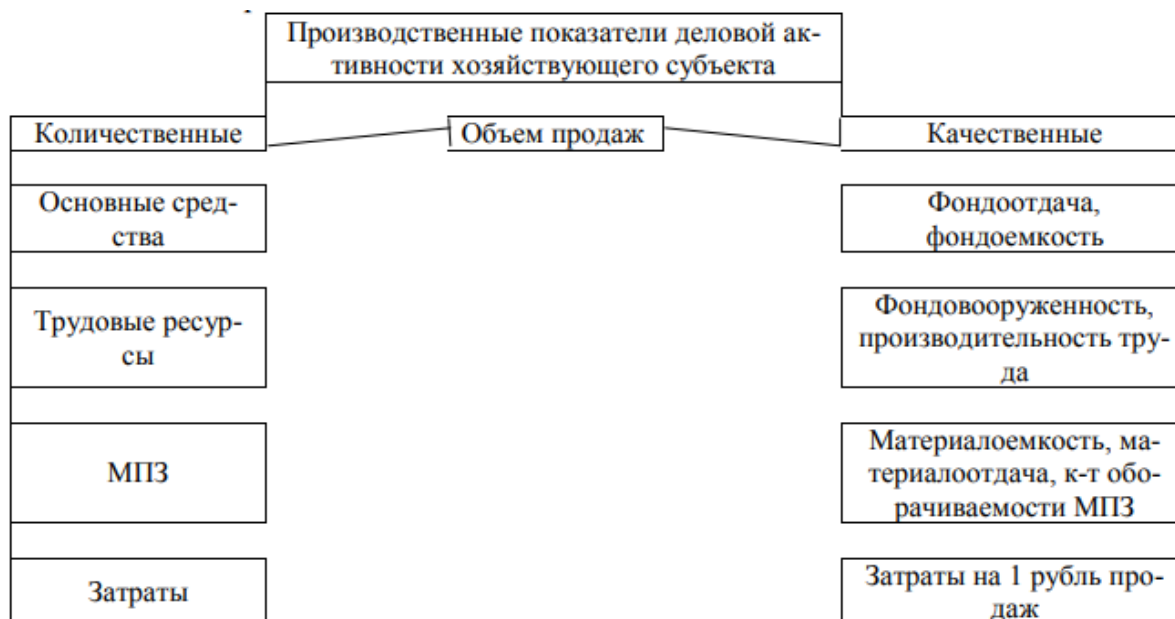


Рисунок 2. Модель взаимосвязи качественных и количественных показателей

Таким образом, деловую активность предприятия нельзя охарактеризовать одними лишь показателями оборачиваемости, как предлагает большинство российских авторов. В рассмотренных нами моделях оценки деловой активности хорошо прослеживается взаимосвязь широкого круга показателей, коэффициентов, как финансовых, так и производственных, позволяющих наиболее полно проанализировать деловую активность предприятия.

Список литературы

1. Финансово-экономический анализ хозяйственной деятельности коммерческих организаций (анализ деловой активности) : учеб. пособие / И.Т. Абдукаримов, М.В. Беспалов. — М. : ИНФРА-М, 2017. — 320 с.;
2. Экономический анализ предприятия: Учебник для бакалавров/Прыкина Л. В. - М.: Дашков и К, 2016. - 256 с.
3. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия : учебник / А.Д. Шеремет. — 2-е изд., доп. — М. : ИНФРА-М, 2018. — 374 с;
4. Стимулирование деловой и инвестиционной активности в системе налоговых отношений: монография / Мамедова Н.А., 2-е изд., стереотипное - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 182 с.

УДК 657

КОРРЕКТИРОВКИ ПРИБЫЛИ ПРИ ПОСТРОЕНИИ ОТЧЕТА О ДВИЖЕНИИ ДЕНЕЖНЫХ СРЕДСТВ КОСВЕННЫМ МЕТОДОМ

ДОЛГАСHEVA ЛЮДМИЛА ПЕТРОВНА

Магистрант

ФГБОУ ВО «Самарский государственный экономический университет»

Аннотация: в статье говорится о формировании отчета о движении денежных средств косвенным методом в соответствии с международными стандартами финансовой отчетности, на примере ПАО «Магнит» и его дочерних компаний рассмотрены корректировки прибыли при построении консолидированного отчета о движении денежных средств.

Ключевые слова: отчет о движении денежных средств, косвенный метод, корректировки, операционная деятельность

ADJUSTMENT OF PROFITS WHEN CREATING A REPORT OF CASH FLOWS INDIRECT METHOD

Dolgasheva Lyudmila Petrovna

Abstract: the article deals with the formation of the statement of cash flows by indirect method in accordance with international financial reporting standards, on the example of PJSC "Magnit" and its subsidiaries considered profit adjustments in the construction of the consolidated statement of cash flows.

Key words: statement of cash flows, indirect method, the adjustments, the operating activities

Международный стандарт финансовой отчетности IAS 7 «Отчет о движении денежных средств» позволяет компаниям формировать отчет о движении денежных средств прямым или косвенным методами, которые различаются в части представления информации о денежных потоках по операционной деятельности. Прямой метод раскрывает информацию об основных притоках и оттоках денежных средств и их эквивалентов за период, а косвенный - показывает причины, по которым прибыль отличается от величины чистых денежных средств от операционной деятельности.

Хотя в стандарте подчеркивается, что предпочтительнее прямой метод, большая часть российских предприятий представляет отчет косвенным методом. Это связано с тем, что отчетность по МСФО готовится путем внесения корректировок в российский учет. В таких условиях прямой метод является более трудоемким, косвенный же удобнее использовать, так как отчет строится на основании сформированных отчета о финансовом положении, отчета о совокупном доходе и примечаний.

Для построения отчета о движении денежных средств за отчетный период косвенным методом необходимо:

- подготовить сравнительный бухгалтерский баланс по МСФО на начало и конец отчетного периода с расчетом изменения линейных статей за отчетный период;

- собрать информацию для составления отчета о движении денежных средств;
- на основе этой информации составить рабочую таблицу по отчету о движении денежных средств.

В основе указанной рабочей таблицы должно лежать балансовое уравнение: $ОиСК = ДС + СА$, где $ОиСК$ — сумма изменений по статьям обязательств и собственного капитала, $ДС$ — чистое изменение денежных средств, $СА$ — сумма изменений по статьям активов (за исключением изменений по статье «Денежные средства»).

Данные из сравнительного баланса по МСФО переносятся в рабочую таблицу. Величина изменения активов, указанного баланса переносится с противоположным знаком (увеличение активов приводит к оттоку денежных средств, а уменьшение — к притоку), величина изменения обязательств — без изменения знака (увеличение обязательств приводит к притоку денежных средств, а уменьшение — к оттоку) [2, с. 384].

На примере консолидированной финансовой отчетности ПАО «Магнит» и его дочерних организаций (далее – Группа) рассмотрим корректировки прибыли при построении отчета о движении денежных средств косвенным методом.

Компании Группы ведут бухгалтерский учет в российских рублях и составляют финансовую отчетность в соответствии с законодательными актами, регулирующими бухгалтерский учет и отчетность в Российской Федерации. В российскую финансовую отчетность вносятся корректировки с целью представления консолидированной финансовой отчетности в соответствии с требованиями МСФО.

Таблица 1

Выдержка из отчета о движении денежных средств Группы "Магнит"

Прибыль до налогов	68 779 962
Корректировки на:	
Амортизацию ОС	25 219 767
Амортизацию НМА	605 866
Убыток от выбытия основных средств	663 260
Убыток от выбытия прав аренды земли	20 261
(Восстановление)/создание резерва по сомнительной дебиторской задолженности	(9 548)
(Прибыль)/убыток по курсовым разницам	(1 139 024)
Финансовые расходы	13 293 675
Инвестиционные доходы	(106 254)
Операционная прибыль до изменения оборотного капитала	107 327 965
Уменьшение торговой и прочей дебиторской задолженности	159 094
(Увеличение)/уменьшение авансов выданных	87 455
Увеличение/(уменьшение) авансов полученных	100 000
Увеличение налогов к возмещению	(351 136)
Увеличение расходов будущих периодов	(137 856)
Увеличение запасов	(18 444 120)
Увеличение торговой кредиторской задолженности	(4 448 900)
Увеличение/(уменьшение) начисленных расходов	973 979
Увеличение/(уменьшение) налогов к уплате	2 884 291
Денежные средства от операционной деятельности	88 150 772
Уплаченные проценты	(13 694 427)
Уплаченный налог на прибыль	(12 566 520)
Полученные проценты	100 531
Чистые денежные средства от операционной деятельности	61 990 356

В таблице 1 представлена выдержка из консолидированного отчета о движении денежных средств Группы «Магнит». Рассмотрим, какая информация из других форм финансовой отчетности понадобилась для формирования чистых денежных средств от операционной деятельности.

Из отчета о совокупном доходе по сроке «Прибыль до налогообложения» возьмем значение прибыли до налогов - 68 779 962, величину убытка по курсовым разницам - (1 139 024), финансовые расходы - (13 293 675) и инвестиционные доходы - 106 254.

Из примечаний к финансовой отчетности по расшифровке основных средств (Таблица 2) может быть определена величина начисленной за год амортизации - 25 219 767.

Согласно учетной политике амортизационные расходы по нематериальным активам относятся в состав общехозяйственных и административных расходов, поэтому величину начисленной за год амортизации можно получить из соответствующего примечания (Таблица 3) - (605 866).

Величина восстановленной части резерва по сомнительной дебиторской задолженности - (9 548) также находится из расшифровки общехозяйственных и административных расходов.

Убытки от выбытия основных средств и прав аренды земли равны (663 260) и (20 261) соответственно, проценты полученные и уплаченные равны 100 531, 13 694 427 соответственно. Эти значения взяты из учетных данных.

Таблица 2

Выдержка из примечаний к финансовой отчетности Группы «Магнит»

	Земля	Здания	Машины и оборудование	Прочие активы	Незавершенное строительство	Итого
Накопленная амортизация и обесценение На 1 января 2016 г.	-	(23 836 432)	(39 651 901)	(14 245 807)	-	(77 734 140)
Начислено за год	-	(9 238 475)	(12 509 966)	(3 471 326)	-	(25 219 767)
Выбытия	-	1 268 614	1 364 883	702 828	-	3 336 325

Таблица 3

Выдержка из примечаний к финансовой отчетности Группы «Магнит»

	2016 г.
Амортизация нематериальных активов	605 866
Резерв по сомнительной задолженности	(9 548)

Величину уплаченного налога на прибыль возьмем из учетных данных (12 566 520), так как она может отличаться от значения, указанного в отчете о совокупном доходе по строке «Расход по налогу на прибыль».

Все остальные данные находятся как изменение оборотного капитала из отчета о финансовом положении (Таблица 4), за исключением дебиторской задолженности, ее изменение корректируется на величину восстановленной суммы резерва по сомнительной задолженности: $-149\,546 - 9\,548 = -159\,094$.

Таблица 4

Изменение статей отчета о финансовом положении Группы "Магнит" за 2016 год

Статьи	На конец периода	На начало периода	Изменение
Запасы	134 915 708	116 471 588	18 444 120
Торговая и прочая дебиторская задолженность	844 122	993 668	-149 546
Авансы выданные	5 208 273	5 295 728	-87 455
Налоги к возмещению	447 809	96 673	351 136
Расходы будущих периодов	458 766	320 910	137 856
Торговая и прочая кредиторская задолженность	83 923 316	87 272 216	-3 309 388
Начисленные расходы	10 648 286	9 674 307	973 979
Налоги к уплате	8 810 963	5 926 672	2 884 291

В зависимости от вида деятельности организации неденежные операции могут меняться.

Как видно из примера, прибыль корректируется на величины изменения оборотного капитала, задействованного в операционной деятельности. Поэтому нам понадобились не все изменения статей отчета о финансовом положении.

Список литературы

1. МСФО (IAS) 7 «Отчет о движении денежных средств» (введен в действие на территории Российской Федерации Приказом Минфина России от 28.12.2015 № 217н (в ред. от 11.06.2016)).
2. Чая, В. Т. Международные стандарты финансовой отчетности: учебник и практикум / В. Т. Чая, Г. В. Чая. - 4-е изд., перераб. и доп. - М.: Издательство Юрайт, 2017. — 384 с.

© Л.П. Долгашева, 2018

УДК 330.13

4С КАК АЛЬТЕРНАТИВА ТРАДИЦИОННОМУ КОМПЛЕКСУ МАРКЕТИНГА

КИРИЕНКО КРИСТИНА ОЛЕГОВНА

Магистрант 1 курса

ВОЛОВСКАЯ НИНА МИХАЙЛОВНА

д.социол.н., профессор

ФГБОУ ВО «Новосибирский государственный университет экономики и управления «НИНХ»

Аннотация: В данной статье рассмотрена сущность модели комплекса маркетинга 4С и проведен сравнительный анализ классической модели 4Р и модели 4С для современного рынка, исследована возможность их сосуществования.

Ключевые слова: маркетинг микс, комплекс маркетинга, модель комплекса маркетинга.

4C AS AN ALTERNATIVE TO THE TRADITIONAL MARKETING COMPLEX

**Kirienko Kristina Olegovna,
Volovskaya Nina Mikheilovna**

Abstract: In this article, the essence of the 4C marketing model is considered and a comparative analysis of the classical 4P model and 4C model for the modern market is carried out, the possibility of their coexistence is investigated.

Key words: marketing mix, marketing complex, model of marketing complex.

Совершенствование маркетинговой деятельности на сегодняшний день является актуальной темой, так как это определяет успешность деятельности любой компании. Суть в том, что управление маркетингом позволяет организации шаг за шагом двигаться в направлении получения прибыли, соответствовать ожиданиям потребителя, быть конкурентоспособной. Неудивительно, что в современных экономических условиях, когда организации необходимо уметь быстро адаптироваться к действительности, а также уметь молниеносно и гибко реагировать на изменение внешней среды, вопрос выбора оптимальной модели маркетингового комплекса становится особенно актуальным.

Широкое распространение в маркетинговой деятельности получил маркетинговый микс, который представляет собой набор тактических маркетинговых инструментов, применяемых предприятием для реализации своей маркетинговой стратегии. Стратегия предоставляет нам информацию о том, как компания хочет создать потребительскую ценность продукта, выстроить долгосрочные отношения с клиентами и извлечь из этого выгоду. Маркетинговый микс состоит из набора переменных факторов, используемых для удовлетворения потребностей целевой аудитории и максимизации эффективности управления предприятием.

На протяжении десятилетий именно классическая модель маркетинга «4Р» признается основой для разработки маркетинговых стратегий, принятий решений. По мнению Ф. Котлера данная модель должна быть использована в качестве тактического плана и включать в себя следующие элементы: Продукт (Product); Цена (Price); Канал распространения (Place); Продвижение (Promotion) [1]. Однако эта модель не является универсальной подробной инструкцией к успешному ведению бизнеса.

Т. Левитт, чьи идеи были заложены в основу классической теории, считал, что внимание комплекса маркетинга не должно быть сосредоточено только на процессах, связанных с товаром, услугой, поскольку существует еще множество факторов, нуждающихся во внимании [4].

В сегодняшнем потребительском обществе, когда клиент хочет выбирать, покупать то, что подходит его предпочтениям и выражает его индивидуальность, место традиционного маркетинг микса должна занять более клиенто-адаптированная модель, так называемая альтернативная модель или модель 4С.

Альтернативная модель комплекса маркетинга «4С» создана для того, чтобы учесть потребности клиента при создании нужного ему товара, и в ней приоритет отдается предпочтениям потребителя, что актуально именно для современного потребительского общества. По мнению Роберта Ф. Лотерборна – создателя модели 4С, традиционная модель маркетинга 4Р больше ориентирована на законы бизнеса, а 4С – на потребителя с его предпочтениями и желаниями. К составляющим данной модели принято относить: Потребитель, его нужды и желания (Consumer); Стоимость, расходы для потребителя (Cost); Коммуникация (Communication); Удобство (Convenience) [2].

Модель комплекса маркетинга «4С» получила особую популярность среди предприятий сферы услуг. Это объясняется тем, что услуга нематериальна и не способна, в отличие от товара, продавать саму себя. Для того, чтобы клиент обратился за услугой именно к вам, нужно знать, как ее необходимо представить и качественно предоставить потребителю. Но без изучения и без понимания предпочтений своего клиента это невозможно.

Сравнительный анализ рассмотренных выше моделей показывает, что они являются двумя сторонами одной медали, но акценты маркетинговой деятельности компании расставляются по-разному: классическая модель ставит в приоритет интересы компании, развитие продукта, а в модели 4С акценты смещаются в сторону покупателя. Предложенная альтернатива в виде 4С означает не просто изменение элементов комплекса, а отражает изменение мышления, которое побуждает маркетологов и руководителей предприятий рассматривать весь процесс маркетинга и создания потребительской ценности продукта с точки зрения клиента. Однако, существует мнение среди специалистов-маркетологов, что обе модели выражают одно и то же, используя разные названия элементов.

Изучение истории развития маркетингового комплекса 4С показывает, что существуют две разновидности модели комплекса 4С, которые не стоит путать между собой. Одна разновидность комплекса 4С, являющаяся наиболее распространенной, была разработана Робертом Ф. Лотерборном в 1993 г. Согласно этой теории 4С представляет собой комбинацию из вышеописанных элементов. Идея исследователя впервые была напечатана на страницах журнала «Advertising Age», где Лотерборн заявил о нерелевантности концепции 4Р современным реалиям рынка и предложил ей альтернативу. По его мнению, теория должна начинаться с таких переменных как *нужды и желания потребителя*, чтобы избежать производства продуктов ненужных покупателю. Второй переменной является *стоимость*, однако среди остальных переменных она является менее значимой. *Удобство покупки* – один из самых актуальных факторов в современном мире, где совершаются покупки в формате 24/7. Взаимодействие, понимание и диалог между потребителем и продавцом затрагиваются в таком элементе как *коммуникация* [3]. Другая разновидность модели комплекса 4С, направленная на маркетинговые коммуникации, была предложена американскими исследователями Дэвидом Джоббером и Джоном Фахи в 2009 году. Данная концепция состояла из нижеследующих факторов: ясность, доверие, постоянство и конкурентоспособность [1]. Среди всех, вышеуказанных моделей, полагаю, что именно компоненты модели Роберта Ф. Лотерборна наиболее полно отражают интересы потребителя.

Остановимся на особенностях маркетинга микса 4С. Благодаря фокусировки внимания на желаниях клиента, маркетинговый микс 4С уходит от массового маркетинга, от тенденции восприятия потребителя как безликую массу, нежелания вникать в его потребности. Наоборот, модель 4С работает в нишевом маркетинге, нацелена на более узкий специфический сегмент рынка, ориентирован на использование точных инструментов таргетирования. Для нишевого маркетинга характерно постоянное проведение маркетинговых исследований для выявления еще неосознанных желаний клиента, применение индивидуального подхода.

Рассмотрим элементы маркетинга микса 4С. Для детального изучения маркетингового комплекса 4С имеет смысл делать это, проводя параллели между ним и классическим комплексом 4Р, то есть посмотреть на ситуацию глазами не только бизнеса, но и потребителя.

Первый элемент 4С - потребитель (продукт) фокусирует свое внимание не просто на том, что нужно произвести, а что нужно произвести именно для потребителя, обращает внимание на его предпочтения. Это означает, что для маркетолога становится одной из самых важных задач изучение нужд и потребностей покупателя. Только при таком условии можно создать продукт, который точно будут покупать.

Как известно, в основе любой маркетинговой деятельности немаловажное место занимает продукт, однако это лишь часть пазла. Продукт обязательно должен быть желаемым и обладать уникальными свойствами, отличающими данный товар от ему подобных. Наиболее эффективный способ достигнуть успеха – найти свою нишу, неосвоенный рынок, и только после этого начинать разработку продукта, вместо того, чтобы подгонять готовый продукт под рынок. Таким образом, главное, чтобы продукт отвечал интересам как покупателя, так и производителя.

Второй элемент 4С - стоимость (цена). При правильном понимании переменная стоимости дает более подробную информацию о клиенте, чем это делает ценовая переменная. Существует общее заблуждение среди специалистов по маркетингу, что основной мотивацией для покупки продукта является цена. Хотя позиционирование на основе цены может обеспечить некоторый первоначальный успех, в долгосрочной перспективе это оказывается менее успешным шагом. Если у продукта будет цена, которая поднимет затраты на приобретение рынка, то компания окажется в невыгодном положении. Если продукт оценивается по цене, не понимая его ценности для клиента, он никогда не будет куплен.

Относительно третьего элемента - коммуникация (продвижение) Роберт Ф. Лотерборн считает, что продвижение является манипулятивным актом, исходящим со стороны продавца. Коммуникация, в свою очередь, рассматривается им как совместная деятельность и в большей степени ориентирована на потребителя продуктах [2].

Традиционный маркетинговый микс использует продвижение как инструмент для размещения информации о продукте для клиента. Несмотря на то, что методы продвижения совершенствуются, продолжают развиваться, являются эффективными, однако для ведения успешной маркетинговой деятельности нельзя не учитывать интересы потребителя. Коммуникация работает над созданием тесных отношений с клиентом, с акцентом на то, что ему нужно и каков его образ жизни. Только взгляд на рекламу как на форму общения, позволит лучше понять рынок, увеличить продажи и повысить лояльность клиента.

Последним элементом 4С является удобство (место). Развитие современных технологий, интернет-маркетинга, SMM способствует изменению привычного представления о месте покупки. Клиент не обязан фактически идти в физическое место, чтобы удовлетворить потребность, поскольку он может совершить покупку не выходя из дома, посредством социальных сетей, интернет-магазинов и т.п. Это означает, что важной составляющей современного маркетинга является удобство места совершения покупки для потребителя. Поэтому маркетолог обязан досконально знать свою группу клиентов, как и где удобно им совершать покупки. В то время как «место» из модели 4Р учитывало традиционную цепочку создания стоимости, связанную с получением продукта в руку клиента, элемент «удобства» учитывает гораздо больше.

Проведя параллели между двумя моделями маркетингового микса 4С и 4Р, можно прийти к выводу, что 4С выделяет желания потребителя в качестве приоритета, чем может, в какой-то степени, дополнить классическую модель комплекса маркетинга. Однако 4Р также на всех этапах учитывает мнение клиента, в процессе маркетинговых исследований выявляет его ожидания. К тому же, многими исследователями ставится под сомнение возможность управления потребителем как фактором внешней среды. Несмотря на все эти аргументы в пользу традиционного подхода, не стоит сбрасывать со счетов маркетинг 4С. Этот комплекс, учитывающий интересы потребителя, способен найти

верное решение его же проблем, где в качестве решения выступит продукт. Поэтому при оптимальном сочетании двух концепций можно на платформе 4С разработать элементы 4Р.

Список литературы

1. Котлер Ф. Основы маркетинга. – СПб.: АО «Коруна», 1994. – с. 656.
2. An alternate marketing mix // Cleverism [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.cleverism.com/understanding-4cs-marketing-mix/> (дата обращения: 23.03.2018).
3. Lauterborn, B. New marketing litany: Four P's passe; C-words take over // Advertising ag. – 1990. – С.61.
4. Theodore Levitt Marketing Myopia // Harvard Business Review, 1975. – с. 183.
5. Claessens M. THE MARKETING MIX / PROGRAMME – THE 4 PS OF MARKETING [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://marketing-insider.eu/marketing-mix/> (дата обращения: 23.03.2018).

© Кириенко К.О., Воловская Н.М., 2018

УДК 339.3

ФОРМИРОВАНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ ЛОЯЛЬНОСТИ К ТОВАРАМ МЕСТНЫХ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ

БАЛАШОВА ЕЛЕНА АЛЕКСАНДРОВНА

к.х.н., доцент

ФГБОУ ВО «Российский экономический университет им.Г.В. Плеханова», Ивановский филиал

Аннотация: В работе анализируется формирование потребительской лояльности к товарам местных производителей в целях продвижения продукции местного производства и развития потребительского рынка региона.

Ключевые слова: потребительский рынок, потребители, лояльность, местные производители.

THE FORMATION OF CONSUMER LOYALTY TO THE GOODS OF LOCAL MANUFACTURERS

Balashova Elena Aleksandrovna

Abstract: The paper analyzes the formation of consumer loyalty to the products of local producers in order to promote local production and the development of the consumer market in the region.

Keywords: consumer market, consumers, loyalty, local producer.

Как для России в целом, так и для отдельных регионов страны, вопрос эффективной торговли продукцией местных товаропроизводителей является актуальным, так как его решение позволит изменить структуру товарного рынка, освободиться от заграничной «зависимости» обеспечения продуктами питания, а также создаст условия для удовлетворения населения страны отечественной продукцией и воспитает лояльность к ней. Кроме того, развитие регионального сельскохозяйственного рынка обеспечивает снижение зависимости региональных потребителей от необоснованного повышения цен на продукты питания и способствует укреплению продовольственной безопасности региона [1].

Пищевая и перерабатывающая промышленность Ивановской области представлена, в основном, предприятиями по производству мясной и плодоовощной продукции, хлеб и хлебобулочных, а также кондитерских изделий, мяса, в том числе мясо птицы и рыба; молока и молочных продуктов; яиц и напитков (в т.ч. вода, алкоголь и безалкогольные). Причем наибольшее количество местных производителей специализируется на выпуске кондитерских и хлебобулочных изделий, реализации молока и молочных продуктов, напитков, в том числе вода, алкоголь и безалкогольные, а также мяса, в том числе птицы и рыбы. По организационно-правовой форме существующие предприятия представлены в виде обществ с ограниченной ответственностью, индивидуальных предпринимателей, сельскохозяйственных производственных кооперативов и крестьянских (фермерских) хозяйств.

Для анализа лояльности потребителей к продовольственным товарам местных производителей было проведено социологическое исследование среди жителей Ивановской области. Цель исследования - проведение анализа потребительских предпочтений по отдельным видам продовольственной продукции. Исследование проводилось в разрезе муниципальных образований Ивановской области.

Объем выборочной совокупности составил 1000 человек.

Были оценены частота покупки и основные причины, влияющие на выбор совершения покупки. Как показывают данные проведенного исследования, население региона довольно лояльно относится к продовольственной продукции, произведенной в регионе: 90% опрошенных покупают продукты местных производителей (рис.1).

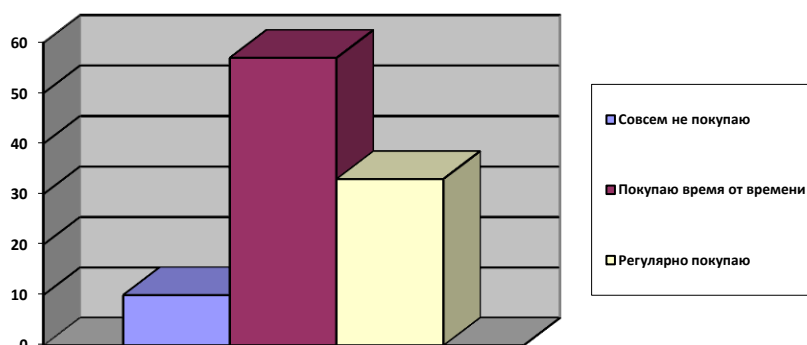


Рис.1. Частота покупки респондентами продуктов питания местных производителей

Основные причины, влияющие на выбор респондентов – качество, цена, ассортимент, реклама продукции. Причем в данном вопросе единодушны, как жители городских округов, так и муниципальных районов. В условиях относительно насыщенного рынка и преобладающей неценовой конкуренции качество продукции относится к числу важнейших критериев функционирования предприятия. Во-первых, повышение качества продукции определяет степень выживаемости фирмы в условиях рынка, темпы научно - технического прогресса, рост эффективности производства, экономию всех видов ресурсов, используемых на предприятии. Во-вторых, качество оказывает влияние на главные показатели работы предприятия: рентабельность, долю рынка, перспективы своего развития и т.д. В-третьих, качество выступает как главный фактор конкурентоспособности товара, составляя его «стержень» [2, с.5].

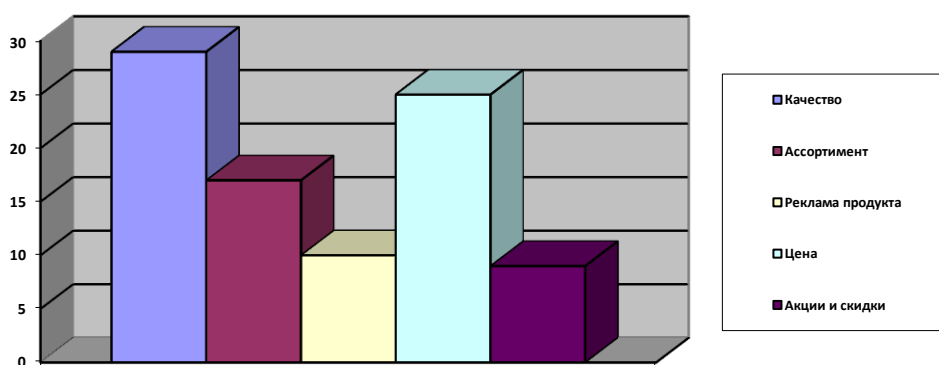


Рис.2. Основные причины, влияющие на выбор респондентов

На вопрос о том, какие группы продовольственных товаров производятся на территории Ивановской области, респонденты как проживающие в города, так в сельской местности, однозначно отметили, в первую очередь, производство хлеба и хлебобулочных изделий - 20% опрошенных; молочных продуктов -18% , а также яиц - 17%, кондитерской и мясной продукции – по 13% (рис.3).

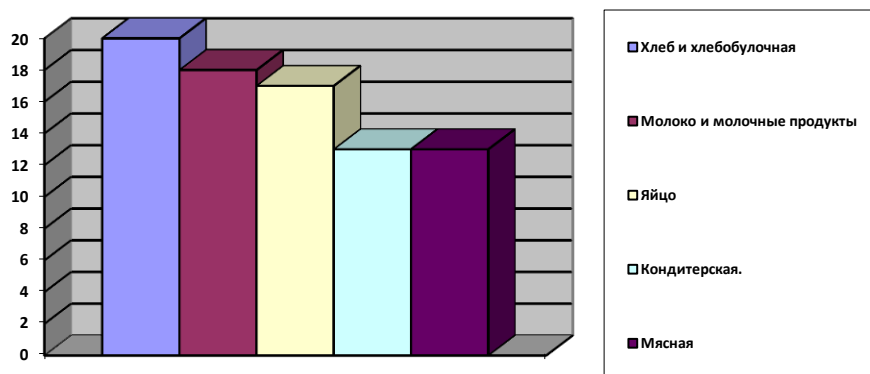


Рис.3. Мнение респондентов о группах продовольственных товаров, производимых на территории Ивановской области

Что касается оценки качества выпускаемой продукции местных товаропроизводителей, то, по мнению респондентов, наиболее качественными являются хлеб и хлебобулочные изделия, а также яйца – об этом сообщили 90% опрошенных. Также высоко оценено качество мяса и мясной продукции (80% опрошенных).

Наиболее известными брендами местных товаропроизводителей являются: РИАТ, Ивановский бройлер, Шуйская водка, Кинешемская птицефабрика и Продвагон.

На вопрос о том, насколько производители Ивановской области могут обеспечить жителей региона продуктами питания, были получены следующие ответы (рис.4).

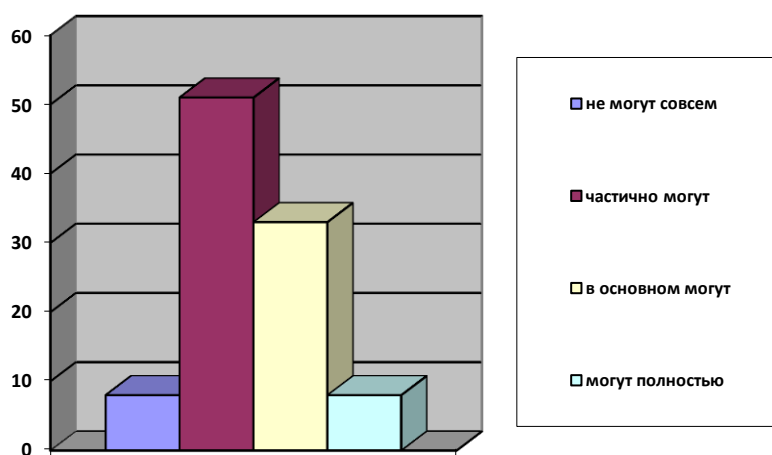


Рис.4. Мнение респондентов о возможности обеспечения производителями Ивановской области жителей региона продуктами питания

Подавляющее большинство – 51% и 33% уверены в том, что производители Ивановской области частично могут и в основном могут обеспечить жителей региона продуктами питания. 8% респондентов уверены, что производители Ивановской области не могут совсем обеспечить жителей региона продуктами питания. Также 8% респондентов уверены, что производители Ивановской области могут полностью обеспечить жителей региона продуктами питания.

Данные социологического исследования рынка розничной торговли Ивановской области о предпочтении посещения жителями определенного формата магазина показывают, что в настоящее время большинство респондентов совершают покупки в магазинах формата супер- и гипермаркеты и магазины «у дома» (рис.5).

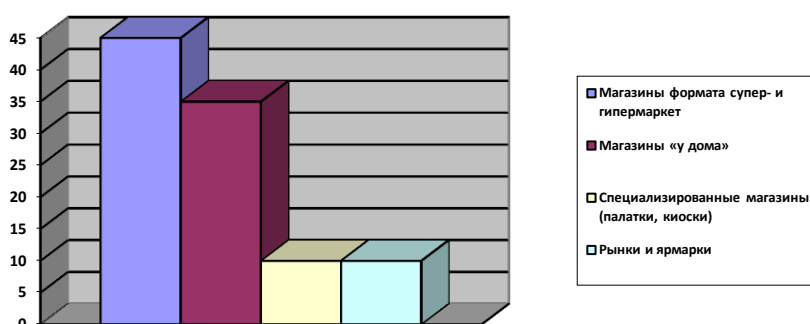


Рис.5. Предпочтение жителей Иваново по формату магазинов

На вопрос об условиях, при которых жители региона готовы отдавать предпочтение товарам ивановских производителей, большинство опрошенных отметили наличие выгодной цены, соблюдение высоких стандартов качества и удобство приобретения. Большая информированность о местных производителях и их товарах также отмечена в качестве определяющего условия, однако уровень этого критерия в 2 раза ниже, чем наличие выгодной цены.

Основными предложениями в плане развития обеспеченности жителей региона продуктами питания местных производителей у городских жителей названы: организация рекламы продукции и создание отдельных прилавков с местными продуктами в торговых точках.

Жители муниципальных районов предложили восстановить сельскохозяйственное производство и увеличить количество торговых точек.

В целом, опросный инструментарий позволил установить, что население Ивановской области довольно лояльно относится к продовольственной продукции, произведенной в регионе.

Полученные данные позволяют говорить о том, что в мотивации к покупке ивановских товаров потребители видят не только возможность приобрести качественный и знакомый товар, но и поддержать региональную экономику. Покупка «местных» товаров поможет решить проблему продовольственного самообеспечения региона, поддержать местные сельскохозяйственные предприятия и в целом стимулировать экономику региона.

Динамичное развитие рыночных отношений должно обуславливать взаимосвязь предприятий розничной торговли и отдельных местных товаропроизводителей. Тем не менее, по данным Департамента экономического развития и торговли Ивановской области [3] в целом общая представленность товаров местного производства в торговых объектах региона по итогам в 2017 года составляет менее 20% (таблица 1).

Таблица 1

Представленность местных товаров в торговых сетях Ивановской области в 2017 году

Период	Представленность местных товаров в торговых сетях		
	общая	по федеральным сетям	по региональным сетям
2017 год	16,32	8,71	21,35

В тоже время представленность местных товаров в торговых сетях по ряду товаров, например, по мясу птицы, достигает 65%, а по хлебобулочным изделиям – 75%

Однако имеется ряд обстоятельств, затрудняющих, в настоящее время, поступления товаров местных производителей на прилавки магазинов крупных федеральных и региональных сетей, работающих в Ивановской области. Так, например, на официальных сайтах ряда торговых сетей не размещена информация об условиях заключения договоров, размере торговой премии и других положениях в соответствии с федеральным законом о торговле, а у некоторых из сетей отсутствуют сайты

как таковые.

Увеличению представленности доли местных производителей в торговых предприятиях Ивановской области могли бы способствовать такие мероприятия, как: расширение ассортимента; увеличение доли полочного пространства местного производителя, например, возможно выделение специальных уголков или информирование через стопперы.

Продвижению продукции местного производства могла бы оказать содействие популяризация данных товаров путем социальной рекламы, «круглых столов» на региональных ТВ - и радиоканалах с обсуждением достойных и конкурентноспособных качеств местных продуктов. Но при этом местные производители также должны отвечать требованиям потребителя, рынка или ритейлера, должны повышать качество своей продукции до уровня крупных сетей, это касается и упаковки продукции. При этом в первую очередь необходимо выпускать конкурентноспособный продукт, отвечающий требованиям технического регламента Таможенного союза, обеспечивать уровень сервиса, который требуется рынку, проводить промо-программы с учетом того, какая доля сейчас продается через промо-активность, что возможно и в низком ценовом сегменте.

Еще одной формой взаимодействия торговых предприятий с местными производителями может рассматриваться заказ продукции под собственной торговой маркой. С одной стороны, это обеспечивает производителю нагрузку производства и быстрый сбыт, снижение цен на закупку, что в итоге снижает цену на полке без потерь качества.

Таким образом, торговым предприятиям, реализующим товары местных товаропроизводителей, необходимо ориентироваться на стратегию формирования потребительской лояльности покупателей как инструмент, который позволит не только насытить региональный товарный рынок, но и развивать бизнес в регионе местным производителям, создавать новые рабочие места, пополнять региональный бюджет и в целом развивать региональный потребительский рынок.

Список литературы

1. Ананьев М.А. Методические подходы разработки программы развития региональной системы продовольственного обеспечения на потребительском рынке // Выполнено в рамках проекта № 1.9544.2017/Б4 «Методология развития концепции и реализации организационно - экономического механизма стратегического управления продовольственной безопасности РФ».

2. Балашова Е.А., Кузнецова И.Д., Аржаных Т.Ф. Мониторинг состояния конкурентной среды на рынке розничной торговли городского округа Иваново // Экономика и менеджмент систем управления. – 2018. – №2 (28). - С.4-12.

3. Департамент экономического развития и торговли Ивановской области [Электронный ресурс] – режим доступа <http://derit.ivanovoobl.ru/>.

УДК 338.2

АДАПТАЦИЯ ПЕРСОНАЛА В ПЕРИОД ОРГАНИЗАЦИОННЫХ ИЗМЕНЕНИЙ В УЧРЕЖДЕНИЯХ СОЦИАЛЬНОЙ СФЕРЫ: МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ

МИНАЕВА ОЛЬГА НИКОЛАЕВНА

Магистрант

Научный руководитель:

Грязнова Елена Роландовна, к.с.н., доцент
РАНХиГС, Поволжский институт управления имени П.А. Столыпина

Аннотация: В данной статье обосновывается актуальность выбора данной темы посредством выявления влияния организационных изменений на деятельность предприятия и обозначения роли кадровых стратегий в данном процессе. Автором рассматриваются основные подходы к пониманию и классификации кадровых стратегий, выявляются проблемы современных кадровых стратегий и предлагаются пути повышения эффективности кадровых стратегий.

Ключевые слова: кадры, кадровые стратегии, организационные изменения, эффективности кадровых стратегий и т.д.

ADAPTATION OF PERSONNEL DURING THE PERIOD OF ORGANIZATIONAL CHANGES IN SOCIAL INSTITUTIONS: METHODOLOGICAL APPROACHES

Minaeva Olga Nikolaevna

Scientific adviser:

Gryaznova Elena Rolandovna

Abstract: This article substantiates the relevance of the topic by identifying the influence of organizational changes on the enterprise activity and the role of human resources strategies in this process. The author considers the main approaches to understanding and classification of HR strategies, identifies the problems of modern HR strategies and suggests ways to improve the effectiveness of HR strategies.

Key words: human resources, people strategy, organizational change, people strategy effectiveness etc.

Организационные изменения могут быть связаны как с внутренними, так и с внешними факторами. Наиболее значительное влияние на предприятие имеет конкурентная среда, в которой оно существует. Например, внешнеэкономическая ситуация России на мировой арене сказывается на большинстве российских предприятий различных форм собственности, сюда можно отнести экономические санкции, ограничение рынков сбыта и поставки продукции, напряженные отношения с соседними государствами. Современный российский бизнес вынужден смириться с сложившейся ситуацией, не имея возможности вносить необходимые изменения в стратегию дальнейшего развития своих пред-

приятий и влиять на конкурентную среду. Однако следует отметить, что в изменениях стратегической политики нуждается большинство организаций. Не может вызывать сомнений, что существенным для любого предприятия является кадровая стратегия, которая так же подлежит реструктуризации в рамках сложившейся экономической ситуации, что является совершенно естественной реакцией на надлежащие изменения внешней бизнес-среды.

Рассмотрим научные подходы к формированию классификации кадровых стратегий. Ряд ученых (Генкин Б.М., Дж. Иванцевич, М.Портер) придерживается общепринятой классификации кадровых стратегий, объединяющих их с общей стратегией предприятия, к таким авторам так же следует отнести и В.И. Герчикова, А.А. Лобанова, И.А. Никитина, К. Сиссона, Ж. Стори и др. Основываясь на этом, отметим различие имеющихся точек зрения, например, в своих научных изысканиях Дж. Иванцевич и А.А. Лобанов выделили пять типов классификации кадровых стратегий: кадровая стратегия, ориентированная на стратегию прибыльности организации; кадровая стратегия, ориентированная на стратегию динамического роста организации; кадровая стратегия, ориентированная на стратегию круговорота (циклическую); кадровая стратегия, ориентированная на предпринимательскую стратегию организации; кадровая стратегия, ориентированная на ликвидационную стратегию организации [2, с.197].

На основе этого, уже другие авторы: Б.М. Генкин и И.А. Никитина основывают свой подход на том, что кадровую стратегию можно разделить на сокращенную стратегию приема на работу высококвалифицированных специалистов; стратегию приема на работу «готовых специалистов»; стратегию ориентированности «на собственные силы»; стратегию приема в достаточном количестве специалистов средней квалификации; стратегию ориентации на командную работу; стратегию ориентации на индивидуальную работу [1, с.148].

Помимо сказанного, можно выделить три основных подхода понимания и классификации кадровых стратегий:

1. Опираясь на миссию и цель предприятия строится целевой подход, его приверженцами следует считать В.И. Герчиков, Б.М. Генкин, И.А. Никитина.

2. На основе планирования и оценки результатов деятельности компании формируется плановый подход, основателями которого являются Ж. Стори, К. Сиссон, О.И. Зеленова.

3. Ориентируясь на кадровое ядро организации выстраивается профессионально-ориентированный подход, его создателями считаются Дж. Иванцевич, А.А. Лобанов.

Оценивая происходящие организационные изменения в предпринимательской среде, можно говорить о том, что большая доля работодателей в практической деятельности применяет одну цель – минимизация имеющихся издержек любыми незапрещенными законом методами. Примером могут быть повальные сокращения, производимые работодателями, которые претворяются в жизнь посредством проведения досрочных аттестаций и принуждения своих работников к «увольнению по собственному желанию», применяется так же и перевод работников на сокращенную рабочую неделю и сокращенный рабочий день, замораживаются социальные программы и т.д.

Основываясь на этом, для повышения эффективности кадровых стратегий, можно предложить формулирование в качестве ключевой цели - использование кризиса для решительного и быстрого улучшения качества собственного человеческого капитала как одного из факторов сохранения конкурентоспособности в условиях неблагоприятной внешней среды. В свою очередь, задачами, стоящими перед предприятием должны являться:

- кадровая ротация на предприятиях, с целью освобождения его штата от имеющегося «кадрового балласта»;
- сокращение административно-управленческого персонала в штате предприятия;
- использование высвобождаемого благодаря сокращению производства календарного фонда рабочего времени для ускоренного переобучения и повышения квалификации работников;
- перемещение на руководящих постах, с целью обновления (омоложения) кадрового состава;
- внедрение инноваций в рамках конкретной организации, нормирования труда, формирования новой системы оплаты труда, которые позволят повысить продуктивность деятельности без ущерба для финансовых интересов работодателя;

- итоговая оценка сотрудниками своего работодателя: их отношение и причины отрицательных факторов, влияющих на труд.

Невозможно обойти вниманием формулирование методических требований к комплексу мероприятий по повышению эффективности кадровой стратегии:

- непротиворечивость текущим и перспективным интересам работодателя;
- непротиворечивость намечаемых изменений в кадровой стратегии интересам кадровой элиты предприятия;

- публичность (или гласность) реализуемых изменений;

- гибкость, или адаптивность, антикризисной кадровой стратегии.

Формирование кадровых стратегий в период организационных изменений определяют успех и конкурентоспособность каждого конкретного предприятия, формирование адаптации к активно меняющейся внешней среде и конкурентам. Кадровые стратегии предприятий должны включать в себя конгломерат критериев, принципов, методов и форм организационного поведения, которые направлены на реализацию стратегии эффективного функционирования и развития организации.

Возможно, сформулировать следующую схему формирования кадровой стратегии предприятия:



Рис. 1. Схема формирования кадровой стратегии предприятия

В данной статье были сформулированы три ключевых подхода понимания и классификации кадровых стратегий в период организационных изменений предприятий, среди них выделены: целевой подход, плановый подход, профессионально-ориентированный подход. Для малого и среднего бизнеса можно предложить привлекать консультантов, профессионально специализирующихся в области HR-менеджмента, для участия в разработке антикризисной кадровой стратегии предприятия со стороны. Наиболее эффективным методом оплаты в такой ситуации для предложенных специалистов должен быть процент от фактически обеспеченной заказчику экономии затрат по кадровому направлению при сохранении, как минимум, прежней продуктивности деятельности персонала.

Список литературы

1. Генкин, Б. М. Классификация затрат рабочего времени / Генкин Б. М. //Управление человеческими ресурсами: [учебник] / Генкин Б.М., Никитина И.А. – Москва, 2013. – Гл. 7.3. – С. 146-150.

2. Иванцевич, Дж. Человеческие ресурсы управления: основы управления персоналом / Дж. Иванцевич, А. Лобанов. – Москва: Дело, 2007. – 400 с.

УДК 338

ФИНАНСОВОЕ СТРАТЕГИЧЕСКОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ В СИСТЕМЕ УПРАВЛЕНИЯ КОМПАНИЕЙ И КРИТЕРИИ ЕГО ЭФФЕКТИВНОСТИ

СЛАЩЁВ АРТУР СЕРГЕЕВИЧ

Магистрант

Санкт-Петербургский гуманитарный университет профсоюзов

Аннотация: В статье изучена роль финансового стратегического планирования, выявлены актуальные проблемы и разработаны критерии оценки эффективности стратегического финансового планирования, учитывающие особенности управления крупной компанией судоходной отрасли.

Ключевые слова: финансовое стратегическое планирование, критерии эффективности, компании судоходной отрасли, финансовый план.

FINANCIAL STRATEGIC PLANNING IN THE MANAGEMENT COMPANY AND ITS EFFICIENCY CRITERIA

Slashchev Arthur Sergeevich

Abstract: The article examines the role of financial strategic planning, identifies the current problems and develops criteria for assessing the effectiveness of strategic financial planning, taking into account the management features of a large company in the shipping industry.

Key words: financial strategic planning, efficiency criteria, companies of the shipping industry, financial plan.

Проблемам повышения эффективности управления финансами предприятий судоходной отрасли не уделяется большое внимание, как с теоретической, так и с практической точки зрения, особенно, в условиях санкционного давления на российскую экономику, что требует серьезных перемен в корпоративном секторе нашей экономики [2, с. 32]. В этой связи одним из актуальных инструментов реализации инвестиционной стратегии и развития инвестиционного потенциала экономических субъектов судоходной отрасли становится финансовое стратегическое планирование.

Родионов А.С. характеризует стратегическое финансовое планирование, как «один из наиболее важных процессов, от которого зависят результаты деятельности компании. Данный процесс заключается в определении вектора развития предприятия, целеполагании для всех областей деятельности каждого из подразделений компании. Планирование учитывает все внешние и внутренние факторы, которые могут повлиять на деятельность предприятия. Безусловно, стратегическое финансовое планирование является основой для определения перечня и последовательности мероприятий по достижению целей предприятия, учета и распределения ресурсов для достижения целей, результатов каждым подразделением» [2, с. 34].

Одна из функций стратегического финансового планирования – создание связи между всеми

подразделениями предприятия для выстраивания единой процессной модели взаимодействия подразделений. Другими словами, выше обозначенная функция включает в себя все аспекты деятельности предприятия, в том числе, прогнозирование спроса, поведение рынка, проведение анализа возможностей изменения ассортимента товаров и услуг для завоевания большей доли рынка, как следствие, повышение экономических показателей предприятия.

Большую значимость на качество финансового планирования показывает уровень квалификации руководящего состава, экспертов и специалистов, которые данный процесс осуществляют, наличие и доступность ресурсов, необходимых для осуществления данного процесса. В ряде случаев, на качество планирования влияет специфика предприятия, географическая (региональная) принадлежность предприятия.

В состав финансового стратегического планирования в качестве основных компонентов могут входить планы диверсификации продукции, планы инновационного освоения технологий и продукции, освоение новых сегментов рынка, диверсификации деятельности, снятие с производства нерентабельной или не пользующейся спросом продукции. Графически концептуальную систему планов, детализирующих финансовую стратегию предприятия, по нашему мнению, можно представить следующим образом (рис. 1)

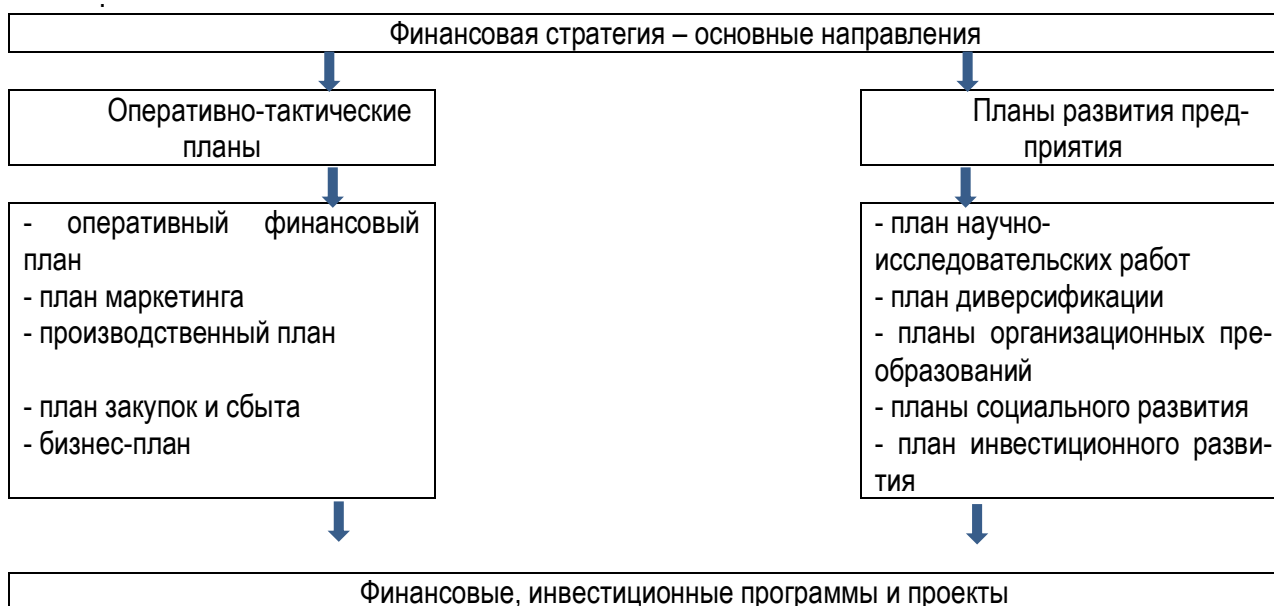


Рис. 1. Система планов предприятия [1, с. 21]

Финансовая стратегия компаний судоходной отрасли - единственный способ выжить в условиях экономического роста.

Наиболее важными показателями финансового анализа, которые используются при стратегическом финансовом планировании в компаниях судоходной отрасли, можно назвать следующие: доходы до выплаты процентов, налогов и амортизации (ЕВITDA), прибыль от обычных видов деятельности (прибыль до выплаты процентов и уплаты налогов, или операционные доходы, ЕВIT), чистая операционная прибыль после налогообложения (NOPAT), чистый денежный поток (чистое движение денежных средств, NCF), свободный денежный поток (движение денежных средств, FCF), рентабельность инвестированного капитала (ROIC), ожидаемая рентабельность инвестированного капитала (ЕROIC), средневзвешенная стоимость капитала (WACC), рыночная добавленная стоимость (MVA), экономическая добавленная стоимость (EVA), стоимость операций (приведенное значение свободных денежных потоков, Vop) и другие.

Однако, компаниям судоходной отрасли необходим стабильно работающий инструмент стратегического финансового планирования. В этих условиях, всё более и более популярной становится система сбалансированных показателей BSC (balancedscorecard).

BSC (стратегическая карта показателей деятельности) позволяет перевести финансовые стратегические цели компаний судоходной отрасли на операционный уровень, а также понять, какие именно структурные подразделения наиболее сильно оказывают влияние на достижение поставленных целей.

Ключевыми методами оценки эффективности стратегического финансового планирования компании судоходной отрасли являются:

- горизонтальный анализ;
- вертикальный анализ;
- кросс-анализ.

Также сравнение текущего состояния, определенного в результате SWOT- анализа, с целевыми показателями позволит компаниям судоходной отрасли выявить несоответствия, которые следует устранить для реализации поставленных задач, миссии и видения. Такие несоответствия служат основой для разработки набора инициатив службы внутреннего аудита, охватывающих три ключевые области: персонал, процессы и технологии.

Таким образом, от качества экономического анализа и правильного планирования финансовых результатов в большой степени зависит конечный результат деятельности компании судоходной отрасли. Совмещение нескольких вариантов анализа (например, кросс-анализ), или нескольких критериев дает возможность четче увидеть все нюансы финансового планирования в судоходной компании, его сильные и слабые стороны.

Если в хорошо организованную компанию судоходной отрасли встраивают точно разработанную систему показателей, которые измеряют ее деятельность, эффективность работы увеличивается в среднем на 10-20 %.

Список литературы

1. Мартынич, С.А. Роль мониторинга и оценки эффективности деятельности предприятия / С.А. Мартынич // Экономика. - №6. - 2017. С. 15-25.
2. Радионов А.С. Методологические основы анализа финансовых результатов деятельности предприятия // Проблемы современной науки и образования. 2016. № 15 (57). С. 32-35.

УДК 2964

ФИНАНСОВЫЕ МАРКЕТПЛЕЙСЫ КАК НОВАЯ МОДЕЛЬ БАНКОВСКОГО БИЗНЕСА

ШУКОВА КАРИНА ХАСАНОВНА,
ЧЕМБЕЕВА ФАТИМА ДАВЛЕТГЕРИЕВНА

Студенты
ФГАОУ ВО «Северо-Кавказский федеральный университет»

Аннотация: В статье представлены финансовые маркетплейсы, рассмотрены их польза и назначение в современных условиях развития рыночной экономики, изучен уровень распространения новых финансовых инструментов на территории РФ.

Ключевые слова: финансовые маркетплейсы, финансовые инструменты, финдоставка, краудсорсинг, диджитал-банк

FINANCIAL MARKETPLACE AS A NEW MODEL OF BANKING BUSINESS

Shukova Karina Khasanovna,
Chimbeeva Fatima Davletalieva

Abstract: the article presents the financial marketplace, their use and purpose in the modern conditions of market economy, the level of distribution of new financial instruments on the territory of Russian Federation.

Keywords: financial marketplace, financial instruments, financial delivery, crowdsourcing, digital Bank

Мировая финансовая система в настоящее время активно развивается благодаря появлению прогрессивных финансовых технологий. Внедрение данных инструментов и их практическое применение позволяют выйти на существенно новый уровень развития финансовой системы страны. Однако, в РФ данные технологии еще не получили столь широкого развития, что говорит об актуальности представленной темы.

В данной статье рассмотрим финансовые маркетплейсы, выступающие новой моделью банковского бизнеса. Понятие «маркетплейс» в прямом смысле трактуется как «рыночная площадь», то есть платформа, служащая «местом встречи» для участников рынка. Также можно сказать, что маркетплейс представляет собой новую форму партнерства. Данное партнерство основывается на трех направлениях:

- банки продают небанковские продукты;
- банки продают продукты других банков;
- независимые площадки продают банковские продукты.

В настоящее время BankEx («АВА финанс») – профессионал в строительстве b2b-платформ (или маркетплейсов) набирает партнеров для совместной деятельности в РФ, США и ряде стран Западной Европы.

Сегодня «АВА финанс» разрабатывает три проекта маркетплейсов

1. Финдоставка – доставка банковской карточки заказчику с помощью курьера или же посредством розничной сети ритейлеров, банков.

2. Краудсорсинг СМБ кредитования – выдача кредитов субъектам малого бизнеса, являющимся

клиентами одного банка, благодаря ресурсам физлиц-клиентов иного учреждения (передача данных клиентов между этими банками не проходит).

3. Краудсорсинг обмена валют — переговоры по курсу в автоматическом режиме с обменниками, которые находятся в непосредственной близости от «физика», чтобы получить условия обменных операций индивидуально.

В ряде ведущих стран практическое применение нашел диджитал-банк (электронный вид банка). Он предоставляет возможность вносить платежи, совершать операции обмена валютой, управлять финансовыми средствами, однако не имеет своей антиблокировочной системы. Такие виды компаний успешно функционируют в Великобритании и Германии (Tandem, Mondo, Fidor).

Также в развитых странах внедряется инструмент bank-2-bank. Особенность модели состоит в том, что она не конкурирует с банковскими учреждениями, а лишь дополняет их. Модель bank-2-bank делает возможным нахождение больших каналов взаимодействия с клиентами, а клиенты, в свою очередь, имеют альтернативу для выбора учреждения, которое наилучшим способом удовлетворит их интересы.

В нашей стране данное направление представляет «Тинькофф Банк», были еще Рокетбанк, уже не действующий банк InstaBank. Показательной является стратегия «Тинькофф»: он идет по пути становления «гибридным» банком. Инвестиции банка в новые технологии достигнут 200 млн. у.е. Будет внедрен «финансовый супермаркет», т. е. диджитал-банк, который продает собственные услуги посредством bank-2-bank-рынок.

Высокие показатели развития «Тинькофф» толкают банки к выходу на новый уровень обслуживания клиентов, в частности, становится актуальным вопрос о курьерской доставке банковских карт.

Сфера финдоставки - это, пожалуй, одна из самых подготовленных к работе на основе модели b2b-маркетплейса. Пример от «Тинькофф» плюс кризис, который заставляет компании урезать сети отделений, толкают банковские учреждения к выходу на рынки курьерской доставки карт.

Данные ЦБ РФ свидетельствуют, что в России доставляют 100–150 тысяч банковских карт ежемесячно, а выпускают — около 5–6 млн. Возможность возрастания сферы доставки — 1000 000 карт ежемесячно, даже выше. Более развитые банки предоставляют услугу in-house. Однако в удаленных от центральной части России местах возникает потребность в аутсорсе. Например, за последние годы возникли такие крупные посреднические компании как «Карта на дом» и «Финдоставка» [5].

Несмотря на то, что новые финансовые инструменты по сей день в РФ не получили широкого распространения, они имеют перспективы для развития. Об этом свидетельствует предложение Центрального Банка РФ о введении единой платформы финансовых услуг населению. Благодаря осуществлению данного проекта мелкие участники рынка смогут предлагать свои услуги населению наряду с уже уреспившимися на рынке субъектами. Также, он позволит банкам существенно снизить производственные затраты [3].

Кроме того, введение платформы сделает процесс обслуживания максимально удобным для клиентов. То есть, каждое лицо, зарегистрированное в системе, сидя у себя дома, сможет открыть счет, оформить кредит, купить полис страховой компании. Данная система предполагает предоставление услуг с минимальным вовлечением граждан в технические детали: «Выбери подходящую услугу, нажми на нее, банк все оформит сам».

Для реализации программы целесообразно создать единый реестр всех банковских операций, обеспечить их юридическое закрепление. Это объясняется необходимостью устранить сомнения населения по поводу надежности онлайн-платформы. Дистанционное отслеживание всех сделок должно побудить доверие физических и юридических лиц к данному виду обслуживания.

Кроме того, планируется разработать ботов, которые будут осуществлять обязанности финансового брокера, то есть изучать потребности клиента и подбирать наиболее подходящий вариант. Однако в этом случае сложность состоит в том, что становится необходимым ввести в российское законодательство понятие «финансовый супермаркет», такой законопроект в настоящее время не готов.

Кроме того, для работы платформы возникает надобность в разработке механизма удаленной идентификации клиентов. Данный законопроект одобрен уже в первом чтении.

Специалисты отмечают, что проект маркетплейса будет осуществлен в конце 2018 г.

Таким образом, ввиду появления новых финансовых инструментов банковским учреждениям, осуществляющим свою деятельность по базовым стандартам, становится труднее сохранять конкурентоспособность. Более того, назревает необходимость зарабатывать не только на предоставлении своих банковских продуктов. Перечисленные причины и множество других побуждают банки к переходу на внедрение новых технологий, в том числе, и финансовых маркетплейсов.

Финансовые маркетплейсы позволят улучшить качество работы с клиентами, предлагать максимальное количество выгодных продуктов при минимальных затратах. Сам банкинг станет разнообразнее, удовлетворить все потребности клиентов станет гораздо легче и удобнее. Кроме того, у наиболее развитых банков будет возможность разрабатывать собственные каналы продаж, а более мелкие участники рынка выйдут на новый уровень развития. В конечном итоге это позволит поднять систему банковского сервиса на новый более высокий качественный уровень [1] и будет способствовать инновационному развитию страны в целом [2].

Список литературы

1. Акинин П.В., Акинина В.П., Алимова И.О. Совершенствование качества банковского сервиса / П.В.Акинин, В.П.Акинина, И.О.Алимова // Финансы и кредит. 2016, № 6 (678). – С.2-13
2. Акинин П.В., Акинина В.П. Развитие инновационной экономики в контуре национальной идеи / П.В. Акинин, В.П.Акинина // Вестник Ставропольского государственного университета. 2010. № 3. – С.5-12
- 3.Новости «ФАС разработала законопроект о регулировании маркетплейсов». URL: <https://incrussia.ru/news/fas-razrabotala-zakonoproekt-o-regulirovanii-marketplejsov> (Дата обращения 31.03.2018)
- 4.Инвест-Форсайт (деловой журнал) «Финансовые маркетплексы». URL: <https://www.if24.ru> (Дата обращения 01.04.2018)
- 5.Центральный банк РФ «Маркетплексы». URL: http://www.cbr.ru/finmarket/market_place (Дата обращения 02.04.2018)

УДК 330

АНАЛИЗ РЕЙТИНГОВ ИННОВАЦИОННОЙ АКТИВНОСТИ РЕГИОНОВ И МЕСТО В НИХ РЕСПУБЛИКИ ТАТАРСТАН

ЛЮБОВА ОЛЬГА ВИТАЛЬЕВНА

к.э.н., доцент
ФГАОУ ВО Казанский федеральный университет,
Набережночелнинский институт (филиал)

Аннотация: В статье на основании анализа данных исследований ежегодно проводимых рейтинговыми агентствами Российской Федерации по выявлению наиболее инновационно и инвестиционно активных и привлекательных регионов, был определён статус Республики Татарстан на российской арене.

Ключевые слова: инновации, рейтинг, регион, инновационный потенциал, инновационная продукция, инвестиционная привлекательность региона, инновационной активности.

THE ANALYSIS OF RANKINGS OF INNOVATIVE ACTIVITY OF REGIONS AND PLACE THEM IN THE REPUBLIC OF TATARSTAN

Abstract: In the article on the basis of the analysis of the data of researches annually carried out by rating agencies of the Russian Federation on identification of the most innovatively and investment active and attractive regions, the status of the Republic of Tatarstan in the Russian arena was defined.

Key words: innovation, rating, region, innovative potential, innovative products, investment attractiveness of the region, innovation activity.

В Стратегии экономической безопасности Российской Федерации на период до 2030 года отражены 25 основных вызовов и угроз экономической безопасности. Одним из пунктов обозначено: «слабая инновационная активность, отставание в области разработки и внедрения новых и перспективных технологий (в том числе технологий цифровой экономики), недостаточный уровень квалификации и ключевых компетенций отечественных специалистов» [1].

Низкая эффективность инновационной деятельности в Российской Федерации стала бичом последних лет. Данной обстоятельство подтверждается результатами рейтинга The Global Innovation Index 2017 самых инновационных стран, ежегодно проводимого Всемирной организацией интеллектуальной собственности (WIPO) ООН, рисунок 1.

По рассматриваемому показателю Россия в 2017 году опустилась на 75 место из 127 стран принимавших участие в исследованиях, падение произошло на 15 пунктов в течение последних трёх лет.

Отсутствие интереса со стороны государства и бизнеса к результатам инновационных разработок так же нашло своё отражение в проведённом исследовании. В 2017 году по данному показателю Россия заняла 51 место, потеряв с предыдущим годом четыре пункта, рисунок 1.

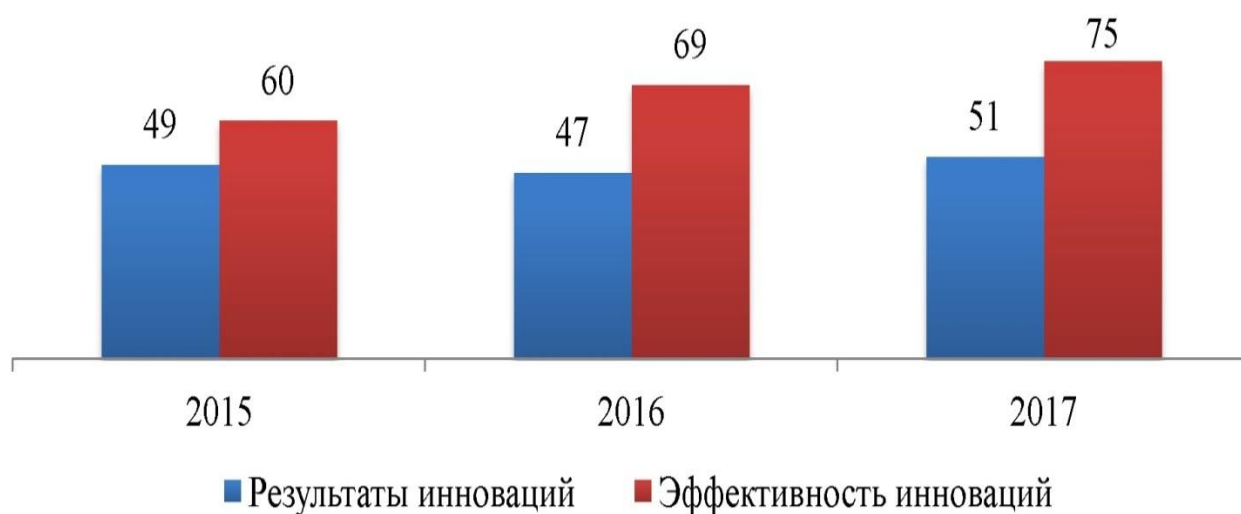


Рис.1 Динамика позиций РФ в GII-2017, по суиндексам: результаты инноваций и эффективность инноваций (2015–2017 гг.) [2]

Рассмотренные выше позиции России по двум суиндексам говорят о снижении инновационной активности в стране, что может при определенных условиях привести к возникновению угрозы экономической безопасности, нанесению ущерба интересам Российской Федерации в мировом пространстве.

В марте 2018 года Президент России В. В. Путин в ежегодном Послании Федеральному Собранию отметил: «... скорость технологических изменений нарастает стремительно, идёт резко вверх. Тот, кто использует эту технологическую волну, вырвется далеко вперёд. Тех, кто не сможет этого сделать, она – эта волна – просто захлестнёт, утопит».

Технологическое отставание, зависимость означают снижение безопасности и экономических возможностей страны, а в результате - потерю суверенитета. Именно так, а не иначе обстоит дело. Отставание неизбежно ведёт к ослаблению, размыванию человеческого потенциала. Потому что новые рабочие места, современные компании, привлекательные жизненные перспективы будут создаваться в других, успешных странах, куда будут уезжать молодые, образованные, талантливые люди, а вместе с ними общество будет терять жизнеспособность и энергию развития» [3]. Именно повышение инновационной активности, наращивание инновационного потенциала позволят России выйти на более высокие темпы экономического развития.

Несомненно, инновационный потенциал страны складывается из инновационного потенциала входящих в ее состав субъектов федерации.

Республика Татарстан - регион с большим инновационным потенциалом. В 2017 году доля инновационной продукции в общем объеме промышленного производства в республике составила 19,6%. Конечно это не лучший показатель как за рассматриваемый период по Республике Татарстан (падение почти на 1% в сравнении с 2014 годом), так и в целом по Приволжскому федеральному округу, рисунок 2.

Однако уже несколько лет подряд Татарстан входит в тройку лидеров и занимает третье место, после Санкт-Петербурга (1 место – 2017 г.) и Москвы (2 место) в рейтинге инновационных регионов России, составленном Ассоциацией инновационных регионов России (АИРР) [4]. Первое место четвертый год подряд в национальном рейтинге состояния инвестиционного климата в субъектах Российской Федерации, представленном Агентством стратегических инициатив в 2018 году [5].

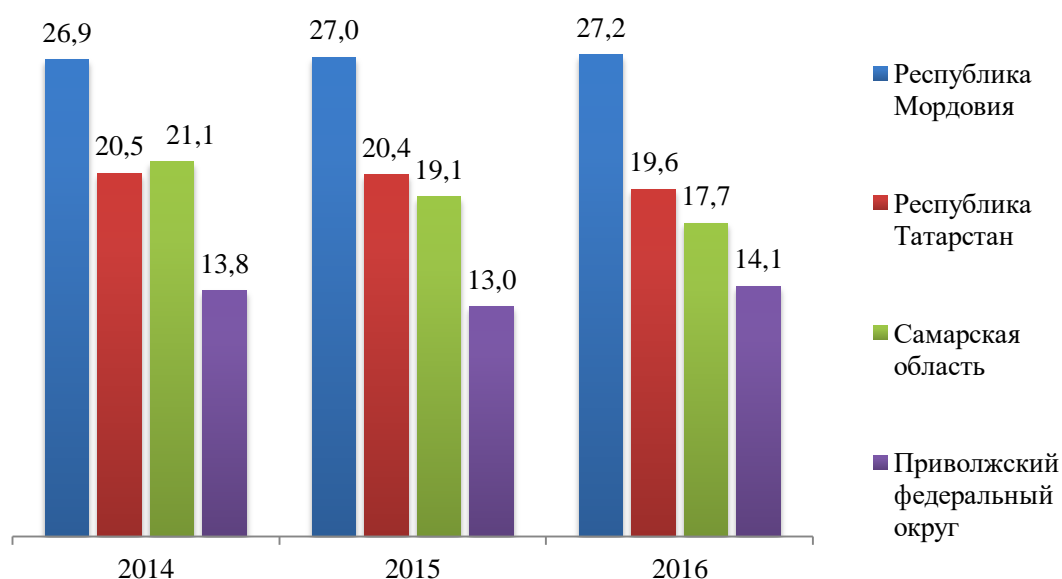


Рис.2 Доля инновационной продукции в общем объеме промышленного производства среди лидеров по ПФО, %

В рейтинге инвестиционной привлекательности регионов в 2017 году по версии «Эксперт РА» у Татарстана «средний потенциал - минимальный риск (2A)» [6]. Необходимо отметить, что в 2017 году улучшились показатели у трёх регионов, за счёт них в два раза увеличилось количество участников блока (2A), добавились Республика Башкортостан, Ростовская и Самарская области, а практически несменное количество лидеров первого блока «максимальный потенциал - минимальный риск (1A)» также увеличилось на один субъект г. Москва, которая находилась в блоке «высокий потенциал - умеренный риск (1B)», т.е. сразу перепрыгнув через три блока. Республика Татарстан находится в блоке (2A) с 2014 года, а до этого в течении 2012-2013 гг. находилась в лидирующем блоке (1A). То есть Татарстан потерял лидирующую позицию по инвестиционной привлекательности регионов уже четыре года назад и никак не может наверстать упущенное. Данное обстоятельство указывает на необходимость активизации и укрепления инновационного потенциала республики для наращивания конкурентных позиций. Именно инновации должны стать основой интенсивного развития экономики Республики Татарстан.

Список литературы

1. Указ Президента Российской Федерации «О Стратегии экономической безопасности Российской Федерации на период до 2030 года» от 13 мая 2017 г. № 208 // Информ.-прав. обеспечение ГАРАНТ (дата обращения: 05.04.2018)
2. GII – 2017: как инновации кормят мир и Россию. Электронный ресурс ИСИЭЗ. URL: <https://issek.hse.ru/news/206860724.html>. (дата обращения: 25.03.2018 г.)
3. Послание Президента России Федеральному Собранию от 1 марта 2018 г. URL: <http://www.kremlin.ru/events/president/news/56957> (дата обращения: 08.04.2018.)
4. Рейтинг инновационных регионов России 2017. АИПП. URL: <http://i-regions.org/press-sluzhba/novosti/rejting-innovacionnyh-regionov-rossii-2017> (дата обращения: 01.04.2018)
5. Сайт Агентства стратегических инициатив. URL: <http://asi.ru/investclimate/rating/> (дата обращения: 04.04.2018).
6. Сайт рейтингового агентства «Эксперт РА». URL: http://raexpert.ru/rankingtable/region_climat/2017/tab1 (дата обращения: 04.04.2018).

УДК 338.952: 331.7

ОСНОВНЫЕ МЕТОДИКИ ПОВЫШЕНИЯ КАЧЕСТВА И МОТИВАЦИИ ПЕРСОНАЛА

ЯКУПОВ М. М.студент
ИУЭиСТ, КНИТУ-КАИ**ТРУТНЕВА А. А.**ассистент кафедры ЭУП, КНИТУ-КАИ
г. Казань, Российская ФедерацияНаучный руководитель:
В. В. Трутнев к.э.н., доцент.

Актуальность данной работы связана с тем, что в наше время персонал – это главный ресурс современного производства, так как от качества персонала и эффективности его использования зависят результаты деятельности предприятия [1].

Следовательно, целью данной работы является попытка совместить методики повышения качества персонала, рассмотреть нестандартные методы мотивации персонала, а также объяснить, почему сегодня важно высокое качество персонала и почему персоналу необходимо так называемое «непрерывное обучение».

Сегодня конкурентоспособность деятельности организации зависит от множества факторов. Главным, из которых является квалифицированный трудовой коллектив, цель которого - повышение эффективности компании. Поэтому компании необходим адекватный отбор персонала и грамотная система его обучения, для того чтобы сотрудник был заинтересован, мотивирован и относился к выполняемым обязанностям с ответственностью. [2]

Развитие персонала - комплекс мер, включающий профессиональное обучение, переподготовку и повышение квалификации кадров, а также планирование карьеры персонала в организации. Оно способствует обеспечению постоянного соответствия уровня профессиональной компетентности работников требованиям развивающегося рынка. Понятия «развитие персонала» и «обучение персонала» следует разграничить. Обучение персонала реализуется в рамках программ развития персонала, а развитие персонала включает следующие компоненты: профессиональное обучение, повышение квалификации и переподготовка, ротация, делегирование полномочий, планирование карьеры.

Хочется отметить, что развитие персонала является одним из элементов повышения организации и эффективности производительности труда. Также это необходимо для воспитания молодых способных сотрудников с целью раскрытия их потенциала на предприятии. Элементы повышения производительности труда показаны на рис.1

Определим основные методики развития персонала. В структуре развития персонала выделяют различные уровни:

- Индивидуальный,
- групповой,
- организационный.

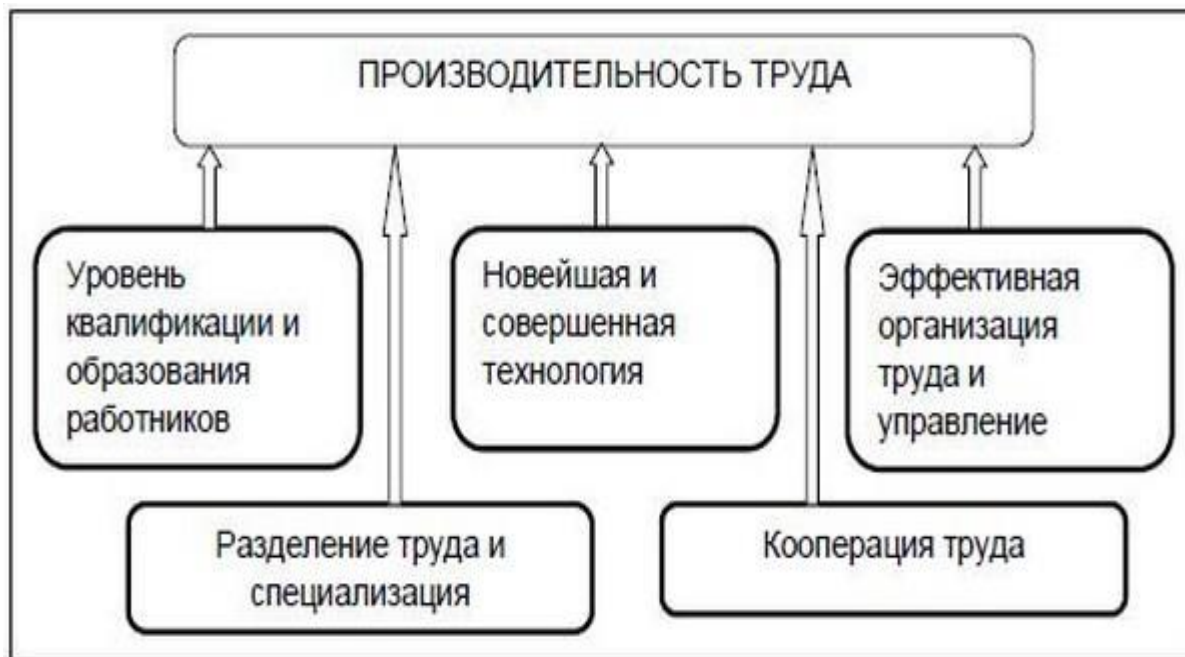


Рис.1. Элементы повышения производительности труда [3]

В соответствии с этим можно определить задачи для каждого из уровней:

– индивидуальный уровень развития персонала – работники всех уровней развиваются, чтобы стать в компании партнерами или предпринимателями, которые ведут себя так, словно эта компания является их собственностью. Задача – идентификация индивидуума с организацией. Примеры: обучение (как в компании, так и внешнее); самостоятельное обучение; участие в проектах, где сотрудник может получить ценный опыт; ротацию рабочих мест; наставничество; менторинг и коучинг; стажировки; выполнение дополнительных задач, ролей, поручений; прохождение сертификации.

– групповой уровень – вместо «команды звезд» во всех сферах организации развиваются «звездные команды». Задача – коллективная работа на благо каждого сотрудника и группы в целом. Примеры: семинары, вебинары, курсы, участие в конференциях.

– организационный уровень – компания развивается, чтобы превратиться в организацию, которая постоянно учится и умеет выработать свое видение нового состояния компании и внешней среды. Основными элементами развития персонала являются обучение персонала и управление карьерой. Примеры: участие организации в семинарах, вебинарах, курсах и конференциях. [4]

Основными элементами развития персонала являются обучение персонала и управление карьерой.

На сегодняшний день, помимо традиционных методов обучения, необходимо внедрять интерактивные методы. К ним относят: интернет-технологии; мультимедиа-продукцию учебного назначения (аудио, видео); компьютерные обучающие системы (электронные учебники, тренажеры); системы электронного тестирования знаний (компьютерные тесты); новые технические средства обучения (интерактивная доска, мультимедиа-проектор и другие).

Управление деловой карьерой - это комплекс мероприятий, проводимых кадровой службой организации по планированию, мотивации и контролю служебного роста работника, исходя из его целей, потребностей, возможностей, способностей и склонностей, а также исходя из целей, потребностей, возможностей и социально-экономических условий организации. Управление деловой карьерой позволяет достичь преданности работника интересам организации, повышения производительности труда, уменьшения текучести кадров и более полного раскрытия способностей человека.

Стоит отметить, что есть некие плюсы от совершенствования управления деловой карьерой для самой организации. Эти плюсы приведены на рис.2:

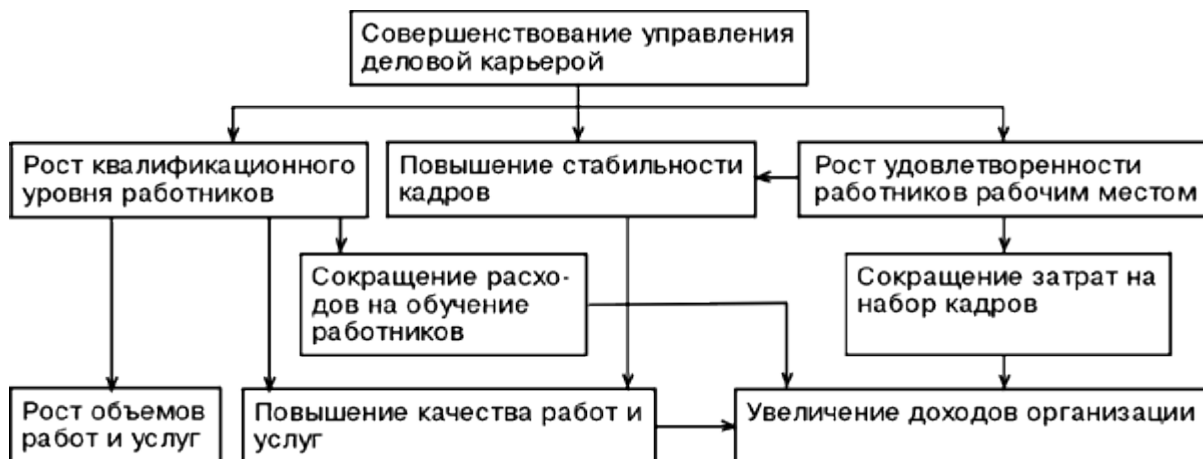


Рис.2. Схема влияния совершенствования управления деловой карьерой работников на результаты деятельности организации [5]

Немаловажным являются методы мотивации персонала, которые также имеют некую связь с уровнем качества подготовки кадров, например, если сотрудник вовремя не будет проходить лечение, то его здоровье может дать сбой.

Для начала можно рассмотреть некую классификацию методов стимулирования, в которой изображены материальные (денежные и неденежные) и нематериальные методы (рис 3). В данной работе будут рассмотрены именно неденежные и нематериальные, иначе говоря нестандартные методы мотивации в фирме.



Рис.3. Классификация методов стимулирования

С помощью интернет-журнала «HR-Journal», на основе которого был проведен анализ главных нематериальных потребностей среднестатистического российского работника. В число главных направлений поддержки сотрудников вошли медицинское страхование (81%) и частичная компенсация стоимости страховых программ, которые сотрудники открывают самостоятельно для членов сво-

их семей (62%), а также готовность компании изменять график под потребности работников (62%) и организация питания в офисе (53%).

Несмотря на актуальность данной темы, лишь 19% опрошенных нами компаний регулярно проводят мероприятия, направленные на поддержку сотрудников и членов их семей. 43% компаний делают это эпизодически, а еще 38% сейчас планируют внедрение подобных инициатив рис.4 [6]. Таким образом на рисунке 4 представлены основные нестандартные методы мотивации в Российских организациях, проанализированные с помощью интернет-журнала «HR-Journal».



Рис.4. Типология мотивационных программ различных организаций

Издательство журнала признает проблему нематериального стимулирования особо важной и называет ее «нестандартной мотивацией персонала». Вопреки важности данной темы, лишь 19 % опрошенных компаний систематически проводят мероприятия, которые направлены на поддержку своих сотрудников и членов их семей. А 43 % компаний делают это эпизодически, и еще 38 % сейчас планируют внедрение подобных инициатив». Следовательно, проанализировав перечисленные данные, можно сделать вывод о потенциале использования нематериальных вознаграждений [7].

Хочется отметить, что мы живем в эпоху глобальных перемен, вызванных кардинальной трансформацией информационной сферы, на пороге так называемой четвертой промышленной революции, которая уничтожит границы между физической, цифровой и биологической сферами и подарит невероятные возможности для роста эффективности экономики, повышения уровня жизни. Эти перемены обязательно коснутся и промышленности, и его ключевого ресурса - персонала тоже.

Конечно, структура рабочих мест изменится. Уже сейчас компании вкладывают большие средства в роботизацию, увеличивая долю роботов на предприятиях. Например, за 2015 год Китай купил почти 70 тысяч роботов. Япония и Южная Корея приобрели вдвое меньше, США получили 27 тысяч роботов, Германия более 20 тысяч. Россия неизбежно пойдет по этому пути, правда, пока наша страна покупает роботов по 500–600 в год. Следовательно, рынок труда будет меняться кардинально.

Поэтому организации должны готовить многопрофильных специалистов, обучать людей нескольким специальностям, которые будут проходить перекавалификацию в течение всей жизни, так как большинство рабочих мест, особенно в офисной сфере, будут роботизированы. Стоит подчеркнуть, что персонал уже сегодня должен учиться информационным технологиям, программам, которые ис-

пользуют передовые отрасли и корпорации. Иными словами, ленинский лозунг про «учиться, учиться и учиться» будет все более и более актуальным. На современном языке это называется системой «непрерывного образования». [8]

В заключении хочется сказать, что в данной работе перечислены основные методики повышения качества персонала, а также попытка указать перспективы развития персонала в будущем [9].

Список литературы

1. Производственный менеджмент. Теория и практика: учебник для бакалавров / И.Н. Иванов, А.М. Беляев [и др.] ; под ред. И.Н. Иванова. – М.: Издательство Юрайт, 2014 – 574с. – Серия : Бакалавр. Углубленный курс.
2. <http://refleader.ru/poljgeqasotrbeew.html>
3. <http://www.webarhimed.ru/page-140.html>
4. http://www.k2x2.info/uchebniki/upravlenie_personalom/p7.php
5. http://studopedia.ru/6_83109_upravlenie-kareroj.html
6. http://www.hr-journal.ru/articles/mp/mp_960.html
7. https://cipr.ru/wp-content/uploads/2017/05/CIPR2017_izdanie_2205_lowrez.pdf
8. Г.Ф. Мингалеев, Г.Ч. Ахмадеева, Ю.П. Клочков, В.В. Трутнев, В.М. Бабушкин, Р.И. Мистахов, Н.Н. Ураев Разработка и реализация современных методов организации, управления и технологий бережливого производства на промышленных предприятиях Республики Татарстан // под ред. Р.Х. Зарипова: монография. Казань: Изд-во Казан. гос. техн. ун-та. - 2015. С. 344.
9. Нугуманова Л. Ф., Сафиуллин А. Р., Валитов Ш. М., Трутнева А. А. Сравнительная эффективность мероприятий по развитию производственной системы // Вестник Казанского государственного технического университета им. А.Н. Туполева. - 2015. Т.71. №5, С.125-128.

УДК 331

РАЗВИТИЕ И УКРЕПЛЕНИЕ КАДРОВОГО ПОТЕНЦИАЛА ОРГАНИЗАЦИИ

ГАЛИМОВА АЙГУЛЬ ШАРИФОВНА,

к.э.н., доцент

БИКБАЕВА ФАЙРУЗА ФАИЗОВНА,

студент

ФГБОУ ВО «Башкирский государственный университет»

Аннотация В современной экономической литературе проблема развития кадрового потенциала не является принципиально новой, однако в практической работе кадровых служб предприятий эта проблема остается сложной, что требует развития теоретических подходов к пониманию кадрового потенциала как научной категории и определения основных практических подходов к формированию и реализации его развития, обеспечивающей повышение эффективности деятельности предприятий.

Ключевые слова: Кадровый потенциал, команда, мотивация, обучение, внутренние и внешние факторы, уровень квалификации.

THE DEVELOPMENT AND STRENGTHENING OF PERSONNEL POTENTIAL OF THE ORGANIZATION

Galimova Aigul Sharifovna,

Bikbaeva Fairuza Faizovna

Annotation: In modern economic literature, the problem of human resource development is not fundamentally new, but in the practical work of personnel services of enterprises this problem remains complex, which requires the development of theoretical approaches to understanding the human resource potential as a scientific category and determining the main practical approaches to the formation and realization of its development that provides increasing the efficiency of enterprises.

Keywords: Personnel potential, team, motivation, training, internal and external factors, skill level.

В современных экономических условиях ключевой задачей предприятий является обеспечение высокой эффективности своей деятельности. Такая задача является комплексной, поскольку эффективность организации в целом определяется значительным количеством разнообразных влияющих на ее факторов – как внутренней, так и внешней среды. Среди факторов внутренней среды, которая в большей степени контролируется и формируется самим предприятием, одним из важнейших является его персонал. Соответствие его характеристик целям и задачам организации – ключевой фактор предпринимательского успеха.

Кадровый потенциал это опыт, способности, знания и навыки каждого работника, которые задействуются в процессе трудовой деятельности с целью обеспечения эффективной работы предприятия, чтобы охарактеризовать тот кадровый потенциал, который имеется в той или иной организации используют следующие качества работников:[1, с.78]

- Уровень квалификации и опыт работы, профессиональные знания, умения, навыки;
- демографическая специфика;
- психо-мотивационные особенности профессиональной деятельности;

—дополнительные качества, обусловленные спецификой деятельности предприятия.

На уровень и качество кадрового потенциала влияют внутренние и внешние факторы. Укрепление кадрового потенциала предприятия представляет собой сложную систему, включающую множество элементов.

В настоящее время накоплен богатый опыт использования персонал- технологий. В современных экономических условиях большинство кадровых служб обладают целым арсеналом технологий подбора кадров, адаптации работников, профессионального продвижения, оценки человеческих ресурсов и т.д.

Среди современных образовательных технологий корпоративного развития человеческих ресурсов получают широкое распространение тренинги, метод конкретных ситуаций (case), компьютерные учебные программы, дистанционное обучение и др.

Отметим также, что для достижения максимального эффекта реализации кадрового потенциала необходимо выполнение следующих условий: иметь определенные знания, навыки и умения; мотивацию к образованию; иметь личностные качества, побуждающие к личностному росту, самообразованию, групповой работе в коллективе, формированию внутренней мотивации и т.д.

Персонал, по мере своего развития, может проявлять способности, которые позволяют ему выйти на новую ступень по карьерной лестнице. В этом случае его компетенции снова преобразуются для достижения поставленной цели, для этого используют компетентностный подход. По своей сути компетентностный подход:

—акцентирует внимание не столько на знаниях и навыках человека, сколько на поведении, действиях, в которых проявляются (результатируются) знания, навыки и способности — это позволяет напрямую связать применяемые знания с конкретными, измеряемыми результатами деятельности специалиста, а значит понимать причины успеха или неуспеха сотрудника, находить меры, которые позволяют усовершенствовать его деятельность;

—указывает не только на способность человека осуществлять требуемую деятельность, но и нести за нее ответственность — понимать, каким образом достигается нужный результат, понимать собственные границы и постоянно их расширять — это повышает ответственность сотрудников, их самоуправляемость и самообучаемость.

Командообразование (тимбилдинг) – термин, используемый в контексте бизнеса и применяемый к широкому диапазону действий для создания и повышения эффективности работы команды. В процессе командообразования существенное значение имеет мотивационная политика [2, с. 85].

Причем, помимо стандартных приемов материального стимулирования и стимулирования карьерным ростом необходимо использовать специальные методы, учитывающие особенности командной работы. Например, мотивирование чувством значимости личного вклада в общий успех – каждый сотрудник должен чувствовать, что его работа не осталась незамеченной. Мотивирование удовлетворением от результата заключается в поощрении сотрудников к творчеству. Не менее существенным является распределение ответственности в команде. Здесь на каждого из участников возлагается равная ответственность за решение общей задачи.

Сегодня можно говорить о том, что в России сложился рынок тимбилдинговых, коучинговых услуг, который характеризуется рядом показателей. Доля компаний, обучающих своих сотрудников с привлечением внешних специалистов составляет примерно 76, что говорит о популяризации данных методов и подходов. По территориальному признаку до 70% компаний, предоставляющие коучинговые услуги находятся в городах федерального значения, и 15–20 % – в других городах. Вместе с тем, активная региональная экспансия тренинговых компаний является сегодня одной из основных тенденций рынка [3, с. 113].

Другой особенностью командообразования в нашей стране является сильная ориентированность на американскую школу, которая основана на обучении через спортивные. Однако такой подход сам по себе не может решить проблему образования команды и повышает единство коллектива лишь на протяжении короткого отрезка времени.

Если говорить о побочных эффектах активных командных мероприятий, то даже в том случае,

если они были подготовлены с учетом личностных особенностей сотрудников, их тщательного тестирования и предварительного медицинского обследования, всегда найдется несколько человек, для которых даже небольшая эмоциональная встряска может оказаться роковой. Так, многие работники предпочитают на практике работать индивидуально, что может свидетельствовать либо о неудачном опыте командной работы либо об особенностях характера респондентов.

Важно понимать, что процесс тимбилдинга представляет собой нечто большее, чем сплочение коллектива и направлен, прежде всего, на развитие профессиональных навыков персонала.

Кадровый потенциал может рассматриваться и в более узком смысле — в качестве временно свободных или резервных трудовых мест, которые потенциально могут быть заняты специалистами в результате их развития и обучения.[4, с.172] Управление кадровым потенциалом должно содействовать упорядочению, сохранению качественной специфики, совершенствованию и развитию персонала.

Таким образом, проблема повышения качества кадрового потенциала окончательно не решена и требует дальнейшего исследования. Прежде чем говорить о повышении качества кадрового потенциала и сохранении этого качества на уровне производственного персонала, необходимо четко представить и проанализировать процесс преобразования кадрового потенциала в кадровый ресурс и далее производственный персонал.

Список литературы

1. Басырова Э.И. К вопросу о роли региональной политики в управлении трудовым потенциалом // Научно-методический электронный журнал Концепт. 2015. Т. 13.
2. Галимова А.Ш., Галимова Л.Ф., Тимербулатова А.Р. Заработная плата как фактор мотивации к труду // Вестник Волжского университета им. В.Н. Татищева. 2015. № 1 (33).
3. Галимова А.Ш., Ларькова А.С. Проблема распределения доходов в России // Сборники конференций НИЦ Социосфера. – 2012. № 11.
4. Юдина Л.Н. Исследование трудового потенциала как компонента социотехнической системы предприятия // Бизнес. Образование. Право. Вестник Волгоградского института бизнеса. – 2015.– № 2.

УДК 330

РОЛЬ ФИНАНСОВОГО АНАЛИЗА В ОЦЕНКЕ ФИНАНСОВОГО СОСТОЯНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ

ЗАЯЦ ТАТЬЯНА ИВАНОВНА

канд. экон. наук, доцент

БОРИСОВА МАРИЯ ИГОРЕВНА,

МОРОЗ РОМАН ВЛАДИСЛАВОВИЧ

студенты

ФГБОУ ВО «Новосибирский государственный университет экономики и управления (НИНХ)»

Аннотация: Финансовое состояние является одним из основных стержней, на которых основана стабильная и успешная работа предприятия. Оно является важнейшей характеристикой деловой активности и надежности, определяет конкурентоспособность, потенциал в деловом сотрудничестве, оценивает в какой степени гарантированы экономические интересы самой организации ее партнеров. Обеспечение устойчивого финансового состояния является первейшей задачей предприятия. Чтобы правильно, полно и всесторонне провести оценку финансового состояния, недостаточно одного умения реально оценивать финансовое состояние предприятия. Необходимо овладеть современными методами и приемами экономического анализа, благодаря которому можно эффективно управлять финансовыми ресурсами.

Ключевые слова: финансовое состояние, анализ, оценка, платежеспособность, финансовая устойчивость, деловая активность, рентабельность.

THE ROLE OF FINANCIAL ANALYSIS IN ASSESSING THE FINANCIAL STATE OF ENTERPRISES

Zayats Tatiana Ivanovna,
Borisova Maria Igorevna,
Moroz Roman Vladislavovich

Abstract: the Financial condition is one of the main pillars on which the stable and successful work of the enterprise is based. It is the most important characteristic of business activity and reliability, determines competitiveness, potential in business cooperation, assesses to what extent the economic interests of the organization of its partners are guaranteed. Ensuring a stable financial condition is the first task of the enterprise. To properly, fully and comprehensively assess the financial condition, it is not enough to have only the ability to realistically assess the financial condition of the enterprise. Modern methods and techniques of economic analysis, the benefits of which can be effectively managed financial resources, must be mastered.

Keywords: financial condition, analysis, assessment, solvency, financial stability, business activity, profitability.

В современных экономических условиях деятельность каждого хозяйствующего субъекта является предметом внимания обширного круга участников рыночных отношений, заинтересованных в результатах его функционирования. Чтобы обеспечить выживаемость организации в современных условиях, управленческому персоналу необходимо, прежде всего, на основании доступной отчетно-учетной

информации, уметь реально оценивать финансовое состояние, как своего предприятия, так и существующих потенциальных конкурентов.

Значение анализа финансового состояния предприятия трудно переоценить, так как именно он является той базой, на которой строится финансовая политика предприятия.

Результативность финансовой политики предприятия как уровень достижения наилучшего результата при наименьших затратах измеряется показателями финансовой эффективности ее работы в целом и каждого подразделения в отдельности, показателями эффективности использования финансовых ресурсов. Финансовая политика формирует стратегическое развитие предприятия.

Главная цель стратегии развития предприятия - устойчивое положение на рынке, основанное на эффективном распределении и использовании всех ресурсов (материальных, финансовых, трудовых, земельных, интеллектуальных и т.п.). При этом ведущим методом управления ресурсами становится метод аналитической оценки и прогнозирования результатов хозяйственной деятельности.

Финансовый анализ – это изучение основных показателей финансового состояния и финансовых результатов деятельности организации с целью принятия заинтересованными лицами управленческих, инвестиционных и прочих решений [1].

Оценка финансового состояния — это признанный инструмент выявления неблагоприятной ситуации на предприятии. Достоверная оценка сложившейся в экономике организации ситуации проводится с применением методов финансового анализа. Она дает возможность не только констатировать улучшение или ухудшение положения предприятия, но и измерить вероятность его банкротства [2].

Основной целью анализа является получение небольшого числа ключевых параметров, дающих объективную и точную картину финансового состояния предприятия, его прибыли и убытки, изменение структуры активов и пассивов. Также целью анализа финансового состояния является своевременное выявление и устранение недостатков в финансовой деятельности, определение резервов улучшения финансового состояния и определение путей финансовой стабилизации. Цели анализа достигаются в результате решения определенного взаимосвязанного набора аналитических задач.:

1. Оценка динамики движения и состояния состава и структуры активов;
2. Оценка динамики движения, состава, состояния и структуры источников собственного и заемного капитала;
3. Анализ расчетных и абсолютных показателей финансовой устойчивости предприятия, оценка изменения уровня и выявление тенденции изменения;
4. Анализ платежеспособности предприятия, ликвидности активов его баланса [4].

В основе финансового анализа лежит расчет специальных показателей, чаще в виде коэффициентов, характеризующих тот или иной аспект финансово-хозяйственной деятельности предприятия. Среди самых популярных финансовых коэффициентов можно выделить следующие:

- 1) Коэффициент автономии (отношение собственного капитала к общему капиталу (активам) предприятия).
- 2) Коэффициент текущей ликвидности (отношение оборотных активов к краткосрочным обязательствам).
- 3) Коэффициент быстрой ликвидности (отношение ликвидных активов, включающих денежные средства, краткосрочные финансовые вложения, краткосрочную дебиторскую задолженность, к краткосрочным обязательствам).
- 4) Коэффициент абсолютной ликвидности (отношению денежных средств и краткосрочных финансовых вложений к краткосрочным обязательствам (текущим пассивам)).
- 5) Коэффициент платежеспособности (отношение активов предприятия к долгосрочным и краткосрочным обязательствам).
- 6) Рентабельность собственного капитала (отношение чистой прибыли к собственному капиталу предприятия).
- 7) Рентабельность продаж (отношение прибыли от продаж к выручке предприятия), рентабельность по чистой прибыли (отношение чистой прибыли к выручке) [4].
- 8) Стоимость активов – это сумма всех активов предприятия в стоимостном выражении, отра-

женная в бухгалтерском балансе.

9) Рентабельность активов рассчитывается делением чистой прибыли (как правило, за год) на величину всех активов

10) Стоимость оборотных средств

11) Рентабельность оборотных средств- отношение чистой прибыли к средней стоимости оборотных активов

12) Стоимость внеоборотных активов

13) Рентабельность внеоборотных активов-отношение прибыли (до налогообложения) к средней стоимости внеоборотных активов [6].

Таблица 1

Состав и структура активов баланса ПАО «Фармстандарт» за 2016 год

Виды активов	На начало года		На конец года		Изменение, (+,-)	
	сумма, тыс. руб.	% к итогу	сумма, тыс. руб.	% к итогу	сумма, тыс. руб.	% к итогу
<i>Нематериальные активы, в том числе</i>	35801	0,06%	27137	0,03%	-8664	-0,03%
Незаконченные операции по приобретению НМА	294	0,0003%	311	0,0004%	17	-0,0001%
<i>Результаты исследований и разработок, в том числе</i>	-	-	5250	0,007%	5250	0,007%
Незаконченные и неоформленные расходы по НИОКР	-	-	5250	0,007%	5250	0,007%
<i>Основные средства</i>	530966	0,94%	474169	0,62%	-56797	-0,32%
Здания, машины, оборудование	494527	0,88%	474169	0,62%	-20358	-0,25%
Незавершенное строительство	36439	0,06%	-	-	-36439	-0,06%
<i>Финансовые вложения</i>	13728839	24,42%	12094949	15,92%	-1633890	-8,49%
<i>Отложенные налоговые активы</i>	438750	0,78%	364868	0,48%	-73882	-0,30%
<i>Прочие внеоборотные активы</i>	39761	0,07%	35246	0,05%	-4515	-0,02%
Итого по разделу «Внеоборотные активы»	14774117	26,28%	13001619	17,12%	-1772498	-9,16%
<i>Запасы</i>	3104341	5,52%	5689102	7,49%	2584761	1,97%
Сырье и материалы	25152	0,04%	49520	0,06%	24368	0,02%
Готовая продукция	3061449	5,44%	5626954	7,41%	2565505	1,96%
товары и готовая продукция отгруженная	1320	0,002%	4043	0,005%	2723	0,003%
расходы будущих периодов	16420	0,03%	8585	0,01%	-7835	-0,02%
<i>НДС</i>	195	0,0003%	623	0,0008%	428	0,0005%
<i>Дебиторская задолженность, в том числе:</i>	24772507	44,06%	33882637	44,61%	9110130	0,55%
покупатели и заказчики	22177805	39,45%	31884336	41,98%	9706531	2,53%
прочая дебиторская задолженность	2594702	4,61%	1998301	2,63%	-596401	-1,98%
<i>Финансовые вложения</i>	6586765	11,72%	10706403	14,10%	4119638	2,38%
<i>Денежные средства и денежные эквиваленты</i>	6982061	12,42%	12666357	16,68%	5684296	4,26%
<i>прочие оборотные активы</i>	387	0,001%	172	0,0002%	-215	-0,0008%
Итого по разделу «Оборотные активы»	41446256	73,72%	62945294	82,88%	21499038	9,16%
Валюта баланса	56220373	100%	75946913	100%	19726540	-

Оценка финансового состояния ПАО «Фармстандарт», предприятия по производству медицинского оборудования, инструментов и лекарственных средств начинается с оценки активов предприятия

тия, в процессе которой выявляются изменения за отчетный период в составе и структуре таких групп, как оборотные и внеоборотные активы [5]. Состав и структура активов баланса представлены в таблице 1.

Общая сумма активов возросла за отчетный год на 35,1% ($75946913: 56220373 \times 100\%$). Этот рост произошел за счет увеличения стоимости оборотных активов. Их доля в структуре активов выросла на 9,16% и достигла 82,88%. Наибольшее влияние на рост этого показателя оказало увеличение доли денежных средств (на 4,26%). Значительно (на 9,16%) снизилась доля внеоборотных активов, а в их составе – финансовые вложения (на 8,49%). Увеличение доли оборотных активов в целом можно оценить положительно.

Следующим этапом необходимо провести аналогичный анализ пассивов предприятия, т.е. финансовых ресурсов. Состав и структура пассива баланса представлены в таблице 2.

Таблица 2

Состав и структура пассива баланса ПАО «Фармстандарт» за 2016 год

Виды активов	На начало года		На конец года		Изменение, (+,-)	
	сумма, тыс. руб.	% к итогу	сумма, тыс. руб.	% к итогу	сумма, тыс. руб.	% к итогу
<i>Уставной капитал</i>	37793	0,07	37793	0,05	0	-0,02
<i>Резервный капитал</i>	1890	0,00	1890	0,002	0	-0,001
Резервы в соответствии с учетом документов	1890	0,003%	1890	0,002	0	-0,001
<i>Нераспределенная прибыль</i>	16615929	29,55	23221555	30,58	6605626	1,02
Итого по разделу «Капитал и резервы»	16655612	29,63	23261238	30,63	6605626	1,00
<i>Отложенные налоговые обязательства</i>	64953	0,11	29181	0,04	-35772	-0,07
Итого по разделу «Долгосрочные обязательства»	64953	0,11	29181	0,04	-35772	-0,07
<i>Заемные средства</i>	4000000	7,11	4000000	5,27	0	-1,85
<i>Кредиторская задолженность</i>	35261430	62,72	48374552	63,69	13113122	0,97
Поставщики и подрядчики	3670579	6,53	8672491	11,42	5001912	4,89
задолженность перед персоналом	15395	0,03	17807	0,02	2412	-0,01
задолженность перед внебюджетными фондами	39148	0,07	51902	0,07	12754	-
задолженность по налогам и сборам	678333	1,21	525391	0,69	-152942	-0,51
прочие кредиторы	30857975	54,89	39106961	51,49	8248986	-3,39
<i>доходы будущих периодов</i>	1539	0,003	1111	0,001	-428	-0,002
<i>оценочные обязательства</i>	236839	0,42	280831	0,37	43992	-0,05
Итого по разделу «Краткосрочные обязательства»	39499808	70,2	52656494	69,33	13156686	-0,87
Валюта баланса	56220373	100%	75946913	100%	19726540	-

Уменьшение доли заемных и привлеченных средств на фоне роста удельного веса собственных источников в формировании ресурсной базы привлекает потенциальных инвесторов и партнеров, стремящихся к минимизации риска вложения средств.

Определение необходимых показателей для ПАО «Фармстандарт» показало следующее.

1. Коэффициент автономии составил: на начало года - 0,3, а на конец года - 0,31. «Определяет степень финансовой независимости или автономии от внешнего капитала. Наряду с этим он характе-

ризует долю владельцев предприятия в общей сумме средств, вложенных в предприятие (соотношение собственного капитала и валюты баланса)» [3. с. 168].

Рост коэффициента автономии на 0,01 пункта свидетельствует о снижении финансовой зависимости ПАО «Фармстандарт» от внешних источников финансирования.

2. Коэффициент текущей ликвидности показывает, в какой мере текущие обязательства обеспечиваются материальными оборотными средствами. Значение этого показателя от 2 до 4 считается наиболее приемлемым в современных условиях хозяйствования. Коэффициент текущей ликвидности составил на начало года: 1,049, а на конец года: 1,195, однако его значение ниже нормативного показывает неспособность предприятия рассчитываться по текущим обязательствам без распродажи имущества.

3. Коэффициент быстрой ликвидности определяется отношением наиболее ликвидной части оборотных активов, то есть без учета наименее ликвидной части текущих активов - запасов, к краткосрочным обязательствам. Рекомендуемое значение показателя выше 1.

Коэффициент быстрой ликвидности на начало года составил: 0,971, а на конец года: 1,087.

Коэффициенты находятся за пределами рекомендуемых значений. Необходимо провести детальный анализ запасов и затрат для того, чтобы выявить причины такого значения коэффициента.

4. Коэффициент абсолютной ликвидности на начало года составил: 0,344, а на конец года: 0,4439. Рекомендуемое значение показателя выше 0,2.

5. Коэффициент платежеспособности на начало года составил 1,05. На конец года коэффициент стал: 1,2

Рентабельность деятельности ПАО «Фармстандарт» представлена в таблице 3.

Таблица 3

Показатели рентабельности ПАО «Фармстандарт» за 2015-2016 годы

Показатели	Ед. изм.	2015	2016	Изменение, (+,-)
Прибыль от продаж	тыс. руб.	6255351	7015626	760275
Выручка	тыс. руб.	15212225	25980744	10768519
Рентабельность продаж	%	41%	27%	-14%
Стоимость собственного капитала	тыс. руб.	13633028	19958425	6325397
Чистая прибыль	тыс. руб.	6045168	6605626	560458
Рентабельность собственного капитала	%	44%	33%	-11%
Стоимость активов	тыс. руб.	56220373	75946913	19726540
Рентабельность активов	%	10,8%	8,7%	-2,1%
Стоимость оборотных средств	тыс. руб.	79861741	104391550	24529809
Рентабельность оборотных средств	%	15,1%	12,7%	-2,4%
Стоимость внеоборотных активов	тыс. руб.	26585508	27745736	1160228
Рентабельность внеоборотных активов	%	57,8%	57,1%	-0,7%

Рентабельность отражает экономическую эффективность деятельности организации, она показывает соотношение результата к затратам. По полученным данным видно, что все показатели рентабельности имеют тенденцию спада. Можно сделать вывод о том, что у предприятия в 2016 году снизилась деловая активность, что отрицательно сказывается на финансовом состоянии в анализи-

руемом периоде и в будущем.

Таким образом, финансовый анализ позволяет не только оценить деятельность предприятия, но и спрогнозировать его дальнейшее развитие. Результаты финансового анализа дают возможность принимать управленческие решения на основе оценки текущего финансового положения и деятельности предприятия за предшествующие годы. Данные финансового анализа характеризуют абсолютную эффективность хозяйствования предприятия. Результаты финансового анализа позволяют выявить уязвимые места, требующие особого внимания, чтобы разработать мероприятия по их ликвидации.

Список литературы

1. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия: Учебник/Гарнов А.П. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 365 с.: <http://znanium.com/catalog/author/1896aeac-f848-11e3-9766-90b11c31de4c> (дата обращения: 27.03.2018).
2. Финансовый анализ: что это такое? [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.audit-it.ru/finanaliz/terms/analysis/>, свободный (дата обращения: 27.03.2018).
3. Комплексный анализ показателей деятельности районной кооперативной организации: учебное пособие / под. ред. канд. экон. наук, доц. Н.А. Поповой, ст. преп. Т.А. Железовой; НОУ ВПО Центросоюза РФ «СибУПК». – 3-е изд., испр. – Новосибирск, 2015. -208 с.
4. Оценка финансового состояния предприятия [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.active-consult.ru/finsostoyanie.html>, свободный(дата обращения: 27.03.2018).
5. Годовая бухгалтерская отчетность - официальный сайт ПАО «Фармстандарт» предприятия [Электронный ресурс] – Режим доступа: https://pharmstd.ru/page_171.html, свободный (дата обращения: 27.03.2018).
6. Финансовый анализ [Электронный ресурс] – Режим доступа <http://1fin.ru>, свободный (дата обращения: 27.03.2018).

© Заяц Т.И., Борисова М. И., Мороз Р.В.,2018

УДК 640.41

НЕКОТОРЫЕ АСПЕКТЫ РАЗВИТИЯ ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА В УСЛОВИЯХ НЕСТАБИЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ

МАТОСОВА ОКСАНА АЛЕКСАНДРОВНАМагистрант
ГБОУ ВО МО «Академия социального управления»

Аннотация: в статье приводится анализ современного состояния гостиниц и аналогичных средств размещения на рынке, рассматриваются основные внешние факторы и описываются некоторые процессы, которые влияют на развитие отечественной индустрии гостеприимства.

Ключевые слова: индустрия гостеприимства, экономический кризис, нестабильная экономика, санкции, конкурентоспособность, международный уровень.

SOME ASPECTS OF DEVELOPMENT OF HOSPITALITY INDUSTRY UNDER THE CONDITIONS OF UNSTABLE ECONOMY

Matosova Oksana Aleksandrovna

Abstract: in the article the analysis of a modern condition of hotels in the market, examines the main external factors and describes some processes that influence the development of the domestic hospitality industry.

Keywords: hospitality industry, economic crisis, unstable economy, sanctions, competitiveness, international level.

На современном этапе экономического развития Российской Федерации индустрия гостеприимства все больше увеличивает свою роль в экономике страны. Об этом свидетельствуют и международные мероприятия, такие как состоявшиеся Олимпийские игры в Сочи, предстоящий Чемпионат мира по футболу, Всемирная зимняя Универсиада в 2019 году, различные саммиты, международные экономические форумы, деловые конференции различного уровня.

Изучению современного развития индустрии гостеприимства в условиях нестабильной экономики посвящены труды Гареева Р.Р., Ковальчука А.П., Кульгачева И.П., Дедусенко Е.А., Лепешкина В.А., Романовой М.А., Кошелевой А.И., Романюка А.В., Мирзоева И.Ф., Никольской Е.Ю., Титиевской Е.М.

По словам Дедусенко Е.А., Лепешкин В.А., Романова М.А., Кульгачев И.П. «Несмотря на «санкции», Россия остается страной, которой доверяет мировая общественность. Это свидетельство роста авторитета страны в мировом сообществе и его доверия в способности россиян проводить важнейшие событийные мероприятия на высоком уровне. В то же это и возможность дальнейшего развития въездного и внутреннего туризма в Российской Федерации». [1, с. 117]

В статье «Направления развития предприятий индустрии гостеприимства и туризма в современных условиях в России» Ковальчук А.П. Кульгачев И.П. отмечают, что «В настоящее время развитие индустрии гостеприимства и туризма свидетельствует о том, что высокая стоимость размещения в российских отелях, которая являлась препятствием на пути повышения спроса на гостиничные

услуги со стороны иностранных и российских туристов в результате сложившейся экономической ситуации в стране, таким препятствием уже не является. Изменение ценовой политики российских гостиниц в результате падения курса рубля и активное развитие внутреннего туризма, а также связанный с изменением курса рубля рост спроса на гостиничные и туристические услуги, способствовали росту средней загрузки отечественных отелей». [2, с. 94]

Отсюда следует, что за счет социального, экономического и политического развития стран наблюдается рост отрасли гостиничного бизнеса и туризма в целом. Гостиничный бизнес в последнее время в один из перспективных форм ведения предпринимательской превращается деятельности, повышая свою социальную роль и, тем самым, становясь более интересным и доступным для разных слоев населения.

Однако экономический кризис, который длится на протяжении нескольких лет, не мог не затронуть и индустрию гостеприимства. Одним из основных показателей влияния кризиса на определенную сферу являются инвестиции в основной капитал. Согласно данным Ростуризма, после значительного роста в 2014 году наблюдается замедление прироста инвестиций в основной капитал в 2015 и 2016 годах. [3]

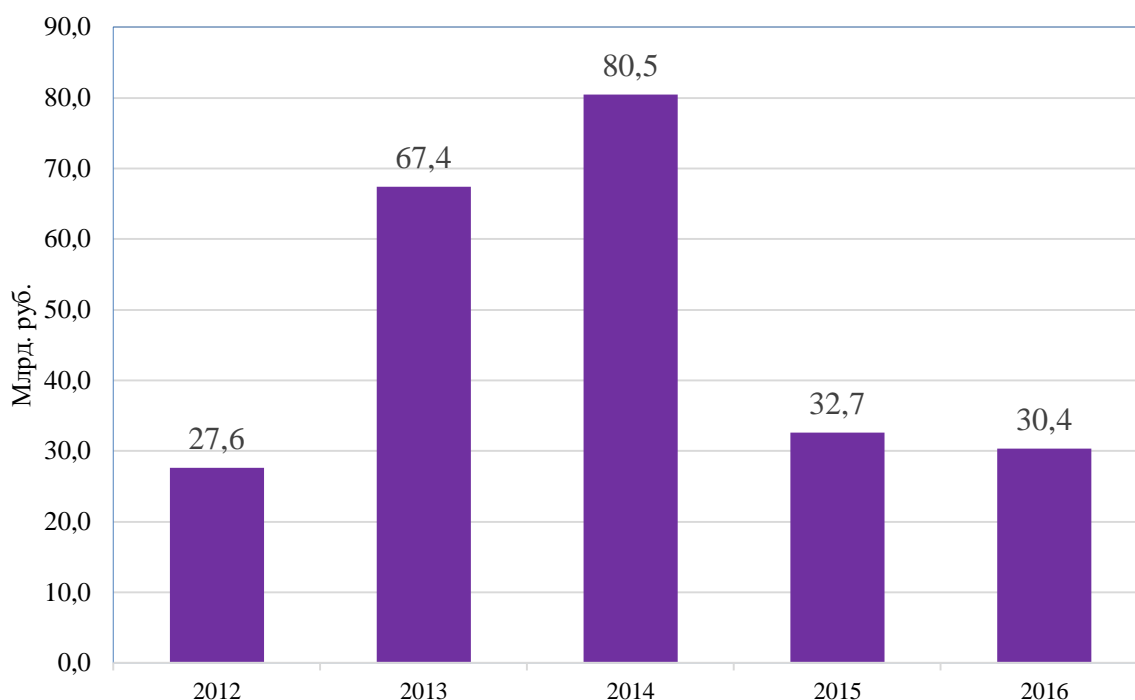


Рис.1. Инвестиции в основной капитал, направленные на развитие коллективных средств размещения (гостиниц, прочих мест для временного проживания)

Экономическое положение многих отечественных компаний было усложнено введением санкций, ограничив доступ на рынок капиталов других стран. В результате чего многие российские компании-участники бизнеса в сфере гостеприимства сократили проекты развития. В гостиничной отрасли накопилось определенное количество проблем, влияющих на конкурентоспособность гостиничного продукта: низкое качество предоставляемых услуг, слабая туристская инфраструктура, недостаток средств размещения среднего ценового сегмента. [2, с. 95]

Отдельно индустрия гостеприимства в современных условиях развития экономики имеет положительную динамику своего развития. Постепенно увеличивается число гостиниц и количество мест в них. В табл. 1 представлены данные за последние 7 лет. [4]

Таблица 1

Основные показатели деятельности гостиниц и аналогичных средств размещения.

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Число гостиниц и аналогичных средств размещения	7866	8416	9316	9869	10714	13957	14948
из них: гостиницы	458	495	516	565	698	704	1035
Число номеров в гостиницах и аналогичных средствах размещения, тыс.	260	278	301	319	372	433	475
Число мест в гостиницах и аналогичных средствах размещения, тыс.	530	571	618	676	815	923	1035
Число ночевок в гостиницах и аналогичных средствах размещения, тыс.	60425	67271	73492	76880	84119	100156	114479
Численность размещенных лиц в гостиницах и аналогичных средствах размещения, тыс. человек	24026	27112	30235	31733	33160	36817	42818

Число зарегистрированных средств размещения за последние 6 лет увеличилось почти в два раза – прирост гостиниц и аналогичных средств размещения составил 90%. Отдельно следует выделить увеличение числа гостиниц – их количество возросло более чем в два раза, прирост составил 127%. Доля гостиниц в общем количестве средств размещения по состоянию на 2016 год составляет 6,9%.

Положительная динамика наблюдается и при анализе номерного фонда средств размещения, объем которого увеличился в два раза за последние 6 лет, прирост составил 82,7%.

Согласно данным Росстата, приведенным в табл. 3, основной рост средств размещения и номерного фонда приходится на 2015 и 2016 годы.

Наибольший скачок числа ночевок приходится на 2015 год, когда увеличение произошло на 16037 номеров, а прирост составил 119,1%.

Положение экономики государства можно соотнести с динамикой числа иностранных граждан, проживавших в гостиницах и аналогичных средствах размещения. В 2015 году замечен значительный прирост иностранных туристов по отношению к прошлым периодам (рис.2). Данную ситуацию можно объяснить тем, что в 2015 году произошло резкое падение курса рубля, после чего число иностранных граждан в российских средствах размещения увеличилось на 21,4%. [4; 5, с. 144]

На сегодняшний день в индустрии гостеприимства и туризма идет ряд процессов, которые несут существенный вклад в ее развитие.

Для повышения конкурентоспособности туристских и гостиничных услуг, направленного на развитие внутреннего и въездного туризма, за счет укрепления доверия потребителей к оценке соответствия объектов туристской индустрии, в России был принят новый порядок классификации объектов туристской индустрии в соответствии с приказом Минкультуры России от 11.07.2014 N 1215.

В настоящее время развитие индустрии гостеприимства характеризует повышенный авторитет России на международном уровне. Реализация таких значительных проектов, как проведение Олимпийских игр в Сочи, подготовка к Чемпионату мира по футболу FIFA 2018, оценивается как повышение предпринимательской активности в отрасли.

Одно из самых главных способов развития антикризисной политики в современных условиях является сотрудничество власти и бизнеса в таком виде как, например, гражданско-правовое сотрудничество (ГЧП). Необходимость данного функционирования должна быть оправдана целью создания механизмов взаимодействия между органами власти и предпринимателями, а также развития необходимых условий развития, которые смогли бы реализовать новые концепции гостиничной индустрии,

в частности, кластерного подхода. Данное партнерство способствовало бы увеличению инвестиций на развитие инфраструктуры индустрии гостеприимства и туризма. По состоянию на конец 2015г. в 83 субъектах РФ активно реализуются региональные целевые программы развития туризма на принципах ГЧП.

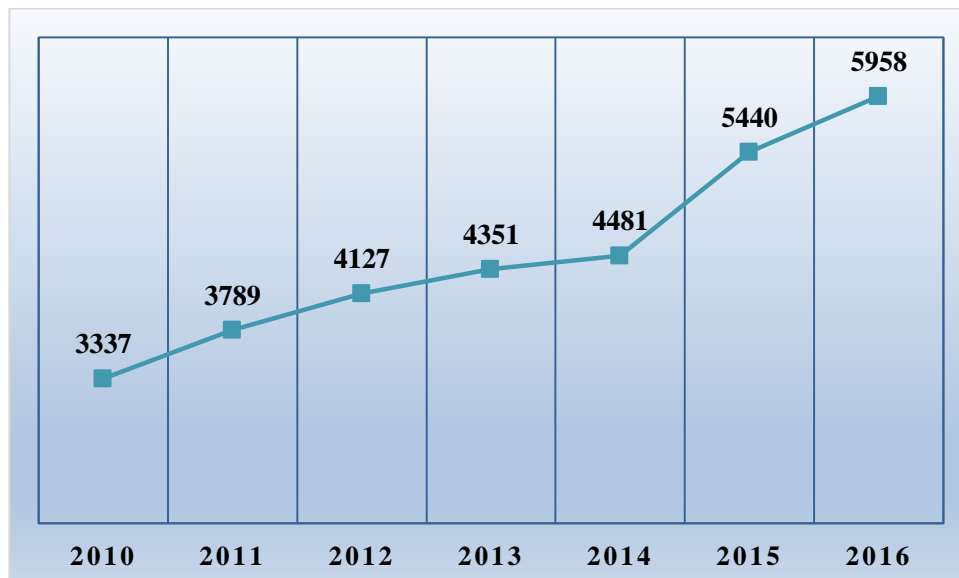


Рис.2. Численность иностранных граждан, размещенных в гостиницах и аналогичных средствах размещения (тысяч человек)

Постоянное появление на рынке новых конкурентов в лице как международных гостиничных операторов, так и отечественных представителей индустрии гостеприимства. Развитие отечественных предприятий, в условиях возрастающей конкуренции, во многом будет зависеть от наличия государственной поддержки и интеллектуального капитала, что позволит обеспечить соответствующий уровень менеджмента зарубежной практике. [6, с. 120]

В связи с экономическими изменениями на международной арене, государство должно рассмотреть вопрос об улучшении законодательных основ, что послужило бы стимулом для привлечения частных инвестиций для развития инфраструктуры туризм в регионах России. Появление новых источников финансирования позволит улучшить качество предоставляемых услуг и получить отдачу в виде роста стабильности индустрии гостеприимства.

Список литературы

1. Дедусенко Е.А., Лепешкин В.А., Кульгачев И.П., Романова М.М. Отечественный глобализм и экономическая целесообразность в индустрии гостеприимства / Проблемы и перспективы индустрии гостеприимства и туризма: сборник статей – Уфа: АЭТЕРНА, 2017. – 117-120 стр.
2. Ковальчук А.П., Кульгачев И.П. Направления развития предприятий индустрии гостеприимства и туризма в современных условиях в России / Проблемы и перспективы индустрии гостеприимства и туризма: сборник статей – Уфа: АЭТЕРНА, 2017. – 94-97 стр.
3. Федеральное агентство по туризму РФ / [Электронный ресурс] – Режим доступа – URL: <https://www.russiatourism.ru/>
4. Федеральная служба государственной статистики / [Электронный ресурс] – Режим доступа – URL: <http://www.gks.ru/>
5. Никольская Е.Ю., Титиевская Е.М. Тенденции и перспективы развития гостиничного бизнеса / Проблемы и перспективы индустрии гостеприимства и туризма: сборник статей – Уфа: АЭТЕРНА, 2017. – 142-145 стр.

6. Постановление Правительства РФ от 2 августа 2011 г. № 644 «О федеральной целевой программе «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011-2018 годы)» / [Электронный ресурс] / Информационно-правовой портал «Гарант.ру», Режим доступа: URL <http://base.garant.ru>

7. Приказ Министерства культуры РФ от 11 июня 2014 г. № 1215 «Об утверждении порядка классификации объектов туристской индустрии, включающих гостиницы и иные средства размещения, горнолыжные трассы и пляжи, осуществляемой аккредитованными организациями» / [Электронный ресурс] / Информационно-правовой портал «Гарант.ру», Режим доступа: URL <http://base.garant.ru>

8. Гареев Р.Р. Главные тренды мирового гостиничного бизнеса в 2016 году / Проблемы и перспективы индустрии гостеприимства и туризма: сборник статей – Уфа: АЭТЕРНА, 2017. – 64-67 стр.

УДК 338.33

КОНТРОЛЛИНГ ЗАТРАТ НА НИОКР НА СОВРЕМЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ

ШАВАЛЕЕВА КАРИНА РАМИЛЬЕВНА

Студент

ФГБОУ ВО «Уфимский государственный нефтяной технический университет»

Аннотация: Контроллинг затрат на НИОКР является одним из самых сложных участков учетной работы на современном предприятии. В статье представлены особенности и основные цели контроллинга затрат на НИОКР на современном предприятии. Рассмотрены возможные риски при управлении проектом НИОКР.

Ключевые слова. Контроллинг, НИОКР, затраты, риски НИОКР, учет НИОКР.

CONTROLLING OF COSTS OF RESEARCH AND DEVELOPMENT AT THE MODERN ENTERPRISES

Shavaleeva Karina Ramilevna

Annotation: Controlling of costs of research and development is one of the most difficult sites of registration work at the modern enterprise. Features and main objectives of controlling of costs of research and development at the modern enterprise are presented in article. Possible risks at management of the project of research and development are considered.

Keywords: Controlling, research and development, expenses, risks of research and development, accounting of research and development.

Научно-исследовательские и опытно-конструкторские работы играют большую роль в поиске инновационных технологий производства конкурентоспособной продукции. Повышение качества продукции, снижение ее себестоимости все это связано с затратами. В настоящее время управление затратами эффективно обеспечивает внедрение контроллинга на предприятии. Совокупность данных мероприятий позволяет сократить издержки предприятия после внедрения нововведений, увеличить скорость обращения капитала, вывести новую услугу или продукт на рынок.

НИОКР – это инновационная деятельность, связанная с большим количеством затрат. Результатом проведения НИОКР является оценка себестоимости научно-технической продукции [1]. Существуют текущие затраты (материальные), такие как:

- затраты по работам, которые выполняются сторонними организациями;
- затраты на оплату труда работникам, осуществляющим НИОКР;
- отчисления во внебюджетные и страховые фонды;
- затраты на сырье, полуфабрикаты и материалы.

Также существуют инвестиционные издержки, включающие следующие затраты:

- затраты на приобретение ПО, необходимого для проведения НИОКР;
- затраты на проектно-изыскательские работы;
- затраты на приобретение оборудования.

Таким образом, управление данными затратами вызывает сложность, нужен тщательный выбор особых методов и инструментов для их управления. Для этой цели эффективно внедрение контроллинга управления затратами на НИОКР.

Главные цели контроллинга НИОКР – это ориентировать новшества на стратегию развития предприятия. Контроллинг затрат на НИОКР выполняет следующие основные задачи:

- подготовка необходимых документов, которые формируют процесс сбора и обработки информации;
- оценивать текущие затраты;
- выявление и анализ отклонений;
- поиск способов снижения затрат на различных этапах проведения НИОКР;
- составление промежуточных отчетов.

В процессе контроллинга контролеры фиксируют выполнение задач, контролируют сроки, объемы используемых ресурсов, проводят промежуточную калькуляцию, составляют отчет, проводят анализ выполнения задач.

Отсутствие эффективной системы управления проектам НИОКР основная причина коммерческого неуспеха нововведений. НИОКР принадлежит в большей степени к рискам, чем другие виды деятельности предприятия. Основные виды рисков:

- технические;
- временные;
- экономические.

Технические обозначают вероятность реализации проекта НИОКР. Временные отвечают за своевременной реализацией проекта. Экономические или финансовые риски, возникают в результате превышения фактических затрат от плановых. Риск заключается в том, что продукт может оказаться очень дорогим и непродаемым, что обычно приводит к потере ликвидности предприятия.

Первым этапом контроллинга затрат является классификация затрат на НИОКР и формирование задач, связанных с управлением затратами. Также возникает необходимость рассмотрения затрат в срезе стадий:

1. Допроизводственная – состоит в стратегическом учете оценки и рационализации начальных затрат на производство нового продукта. Служит инструментом отражения плановой/прогнозной информации. Стадия содержит два этапа: исследования и разработку.

2. Производственная – стратегический учёт оперативно контролирует затраты на производимый продукт. Этапы: подготовка к производству, вывод продукта на рынок, увеличение объемов продаж, зрелость продукта, утилизация.

3. Послепроизводственная – оценка риска и учета возможностей будущих потерь от продвижения продукта на рынке, снятие его с производства и разработка заменяющего продукта. Этапы: снижение продаж, снятие продукта с производства.

Затраты на реализацию промышленного продукта должны учитываться/определяться систематически по всем стадиям жизненного цикла промышленного продукта ввиду того, что технический прогресс сокращает жизненный цикл множества продуктов, подвергая их моральному устареванию. При этом время производства промышленного продукта уравнивается со временем его разработки и проектирования, то есть большинство затрат возникает на стадии НИОКР [2].

Когда выделены все задачи, связанные с контроллингом затрат, каждой из них ставится свой набор инструментов и методов управления расходами [4].

Алгоритм контроллинга затратами на НИОКР можно представить следующим образом:

1. Определение затрат для достижения плановых целей по видам продукции, проектам.
2. Установление «контрольных точек». Это точки, характеризующие переход проекта от одной стадии к другой. В них осуществляется определение фактических затрат и их отклонение от плановых.
3. На основании информации по отклонению данных показателей формируются управленческие решения. На основании оценки и анализа отклонений можно принимать кардинальные решения: например, о преждевременном закрытии проекта.

Контроллинг является гибкой совокупностью методов учета затрат, позволяющих своевременно адаптироваться под изменения и корректировки, вносимые в проект. Из-за нынешней нестабильности экономики, динамично развивающейся среды и условий неопределенности, владение этой информа-

цией позволяет правильно управлять затратами, доходами бизнеса, а также создавать конкурентоспособную продукцию с повышенным качеством и сниженной себестоимостью.

Список литературы

1 Аникейчик Н.Д., Кинжагулов И.Ю., Федоров А.В. Планирование и управление НИР и ОКР. Учебное пособие. – СПб: Университет ИТМО, 2016 – 192 С.

2 Система методов управленческого учета [Электронный ресурс]. – режим доступа: auditfin.com>fin/2009/1/Zolotuhina (дата обращения 1.04.2017)

4 Просвирина М.Е., Червенкова С.Г. Формирование методов управления затратами на машиностроительном предприятии / М.Е.Просвирина, С.Г.Червенкова // Российское предпринимательство №5, 2011. – С. 136-141

4 Воронцова В.Ю., Корчагина А.П. Life cycle costing как система формирования затрат на НИОКР / В.Ю.Воронцова, С.Г. Червенкова // Вестник университета, 2017. – С. 90 – 94

УДК 332.1

ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ РАЗВИТИЯ МЕТОДОЛОГИИ КЛАСТЕРНОГО ПОДХОДА В ЭКОНОМИКЕ

КУДРЯШОВ ВАДИМ СЕРГЕЕВИЧ

кандидат экономических наук, доцент кафедры менеджмента
Северо-Западный институт управления РАНХиГС при Президенте РФ
(Россия, г. Санкт-Петербург)

Аннотация: В статье предложена методология кластерного подхода в экономике. Определены основные цели, задачи, история возникновения кластеров в зарубежных странах. Выявлены основные методологические аспекты при формировании кластеров в экономике.

Ключевые слова: кластер, кластерный подход, регион, инновационный подход, инновационные изобретения.

FOREIGN EXPERIENCE OF DEVELOPMENT OF METHODOLOGY OF CLUSTER APPROACH IN ECONOMY

Kudryashov Vadim Sergeevich

Annotation: The article proposes the methodology of cluster approach in the economy. The main goals, tasks, history of clusters emergence in foreign countries are defined. The main methodological aspects of the formation of clusters in the economy.

Keywords: cluster, cluster approach, region, innovative approach, innovative inventions.

Во всём мире кластеризация, это достаточно распространенное явление, существует множество стран в которых политика основывается на кластеризации, причём уже начиная с двухтысячных годов. В пример можно привести такие страны как: Финляндия, Норвегия, Швеция. Финляндия одна из самых конкурентоспособных стран мира, более того, она входит в топы мировых рейтингов, направленных на конкурентоспособность.

Благодаря кластерам, что дают высокую производительность, Финляндия включает в себя: 0,5% - мировые лесные ресурсы, 10% - мировой экспорт продукции деревообработки, 25% - бумаги. А так же телекоммуникационный рынок: 30% - мировой экспорт оборудования мобильной связи и 40% - мобильные телефоны [1].

Во время того, как кластерный подход развивался, так же менялись и в общей степени развивались кластерные объединения. В пример можно взять Европейскую экономическую комиссию УЭК ООН 2008 г. Был повышен уровень инновационности в фирмах: был пересмотрен выбор политических и практических инструментов [2]. Были выделены основные характеристики кластеров:

– компактность расположения (при близком расположении, организации имеют возможность без особого труда взаимодействовать друг с другом, заниматься обменом социального капитала и процессом обучения);

- специализация (в кластерах происходят сосредоточения вокруг определённых сфер деятельности и с этой деятельностью все участники имеют дело);
- большое количество экономических агентов (кластерный подход имеет отношение не только к фирмам, что входят в кластеры, но и к общественным организациям, академиям, финансовым посредникам, институтам, и т.д.);
- соперничество и совместная работа (основные качества и деятельность которой занимают фирмы и сотрудники кластера.);
- получение цели: «критическая масса» в размере кластера (направлена на повышение динамики на развитие в кластере);
- долговечность кластеров (существование кластеров в долгой перспективе);
- мотивация в инновационном процессе (фирмы и предприятия, что входят в состав кластера должны быть вовлечены в процесс технологической, продуктивной, рыночной или организационной инновации);

До того, как кластеры пришли к тому, что основной путь развития современного общества – это инновационная экономика, большинство кластеров обращались только к вопросам производства товаров потребления и вопросам о возможном повышении конкурентоспособности различных регионов или иных территорий [3].

В мире осуществляется значительный рост количества публикаций различных научных статей на тему проблемы кластерного финансирования в региональной экономике, в этих статьях до сего времени даже определение «кластер» не имеет точного устоявшегося значения [4]. Не удаваясь в подробности, почти всегда используется общая, глобальная трактовка значения этого слова, в неё можно включить все любые связи, которые имеют отношения к рыночным агентам, что имеют отношение к различным направлениям общественной деятельности, как например: хозяйственная деятельность, научная деятельность, культурная деятельность и т.д.

Зарубежные кластеры объединяет в своем строю некоторые, различные между собой элементы, такие как:

1. Производительная система, что объединяет в собственном механизме статичную, постоянную практико-ориентированную науку, новейшую индустрию и обучение.
2. Индустриально-производственная структура в форме процесса производства, воспроизведение, крепкого функционирования, усовершенствования, изобретений, предприятий и управления.
3. Полисферное и множественно отраслевое структурирование практик, рассчитанная на собрание техно-динамическое и технологическое проникновение при соприкосновении инновационных решений с соответствием с принципами инновационных восприимчивостей разнообразных групп новаторской инфраструктуры.
4. Совместная организация и использование в одно и то же время постиндустриальных уровней пределов и усовершенствованных промышленных платформ, что обеспечивает формирование новых технологий, следующего поколения.
5. Совместная организация активнодействующего централизованного организационного ядра и рыночная среда, что является непосредственно конкурентом, при различной скорости и при различных принципах воспринимаются и производятся технологические и инновационные товары.
6. Формирование продукции дублированного назначения на основе серийных производств, обеспечивающих проверенное качество изделий, товаров и прочих продуктов.
7. Инвестиционное проектирование и построение финансово-инжиниринговой системы, что дает возможность на реализацию мега-проектов на основе прослеживания всего альтернативного набора, что весьма могут иметь спрос в будущем, проектных продуктов и учета рисков, а не дисконтирования финансового потока.

Многие учёные считают, что возникновение кластеров происходит в условиях, когда различные компании в регионе, независимые друг от друга, имеют одну цель, что заключается в получении собственной, большей прибыли, и все эти компании пришли к одному заключению, к пониманию того, что следует скооперироваться, для реализации ряда инициатив, совместно с другими организациями и

предприятиями, для повышения конкурентоспособности своего бизнеса и всего региона в целом [5]. И если все получается и компании кооперируются, для реализации данных инициатив, то прибыль значительно увеличивается и увеличивается она в долгосрочной перспективе. Так как они скооперировались и работают вместе, эти компании уже нельзя назвать просто частными, отдельными предприятиями, это уже будет называться – кластер предприятий.

На примере международного опыта можно увидеть, что конкуренция проходит не между отдельными предприятиями, а она проходит между кластерами, исходя из этого, и инвестиции теперь чаще стали вкладывать не в отдельные предприятия, а в сообщества, в группировки, в кластеры, а ведь есть те, кто предвидели и оценили такое преимущество на рынке инвестиций, намного раньше остальных и теперь они получают неожиданное для других компаний конкурентное преимущество.

Список литературы

1. Кудряшов В.С. Реализация кластерной политики в целях экономического развития регионов России// Экономика и управление: проблемы, решения. 2017. № 1. С. 33-38.
2. Кудряшов В.С., Миронов Д.Е. Стратегические подходы к формированию государственной кластерной политики на региональном уровне// Петербургский экономический журнал. 2014. № 4. С. 75-80.
3. Андрейковец И.Н., Кудряшов В.С., Шматко А.Д. Формирование инновационных кластеров: анализ существующего опыта и перспективы// Журнал правовых и экономических исследований. 2012. № 1. С. 168-171.
4. Портер М. Международная конкуренция: пер. с англ. / М. Портер; под ред. и с пред. В.Д. Щетинина. М.: Междунар. отношения, 1993. 896 с.
5. Богославец Д.М. Эволюция понятия «кластер» различных научных школ // Транспортное дело России. 2015. №2. С. 101-103.

УДК 336.027

ЭКОНОМИЧЕСКОЕ СОДЕРЖАНИЕ НАЛОГОВЫХ ЛЬГОТ

БУЛАТОВА ЮЛИЯ ИЛЬДАРОВНА,к.э.н., доцент кафедры финансов
ФГБОУ ВО «Оренбургский государственный университет»

Аннотация: настоящая статья посвящена вопросам анализа сущности экономической категории «налоговая льгота». В статье представлен обзор подходов к определению понятия «налоговая льгота», рассмотрены основные признаки их установления, проведена сравнительная характеристика налоговых льгот и преференций: выделены общие и отличительные признаки данных категорий.

Ключевые слова: налог, налоговые льготы, налоговые преференции, налоговая политика, налоговые инструменты

THE ECONOMIC CONTENT OF TAX BENEFITS

Bulatova Yulia Ildarovna

Abstract: this article is devoted to the analysis of the essence of the economic category «tax relief». The article presents an overview of approaches to the definition of «tax relief», the main features of their establishment, a comparative characteristic of tax benefits and preferences: the general and distinctive features of these categories.

Key words: tax, tax benefits, tax preferences, tax policy, tax instruments

Налог представляет собой сложную систему отношений, включающую взаимодействующие составляющие, имеющие самостоятельное юридическое значение. Эти составляющие являются элементами налога, которые выражают его содержание и форму. Все элементы налога можно разделить на существенные (основные, обязательные) и факультативные (несущественные). Существенные элементы - это элементы состава налога, которые обеспечивают определенность налогового обязательства и порядок его исполнения, они обязательны для установления налога. Факультативные элементы - элементы состава налога, которые дополняют (уточняют) налоговое обязательство и не оказывают значительного влияния на его определенность. Одним из наиболее важных факультативных элементов налога являются налоговые льготы.

Налоговые льготы выступают одной из форм практической реализации регулирующей функции налогов. Применение льгот осуществляется с целью стимулирования (сдерживания) темпов воспроизводства, управления накоплением капитала юридических и физических лиц, а также нацелено на расширение или же уменьшение платежеспособного спроса населения.

Налоговые льготы играют важную роль в функционировании государства, так как способствуют сглаживанию взаимоотношений с налогоплательщиками. Более того, применение налоговых льгот способно стимулировать ту или иную сферу деятельности, а значит, наравне с «налоговой свободой» налогоплательщик получает также и возможность внести свой вклад в поддержание экономики страны.

В настоящее время в налоговой теории существуют различные точки зрения на сущность и содержание понятия «налоговая льгота». В таблице 1 представлены различные определения налоговой льготы, сформулированные российскими учеными.

В ст. 56 Налогового кодекса РФ «льготами по налогам и сборам признаются предоставляемые отдельным категориям налогоплательщиков и плательщиков сборов предусмотренные законодательством о налогах и сборах преимущества по сравнению с другими налогоплательщиками или плательщиками сборов, включая возможность не уплачивать налог или сбор либо уплачивать их в меньшем размере» [1].

Таким образом, обобщив рассмотренные точки зрения, налоговую льготу можно определить как особый порядок налогообложения, призванный оказывать стимулирующее действие на деятельность законодательно определенного круга лиц в форме предоставления права на освобождения, вычеты, понижение ставок или применение специальных налоговых режимов налогообложения с целью перенаправления высвобождаемых денежных ресурсов на развитие и поддержание положительной активности налогоплательщиков.

Таблица 1

Понятие налоговой льготы

Автор	Определение
С. В. Барулин	«Основной элемент налога» [2, с. 39]
П. А. Клименко	«Часть механизма налогового регулирования, включающего различные формы, виды и инструменты, призванные способствовать увеличению прибыльности хозяйствующих субъектов, росту объема их собственных финансовых ресурсов» [3, с. 180]
Н. В. Миляков	«Установленная законом составная часть системы налогообложения, обеспечивающая финансово-экономическое стимулирование предпринимательской деятельности налогоплательщиков путем облегчения бремени налоговых обязанностей» [4, с. 31]
С. А. Балаев	«Юридический инструмент налоговой политики государства в отношении субъекта налоговой льготы, который подразумевает «два вида предоставления: сокращение размеров налогового обязательства налогоплательщика либо отсрочка (рассрочка) платежа ... вторую цель надлежит рассматривать как способ косвенного сокращения налоговых обязательств налогоплательщика, поскольку отсрочка или рассрочка платежа фактически являются кредитом, предоставленным бесплатно или на льготных условиях» [5, с. 258]
С. С. Быков	«Выступает дополняющей или изменяющей содержание надстройкой элемента налогообложения» [6, с. 22]

Как отмечает Е. Н. Орлова [7, с. 4], налоговые льготы выполняют две основные функции:

- компенсационную, которая проявляется в создании равных возможностей для субъектов при наличии неравных внешних или внутренних факторов (освобождения сумм материальной помощи, стипендий учащихся, студентов и т.д.);

- стимулирующую, которая направлена на развитие отдельных видов деятельности с помощью создания для них благоприятных условий (дополнительные льготы и преференции организациям, осуществляющим инновационную деятельность).

Помимо понятия «налоговая льгота» в налогообложении также существует и понятие «налоговой преференции» - сокращение налоговых обязательств для определенных групп налогоплательщиков. Налоговая преференция является по своему значению более емким понятием, так как включает в себя: налоговые льготы, предоставление отсрочек и рассрочек по уплате налогов, налоговый кредит, упрощенный порядок уплаты налогов.

На основе рассмотренных нами определений данных понятий можно выделить основные сходства и различия льгот и преференций. К общим чертам можно отнести:

- цель введения - снижение итоговой нагрузки налогоплательщика, что в конечном итоге оказывает стимулирующее воздействие на развитие отдельных видов деятельности;

- субъекты применения - могут быть применены к отдельным категориям налогоплательщиков при ссылке на закон;

- объекты налогообложения могут быть изменены за счет применения и льгот, и преференций.

Различия льгот и преференций состоят в следующем:

- налоговые преференции могут быть применены по отношению к налоговой базе (например, вычеты и скидки) и налоговой ставке, тогда как налоговые льготы не подразумевают такого применения;

- под преференциями следует понимать любые способы изменения порядка и сроков уплаты налога, а именно, налоговые отсрочки и рассрочки, налоговый кредит, инвестиционный налоговый кредит;

- налогоплательщик на неопределенный период может приостановить использование налоговых льгот, а затем вновь восстановить их применение. При применении налоговых преференций такая возможность отсутствует. То есть можем сделать вывод, что применение преференций является обязательным для налогоплательщика.

Рассматривая понятие налоговых льгот, И. А. Майбуров [8, с. 55] приводит основные признаки их установления:

- законность - налоговые льготы должны устанавливаться исключительно законами федерального и регионального уровня или нормативно-правовыми актами представительных органов муниципальных образований;

- создание налоговых преимуществ - любой вид налоговой льготы предполагает снижение налоговых обязательств налогоплательщика или же издержек, связанных с уплатой или декларированием налогов и сборов по сравнению с общим порядком налогообложения;

- избирательность - льгота предоставляется лишь отдельным категориям, а не всем налогоплательщикам. Повсеместность предоставления льгот дискредитирует само их предназначение и трансформирует в базовые правила налогообложения;

- целевой характер - льгота вводится для достижения определенной цели. Устанавливаемые льготы имеют различную целевую направленность.

Ученые предлагают различные варианты классификации налоговых льгот. Рассмотрим основные виды льгот подробнее:

- отсрочка - «перенос компетентными органами срока уплаты налога при наличии соответствующих оснований с последующим единовременным погашением налогоплательщиком суммы задолженности» [1];

- рассрочка - «перенос компетентными органами срока уплаты налога при наличии соответствующих оснований с поэтапным погашением, то есть разбиение суммы налога на определенные части с установлением сроков уплаты этих частей» [1];

- налоговый кредит - изменение срока уплаты налога при наличии соответствующих оснований;

- налоговые каникулы - льгота, предусматривающая полное освобождение от уплаты налога на определенный законом срок;

- освобождения - льготы, выводящие полностью или частично из-под налогообложения определенные категории налогоплательщиков или налогоплательщиков, отвечающих установленным критериям;

- налоговый иммунитет - форма налогового освобождения, предполагающая освобождение от налогообложения привилегированных слоев населения (духовенство, дворянство и т.д.);

- отчисление (изъятие) - вид льготы в области налогообложения, при которой осуществляется выделение отдельных составных частей из общего объекта налогообложения с целью уменьшения на их величину объекта при начислении и уплате налога;

- вычеты - «льготы, позволяющие в определенных случаях уменьшать величину налоговой базы. Вычеты могут быть также лимитированными, т.е. принимаемыми в установленных пределах, и нелимитированными, т.е. принимаемыми без ограничения» [1];

- скидки - льготы, позволяющие в определенных законом случаях использовать пониженные или нулевые налоговые ставки.

Льготы можно рассматривать, как самый нестабильный элемент налоговой системы, но именно

им надлежит воплощать стимулирующую роль налога. Влияние налоговых льгот на экономическую деятельность субъектов хозяйствования очень велико, так как за счет применения льгот предприятиями высвобождаются значительные ресурсы, которые могут направляться на развитие и модернизацию производства. К тому же льготы помогают заполнять так называемые «провалы рынка» (случаи, когда рынок оказывается не в состоянии обеспечить эффективное использование ресурсов в рыночной экономике) и стимулировать организации, осуществляющие социально значимую деятельность.

Вопрос применения налоговых льгот всегда остается открытым, что связано с непрекращающимся процессом совершенствования налогового законодательства. Развитие новых технологий, изменение социально-экономического климата в стране постоянно требуют вносить все новые коррективы.

Список литературы

1. Налоговый кодекс Российской Федерации. Часть 1 [Электронный ресурс]: Федер. закон от 31 июля 1998 г. № 146-ФЗ // Система ГАРАНТ.
2. Барулин С. В. Налоговые льготы как элемент налогообложения и инструмент налоговой политики / С.В. Барулин, А.В. Макрушин // Финансы. - 2002. - № 2. - С. 39-42.
3. Клименко П. А. Индикативный подход к обоснованию налоговых льгот / П.А. Клименко // Известия ЮЗГУ. Серия Экономика. Социология. Менеджмент. - 2012. - № 2. - С. 180-184.
4. Миляков Н. В. Налоги и налогообложение / Н.В. Миляков. – М.: ИНФРА-М, 2009. - 520 с.
5. Балаев С. А. Налоговые льготы как стимулы для реализации функции налогообложения / С.А. Балаев // Гуманитарные исследования. - 2012. - № 1. - С. 257-262.
6. Быков С. С. Классификация налоговых льгот как условие и этап оценки их эффективности / С.С. Быков // Известия ИГЭА. - 2013. - № 5 (91). - С. 20-26.
7. Орлова Е. Н. Налоговые льготы: отличительные признаки и принципы установления / Е.Н. Орлова // Известия Иркутской государственной экономической академии (Байкальский государственный университет экономики и права). - 2013. - № 6. - С. 2-7.
8. Майбуров И. А. Налоги и налогообложение. Учебник / И.А. Майбуров, А.Д. Выварец, Е.В. Ядренникова, В.Н. Загвоздина, О.В. Федоренко - М.: Юнити-Дана, 2012. - 591 с.

© Ю.И. Булатова, 2018

УДК 336.6

НЕЙРОННЫЕ СЕТИ КАК ИНСТРУМЕНТ ОЦЕНКИ ФИНАНСОВОГО ПОЛОЖЕНИЯ УЧАСТНИКОВ ТЕНДЕРОВ

САМАРИН АЛЕКСЕЙ МИХАЙЛОВИЧ,ст. преподаватель
НОУ ВПО Сибирский институт бизнеса и информационных технологий,**МЕЛЬНИЧУК ВИКТОР АЛЕКСАНДРОВИЧ,**к.э.н., с.н.с., доцент
НОУ ВПО Сибирский институт бизнеса и информационных технологий

Аннотация. Проанализированы методики оценки финансового состояния участников тендеров. Построено уравнение линейной регрессии на основе данных методик. Построена нейросетевая модель по данным тендерам с различными вариантами функций активации. Сделан вывод о том, что на сегодняшний день не существует единой методики оценки финансового положения компаний – участников тендеров. Ныне существующие методики необходимо совершенствовать для каждой отрасли экономики.

Ключевые слова: методика, регрессия, анализ, тендер, финансовое положение.

NEURAL NETWORKS AS A TOOL FOR ASSESSING THE FINANCIAL STATUS OF BIDDERS

**Samarin Alexey Mikhailovich,
Melnichuk Victor Aleksandrovich**

Abstract. Methods of estimation of financial condition of bidders are analyzed. The equation of linear regression is constructed on the basis of these techniques. A neural network model was built according to tenders with various options of activation functions. The conclusion is made that today there is no uniform method of assessment of financial position of the companies – participants of tenders. Now existing methods need to be improved for each branch of economy.

Keywords: methodology, regression, analysis, tender, financial position.

Участие в коммерческих тендерах становится распространенной практикой как в России, так и за рубежом. Коммерческие тендеры регулируются нормами Гражданского кодекса РФ и регламентами, установленными самими компаниями-заказчиками. Статья 448 ГК РФ определяет, торги проводятся через открытые и закрытые аукционы и конкурсы.

Тендеры помогают найти рациональные решения для развития бизнеса компании. Победителем тендера будет признана та организация, которая сделала наиболее выгодное предложение для организатора тендера. [1]

Тендеры помогают находить оптимальные решения для развития бизнеса. Контракт будет заключен с той организацией, которая сделала наиболее выгодное предложение для организатора тендера.

Ключевым моментом в понятии тендера естественно является конкурс. Конкурсная основа ор-

ганизации тендера предполагает сравнение и выбор наилучшего, когда сделать это сразу, на основе изучения рекомендаций коллег или профессионального сообщества, весьма затруднительно.

Был произведен анализ 30 тендеров различных организаций, 6 из которых в сфере сельского хозяйства (в частности тендеры на закупку сельскохозяйственных машин и комплектующих изделий для них). Исследование показало, что существует 6 коэффициентов, которые наиболее часто встречаются в методиках оценки финансового состояния участников процедуры тендера.

Для построения уравнения линейной регрессии, а также простой искусственной нейронной сети были использованы данные финансового состояния муниципальных районов Омской области.

Для начала определяется группа риска финансовой неустойчивости компании с помощью модели комплексной балльной оценки риска финансовой несостоятельности предприятия. Содержанием модели является классификация финансового состояния компаний и на этой основе – оценка возможных негативных последствий рискованной ситуации в зависимости от значений факторов-признаков и рейтингового числа.

Для построения финансовой модели по сельскохозяйственным организациям Омской области, первоначально, необходимо определить группу риска (класс финансовой устойчивости).

На следующей итерации важно определить, во-первых, количество индикаторов модели, достаточных для достижения ее точности, во-вторых, выделить собственно сами эти показатели.

Анализ методик оценки финансового состояния компаний – участников тендеров показал, что на сегодняшний день нет общей методологии проведения расчетов. Необходимо создание единой системы показателей для проведения оценки положения организаций. Кроме того можно столкнуться с такой проблемой, как недоступность информации. Большинство компаний, которые организуют тендеры, не дают детальной методики оценки участников.

В методиках организаторов тендеров на закупку сельскохозяйственных машин и комплектующих для них были предложены следующие коэффициенты:

- коэффициент текущей ликвидности;
- коэффициент финансовой независимости (автономии);
- коэффициент обеспеченности собственными средствами;
- коэффициент покрытия процентов;
- рентабельность продаж;
- коэффициент соизмеримости.

Из 6 названных была построена 3-х факторная модель, т. к. другие 3 коэффициента использовать невозможно:

- 1) коэффициент рентабельности продаж является абсолютным показателем;
- 2) коэффициент соизмеримости рассчитать невозможно, поскольку при анализе авторами не использовался показатель стоимости контракта;
- 3) коэффициент покрытия процентов более чем в 60% организаций рассчитать, также невозможно, поскольку в знаменателе формулы расчета по бухгалтерской отчетности (Форма №2 «Отчет о прибылях и убытках») показатель «Проценты к уплате» равен 0.

Регрессию строим по трем коэффициентам.

По результатам анализа можно утверждать, что все три коэффициента в силу низкой стандартной ошибки можно использовать при моделировании выбора победителя сельскохозяйственных тендеров. Однако, недостаточно высокое значение множественного R, предопределило использование не только линейных регрессионных моделей, но и необходимость перехода к нелинейному моделированию, в том числе с применением иных техник моделирования.

Помимо регрессионного анализа сегодня большое внимание уделяется нейросетевому моделированию. Нейронная сеть – компьютерный алгоритм, построенный по принципу человеческого мозга и обладающий способностью к обучению [1]. Базовым элементом нейронной сети является нейрон. Сама идея создания искусственных нейронных сетей по образу устройства нервной системы живых существ с целью выработки новых экономических и технологических решений была разработана ещё в 1943 году.

Были построены несколько вариантов нейронной сети для расчета группы риска финансовой устойчивости компаний – участников сельскохозяйственных тендеров.

Для построения нейронных сетей использовалась программа «Neural Network Wizard».

Далее необходимо задать параметры обучения.

Во-первых, необходимо установить процент выборки, используемой для обучения нейронной сети. В нашем случае, поскольку выборка представляет 408 наблюдений, целесообразно использовать 100% выборки для обучения. Во-вторых, определяем скорость обучения. Данный параметр также устанавливается экспериментально. Параметр был установлен 0,1 (среднее значение). В-третьих, устанавливаем значение момента на уровне 0,3. Момент – это параметр, который определяет степень воздействия i -ой коррекции весов на $i+1$ -ую. В-четвертых, устанавливаем ошибку по примеру, то есть, если результат прогнозирования отличается от значения из обучаемой выборки – меньше указанной величины, то пример будет считаться распознанным. В-пятых, устанавливаем опцию «Использовать тестовое множество как валидационное». При таком выборе обучение будет прекращено, как только ошибка на тестовом множестве начнет увеличиваться. Это помогает избежать ситуации переобучения сети. И наконец, устанавливаем критерий остановки обучения, когда распознано 100% тестовой выборки.

После обучения нейронной сети было проведено ее тестирование с целью установления чувствительности каждого входного параметра. В ходе тестирования было выявлено, что на выходной параметр (группу финансового риска) больше всего влияет первый входной параметр – коэффициент текущей ликвидности.

Список литературы

1. Самарин, А. М. История нейрокомпьютинга и его применение в бизнесе / А. М. Самарин // Вестник Сибирского института бизнеса и информационных технологий. – 2013. – №2. – С. 48-54.

УДК 33.338

РАЗВИТИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОГО ПАРТНЕРСТВА РОССИИ И ИНДИИ С ОБРАЗОВАНИЕМ БЛОКА БРИКС

ЕВСТИГНЕЕВ СЕРГЕЙ СЕРГЕЕВИЧСтудент
Финансовый университет при Правительстве РФ

Аннотация: В данной статье рассмотрена эволюция отношений между Россией и Индией. Выявлены основные тенденции в отношениях после создания блока БРИКС. Сделан вывод о высокой роли нового объединения в двусторонних отношениях.

Ключевые слова: БРИКС, Россия, Индия, международная торговля, инвестиции.

THE EVOLUTION OF ECONOMIC PARTNERSHIP BETWEEN RUSSIA AND INDIA WITH THE ESTABLISHMENT OF BRICS

Abstract: In the article, the evolution between Russia and India is considered. The main tendencies in the relations after the establishment if BRICS are revealed. It is concluded, that the role of the new integration is quite high for the bilateral relations.

Key words: BRICS, Russia, India, international trade, investment.

2004 год стал переломным моментом в геополитической жизни России, когда появились первые разговоры о необходимости создания блока противостояния Западу. Множество экспертов высказывались за интеграцию с Восточной Азией, но 2 годами позже мир увидел совершенно новую концепцию межцивилизационного сотрудничества. В 2006 году была создана группа стран БРИК, которая объединила самые прогрессивные страны современного мира. Последующее расширение блока путем присоединения ЮАР открыло новые горизонты сотрудничества и дало шанс для полного переориентирования внешней политики России [1]. Направленность экономики каждого из членов группы в перспективе способна создать абсолютно независимую международную организацию, которая сможет разрушить “политическую монополию” Запада. Бразилия с развитым сельским хозяйством, Россия и ЮАР с широким разнообразием минеральных ресурсов, Индия с дешевым интеллектуальным трудом и Китай, крупнейший в мире экспортер, образуют первую в мире интеграционную группировку, которая включает в себя стержневые государства 5 различных цивилизаций (латиноамериканской, православной, синьской, африканской и индуистской). Подобный союз способен открыть для России путь к рынку высоких технологий Азии, а также расширить свои рынки сбыта[4].

С одной стороны, с культурной точки зрения Россия больше приближена к Западу, нежели к Азии, то есть геополитически является больше Севером, а не Югом. Именно данный факт и определял нежелание российской стороны реально диверсифицировать собственную внешнюю политику, воспринимать развивающиеся страны в качестве равных и серьезных партнеров. Но с другой стороны, равноправные отношения с Западом привели в тупик, где Россия столкнулась с политикой двойных стандартов представителей Европейской цивилизации и любое отклонение от заданного ими вектора развития признавалось в качестве знака агрессии. Так, по мнению многих экспертов, в част-

ности Г.Д. Талораи для нашей страны не представляется возможности в одиночку вернуть прежнее влияние, которым обладали Российская империя, а позднее СССР. Поэтому для Москвы БРИКС – «это инструмент, с помощью которого она может укрепить свои позиции в системе глобального управления», а также потенциальная «геополитическая альтернатива XXI века»[3].

Таким образом, создание нового блока БРИКС и появившиеся в его рамках новые возможности задали новый вектор развития российско-индийских отношений. Как было сказано раньше, в период с 2006 по 2013 годы был самым удачным для роста взаимной торговли. Но не это стало главным успехом, который удалось достичь в рамках интеграционного блока.

Вплоть до 2006 года индийские инвестиции в российскую экономику были крайне незначительны. Такая же тенденция просматривалась и по отношению российских инвесторов к индийской финансовой структуре. Но все изменилось к концу 2006 года, когда начался наблюдаться резкий рост индийских инвестиций в Россию. Главной причиной этого послужило подписание совместного Меморандума о сотрудничестве между странами. Данное соглашение планировалось на протяжении 4 лет, но стороны не приходили к согласию до объединения БРИКС. Поэтому главной позитивной чертой отношений с образования группировки стоит считать не увеличение товарооборота между странами, а резким скачок взаимных инвестиционных потоков, который стал стимулом для развития крупных проектов в рамках стран и за ее пределами.

Объем инвестиций из Индии в экономику России с 1995 по 2016 гг. (млн. долл. США)



Рис. 1. Объем инвестиций из Индии в экономику России с 1995 по 2016 гг. (млн. долл. США)

Главными сферами для развития индийских проектов в России являются:

- Добыча ПИ;
- Обработывающие производства;
- Оптовая и розничная торговля;
- Строительство;
- Недвижимость;

Одним из наиболее ранних и значимых проектов с участием индийских инвесторов является проект «Сахалин-1». Индийская нефтегазовая корпорация с государственным участием «Oil and Natural Gas Corporation Limited» имеет 20% акций в данном проекте, что составило большой объем инвестиций на начальных этапах [2].

Безусловно, повышенная заинтересованность индийских коллег в нефтегазовом секторе обу-

славливается тем, что более 30% в российском импорте в Индию составляют энергоносители.

Еще одним масштабным проектом с привлечением индийских инвестиций является создание предприятия «Aurospharma Company» в районе города Подольск. Он был построен общими усилиями российской компании «Диод» и индийской корпорацией «Aurobindo Pharma». Данное предприятие имеет высокую производственную мощность, которая позволяет ежегодно производить 3 млрд. таблеток и 180 млн. капсул в год [5].

Для России наиболее привлекательными индустриями в Индии являются следующие:

- Финансовая;
- Военно-техническая;
- Атомная;
- ИКТ;
- Авиационная;
- Ритейл;

Таким образом, создание блока БРИКС открыло новые перспективы для российско-индийского сотрудничества. Структура товарооборота между странами перетерпела значительные изменения, но главным достижением стало расширение инвестиционных коридоров, которое стало причиной создания ряда успешных проектов в наиболее перспективных сферах сотрудничества. Более того, важным событием, способным нарастить объемы торговли и инвестиций среди всех участников объединения является создание Нового Банка развития БРИКС, который имеет главной целью привлечение инвестиций в развивающиеся страны для поднятия уровня жизни граждан, углубления сотрудничества и повышения политического авторитета стран в глазах супердержав.

Список литературы

1. Банк БРИКС займётся "озеленением" финансов // ИАР ТАСС. 23 марта 2016. URL: <http://tass.ru/ekonomika/2894920> (дата обращения: 06.12.2017).
2. Силуанов: банк БРИКС планирует выходить на рынки с заимствованиями в национальных валютах // ИАР ТАСС. 26 февраля 2016. URL: <http://tass.ru/ekonomika/2697522> (дата обращения 06.12.2017).
3. Панова В. В. БРИКС: место России в группе, видение и практические результаты, совместная деятельность "пятерки" в рамках многосторонних институтов // Стратегия России в БРИКС: цели и инструменты: сб. статей / Под ред. В. А. Никонова, Г. Д. Толорая. М.: РУДН, 2013. С. 40.
4. Оболенский В. П., Комолов О. О. Возможности экономического сотрудничества в рамках БРИКС // Стратегия России в БРИКС: цели и инструменты: сб. статей / Под ред. В.А. Никонова, Г.Д. Толорая. М.: РУДН, 2013. С. 304.
5. Информационная база Bloomberg Terminal.

УДК 330

УПРАВЛЕНИЕ ПОВЕДЕНИЕМ ПЕРСОНАЛА В ОРГАНИЗАЦИИ (НА ПРИМЕРЕ АО «АЭРОПОРТ ЯКУТСК»)

ХАРИТОНОВА МАРИЯ АЛЕКСАНДРОВНА,студент-магистрант 1 курса
группы М-УЧР-17 СВФУ**Михайлова Анна Викторовна**- научный руководитель, к.э.н.,
зав. Кафедрой СиУП ФЭИ СВФУ

Аннотация: В этой статье рассматриваются эффективные методы управления поведением персонала в организации, а также рассмотрены ключевые определения понятия «поведение».

Ключевые слова: поведение персонала, поведение, управление поведением.

MANAGEMENT OF PERSONNEL BEHAVIOR IN THE ORGANIZATION (ON THE EXAMPLE OF JSC "YAKUTSK AIRPORT»)

Kharitonova Maria Alexandrovna,
student-undergraduate 1 group
M-HRM-17 NEFUMikhailova Anna Viktorovna,
scientific supervisor, Ph. D.,
head. Chair Siup FEI NEFU

Annotation: This article discusses effective methods for managing the behavior of personnel in the organization, as well as key definitions of the concept of "behavior".

Keywords: personnel behavior, behavior, behavior management.

Актуальность. Вопрос управления поведением персонала в организации на сегодняшний день является весьма актуальной, ведь мотивация персонала, стрессы в организационной среде, конфликты, также методы управления поведением являются одними из важнейших профессиональных вопросов.

Сущность управления поведением персонала заключается в установлении социально-психологических, организационно-экономических и правовых отношений субъекта и объекта управления.

Решающим условием в современных условиях является искусство управления людьми и поведением работников, обеспечивающим конкурентоспособность организации и их стабильность. Для эффективной работы менеджера всегда было отличительным важным качеством умение прогнозировать и анализировать поведение персонала в организации. Различные характеристики людей значительно развивают потенциал и возможности организации, они же создают трудности в управлении, а также конфликты и проблемы во взаимодействии человека с организационным окружением [4, с. 12].

Поведение работника в организации – очень важная часть исследуемых направлений. Связано, прежде всего, с вопросом эффективности работника в конкретных организационных условиях. Пове-

дение проявляется в действиях, в процессах мышления в наблюдательности и коммуникации. Любое поведение персонала имеет конечный результат. Желательным результатом является эффективная работа персонала в организации. Руководитель организации, определяя ожидаемые результаты работы сотрудников, должен постараться, чтобы они реализовали свой потенциал в работе максимально эффективно, и для этого он должен создавать им мотивационный климат [1, с. 2].

В организации поведение человека определяется его индивидуальными чертами, личными качествами, также влиянием условий развития его деятельности, отличительностью группы, в которую он включен, требованиями совместной деятельности, отличительной чертой организации и страны, в котором он служит. В зависимости от возможности успеха включения человека в организационное общество, обучение поведению зависит в равной мере от функциональности, как этого окружения, так и от характеристик его личности [3, с. 24].

По опыту зарубежных компаний, внимание, забота, хорошее отношение к людям, а также совершенствование условий труда и охраны труда приносят значительную отдачу и повышают деловой настрой. Следовательно, окупается и возмещается повышение производительности труда и качество работы, тогда, когда средства потрачены на благоустройство рабочего быта, на производственную эстетику, создание комфортных условий для отдыха во время перерывов и тому подобное. В последние годы появились кодексы корпоративной этики во многих крупных российских компаниях [6].

Корпоративные кодексы решают массу корпоративных и кадровых задач, облегчая жизнь руководителю организации и персоналу.

Корпоративный кодекс – это совокупность правил и норм поведения, которая включает единые стандарты поведения и деятельности, существующие в компаниях.

По опыту практики, они содержат данные для решения важных задач широкого действия. Но в то же время, в данное время отсутствует единый методологический подход к созданию корпоративных кодексов.

Кодекс применяется как:

- Как инструмент управления - регулировать поведение сотрудников на рабочем месте.
- Как инструмент развития (поддержания) корпоративной культуры - четко обозначать основные цели и ценности компании и усиливать корпоративную идентичность субъектов корпорации всех уровней (акционеров, руководства, персонала).
- Как инструмент повышения инвестиционной привлекательности.

Корпоративные кодексы в организации - явление всё более распространенное и требует всё большего изучения и исследования влияния, как на отдельного работника, так и на организацию в целом. Каждой организации следует иметь комплекс определенных норм и правил, которых должны придерживаться все сотрудники компании [2, с. 8].

Именно с целью усовершенствования корпоративного управления конфликтами принимаются корпоративные кодексы. Значительно уменьшает риск возникновения конфликтных ситуаций надлежащий уровень такого управления. Современный HR-менеджер должен учитывать все интересы персонала, клиентов, поставщиков, конкурентов.

Одним из основных способов управления поведением персонала является материальное стимулирование. Выявлены факторы влияния на поведение человека - это предоставление социальных гарантий сотрудникам, комфортные условия труда, надбавки за качественную работу, за отсутствие больничных дней, материальные вознаграждения, за стаж работы, здоровый образ жизни – не курение [5, с. 45].

Для создания благоприятного психологического климата, следует подбирать коллектив, где [7, с.214]:

- люди между собой совместимы по темпераменту, опыту и возрасту с помощью собеседования, наблюдения, анкетирования и психологического тестирования;
- Работать с мотивацией сотрудников (материальные и нематериальные поощрения, система санкций);
- самому быть ярким примером для подражания;

- ставить конкретные, четкие задачи и контролировать их качественное выполнение;
- создать и поддерживать корпоративный дух (с помощью корпоративных праздников, фирменной формы и значков, хорошей репутацией фирмы и престижем работы именно в данной компании);
- давать возможность каждому реализоваться и оптимистичные перспективы на будущее;
- обеспечивать хорошие условия труда;
- усовершенствовать корпоративную этику

В заключение отметим, что суть современного этапа управления поведением персонала составляют отнесение функции управления человеческими ресурсами к высшему уровню руководству организацией, вовлечение управления человеческими ресурсами в определение стратегии и организационной структуры предприятия, также участие всех руководителей различных уровней в реализации единой кадровой политики, постоянное участие работников кадров в качестве советников руководителей при решении вопросов, которые связаны во всех подразделениях и на всех уровнях с персоналом, а также системное, комплексное решение вопросов управления человеческим капиталом на основе единой кадровой концепции предприятия.

Список литературы

1. Архипова, Н.И. Управление персоналом организации. Краткий курс для бакалавров / Н.И. Архипова, О.Л. Седова. - М.: Проспект, 2016. - 124 с.
2. Алехина О. Управление корпоративной компетенцией как один из аспектов долгосрочного развития компании// Управление персоналом. – 2015. - №2. – С. 52-57.
3. Базаров Т.Ю. Психология управления персоналом. Теори: Учебник для бакалавров/ Т.Ю. Базаров. – М: Издательство Юрайд, 2014. – 46с.
4. Бабосов, Е.М. Управление персоналом: учеб. Пособие для студентов вузов по специальности «Менеджмент» / Е.М. Бабосов, Э.Г. Вайнилович, Е.С. Бабосова. – Минск: Тетра Системс, 2012. – 115 с.
5. Басенко В.П. Организационное поведение: Учебное пособие / В.П. Басенко, Б.М. Жуков, А.А. Романов. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2016. – 76с.
6. Борисова У.С. Совершенствование процесса оценки персонала//Общество: политика, экономика, право. – 2017. - №5. – С. 26-28.
7. Веснин В.Р. Управление человеческими ресурсами. Теория и практика: учебник. – Москва: Проспект, 2014. – 256с.

УДК 330

ПРОБЛЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОНСОЛИДИРОВАННОГО ОТЧЕТА О ФИНАНСОВОМ ПОЛОЖЕНИИ

КЫЧАКОВА ЕЛЕНА ВИКТОРОВНА

магистрант

Казанский (Приволжский) федеральный университет

Аннотация: Автор в данной статье даёт определение отчёту о финансовом положении, проводит анализ консолидированного финансового отчёта. На основе анализа выявляет существующие проблемы консолидированного отчёта о финансовом положении, а также раскрывает способы решения проблем формирования консолидированной финансовой отчетности.

Ключевые слова: отчётность, финансовое положение, консолидированный отчёт.

Отчет о финансовом положении представляет собой документ, отражающий стоимость актива, обязательства и собственного капитала предприятия на отчетные периоды.[2, с. 54]

На сегодняшний день рассматриваемая тема является весьма актуальной, поскольку можно наблюдать, как консолидированная финансовая отчетность входит в жизнь россиян и медленно занимает свои позиции в нашей стране. Отвечая пожеланиям пользователей экономической информации, крупные российские компании начинают прибегать к составлению и предоставлению консолидированной финансовой отчетности, а следовательно, неизбежным становится вопрос разработки соответствующей нормативной базы, которая будет способствовать обеспечению прозрачности и сопоставимости данных, которые будут представлены в отчётах.

На сегодняшний день, российские нормативные документы рассматривают консолидированную финансовую отчетность как самостоятельный вид финансовой отчетности.

Инновационный путь развития для определённого предприятия в экономической области предполагает автоматизацию бизнес-процессов. Это говорит о том, что автоматизация касается и ведения бухгалтерского и управленческого учета. Это дает предприятию некоторые преимущества:

- повышается точность в учете и в отчетности;
- подготовка отчетности будет происходить быстрее;
- будет меньше ошибок по вине человека;
- сокращается штат сотрудников предприятия.[4, с. 98]

Однако, совместно с преимуществами, у предприятия возникнут и свои сложности, которые будут отражаться в повышении требований к квалификации сотрудников при меньшем штате. Данные сложности можно объяснить тем, что на предприятии рутинной работы при автоматизации станет меньше, а вот работы, которая будет требовать специальные знания, наоборот станет больше. Формирование консолидированной отчетности сопровождается рядом сложностей, на которые оказывают связь субъективные и объективные факторы, а также проблемы. Остановимся на основных из них.

Итак, консолидированной отчетностью является объединенная отчетность двух или более фирм, которые имеют определенные юридические и финансово-хозяйственные взаимоотношения. Консолидированный отчёт несёт в себе информацию о результатах деятельности и финансовом положении группы в целом, а не ее отдельных структурных единиц. Это свидетельствует о том, что кон-

солидированный показатель прибыли группы определяется в виде суммы финансовых результатов всех участников, и прибыль одной фирмы группы способна перекрыть убыток другой фирмы. Проводя анализ данных консолидированной финансовой отчетности необходимо учитывать данное обстоятельство.

Цель формирования консолидированного отчета о финансовом состоянии заключается в предоставлении акционерам, инвесторам, государственным органам управления объективной информации об имущественном и финансовом положении, а также финансовых результатах объединения как единого хозяйствующего субъекта.

Итак, рассмотрим для начала основные факторы, которые затрудняют формирование консолидированной отчетности. К данным факторам можно отнести:

- юридическую структуру группы, которая подразумевает что группа может иметь в своём составе большое количество юридических лиц, и по этой причине этап внедрения автоматизации учета и отчетности будет более трудоемок;
- сложную структуру группы, которая имеет большое количество дочерних компаний, у которых имеются перекрестные владения, ассоциированные и совместные предприятия, и так называемые компании -«внучек» и т.д.;
- непрозрачную структуры группы — структура группы может быть с юридической точки зрения непрозрачной, когда зависимость определяется не столько размером доли в уставном капитале, сколько наличием контроля или влияния;
- непрофильные компании и «несущественные» компании также делают процесс формирования консолидированной отчетности более трудозатратным, следовательно он будет дороже в денежном эквиваленте, так как в этом случае затраты на получение информации могут быть сравнимы с полезностью данной информации.[5]

Как уже было выше сказано, помимо факторов, на формирование консолидированной отчетности оказывают влияние ряд проблем. Рассмотрим наиболее серьезные проблемы, которые связаны с особенностями формирования рассматриваемой отчетности. Так, в качестве проблем выступают:

- различные учетные политики, из-за которых представляется невозможным составление консолидированной отчетности в автоматическом режиме не проводя при этом дополнительные корректировки с тем, чтобы учетная политика материнской компании совпала с учетной политикой зависимой компании;
- отличные валюты учета, которые способствуют появлению технических сложностей с пересчетом показателей отчетности и выявлением дополнительных курсовых разниц;
- третьей немаловажной проблемой является несовпадение дат окончания отчетного периода. Из-за выявления данного несовпадения, необходимо составлять промежуточную отчетность у зависимых компаний. Это делается для того, чтобы дата отчетности совпала с датой отчетности материнской компании;
- четвертой проблемой является применение экспертного суждения, а не точных сведений.

При таком применении ухудшается точность и надежность отчетности;

- пятой проблемой является недостаточно высокий уровень подготовки кадров. Данная проблема является достаточно серьезной, ведь при совершении работником многочисленных ошибок, консолидированная отчетность может стать попросту недостоверной.[5, с. 141]

Помимо основных проблем, с которыми компания может столкнуться при формировании консолидированной отчетности, есть ещё второстепенные проблемы. К таким проблемам можно отнести:

- недостаточно развернутую информацию. Из-за недостаточно развернутой информации получение детализированной отчетности по различным показателям не представляется возможным;
- несвоевременность представления данных. Из-за данной проблемы произойдет задержка составления отчетности. В следствии задержки сделают консолидированная отчетность может стать неактуальной и не нужной в процессе принятия управленческих решений.

Способы решения проблем формирования консолидированной отчетности весьма просты, но требуют исторического подхода. Для решения данных проблем необходимо:

- унифицировать учетные политики и план счетов по национальным стандартам;
- создать единую учетную политику и план счетов по МСФО;
- создать методику составления консолидированной отчетности по МСФО, принимая во внимание специфику различных отраслей;
- унифицировать и разработать отчетные формы;
- использовать единый программный продукт;
- получить полный объем информации о текущей и будущей деятельности компаний группы;
- повышать квалификацию специалистов по МСФО;
- проводить семинары и круглые столы;
- создать базу данных и интерактивный ресурс. [3]

В заключении данной статьи отметим, консолидированная отчетность может быть использована любым заинтересованным лицом:

- учредителями (участниками) любой компании, которые состоят в группе;
- советами директоров (наблюдательными советами), исполнительными органами (дирекцией, правлением) головной организации и всех других участников группы;
- финансовыми аналитиками, инвестиционными консультантами, аудиторскими компаниями;
- кредиторами, поставщиками, покупателями;
- государственными органами;
- иными заинтересованными лицами.

Список литературы

1. Анализ финансовой отчетности: учеб. пособие/ под ред. В.И. Бариленко. М.: КноРус, 2014. С. 142 - 176.
2. Гусарова Л. В. Методика составления консолидированной финансовой отчетности некоммерческих организаций по МСФО // Бухгалтерский учет в бюджетных и некоммерческих организациях. 2012. №4. С.19-32
3. Ковалев, А. Е. Подготовка и анализ отдельной и консолидированной отчетности по МСФО с помощью "1С:Консолидация 8" / А.Е. Ковалев. - М.: 1С-Публишинг, Питер, 2015. - 536 с.
4. Михеева, Елена МСФО. Основные положения. Подготовка международной финансовой отчетности. В 2 частях (комплект) / Елена Михеева. - М.: АНО Институт развития современных образовательных технологий, 2016. - 520 с.
5. Новые МСФО по консолидации и оценке справедливой стоимости. - М.: Альпина Паблшер, 2017. - 206 с.

УДК 332

БЕЛГОРОДСКАЯ ОБЛАСТЬ КАК ТЕРРИТОРИЯ ДЛЯ РАЗВИТИЯ ИННОВАЦИОННОЙ ЭКОНОМИКИ

АНДРЕЕВА ОЛЬГА НИКОЛАЕВНА,к.э.н., старший преподаватель кафедры финансов,
инвестиций и инноваций Института экономики**КОННОВА АННА ВЛАДИМИРОВНА,**магистрант 1-го курса Института экономики
ФГАОУ ВО «Белгородский государственный национальный
исследовательский университет» (НИУ «БелГУ»)

Аннотация: определены факторы, влияющие на научно-технический потенциал региона; рассмотрена структура затрат Белгородской области на инновационную деятельность в 2010-2016 гг.; проведен анализ инновационного состояния и положения Белгородской области в рейтинге инновационного развития регионов Российской Федерации.

Ключевые слова: инновационная экономика, научно-технический потенциал, региональная инновационная политика, инновационная деятельность, технологические инновации.

BELGOROD REGION AS A TERRITORY FOR DEVELOPMENT OF INNOVATIVE ECONOMY

**Andreeva Olga Nikolaevna,
Konnova Anna Vladimirovna**

Abstract: in the article determines the factors influencing the scientific and technical potential of the region; considers the cost structure of the Belgorod Region for innovative activities in 2010-2016; carries out an analysis of the innovation state and position of the Belgorod region in the rating of innovative development of the regions of the Russian Federation.

Key words: innovative economy, scientific and technical potential, regional innovative policy, innovative activity, technological innovation.

Правительством Белгородской области определен курс на построение территории инновационной экономики. В связи с этим основными задачами являются участие в реализации федеральных программах и проектах, принятых в 2016-2017 гг.

В декабре 2016 г. Президентом Российской Федерации утверждена Стратегия научно-технологического развития России. Основным инструментом ее реализации является Национальная технологическая инициатива (НТИ). Двенадцать направлений НТИ ориентированы на создание условий для лидерства российских предприятий на мировом высокотехнологичном рынке, которому предстоит определять структуру мировой экономики на предстоящие 20 лет [1].

В Белгородской области в качестве эксперимента будет применяться система беспилотных технологий в сельском хозяйстве. На эти цели за счет средств Фонда содействия инновациям плани-

руется направить около 35 млн. руб.

Реализация технологических инициатив, прежде всего, цифровая трансформация обычных компаний и отраслей, осуществляется совместно с государственными институтами развития (Государственная корпорация «Ростех», АНО «Агентство по технологическому развитию»).

Для формирования полной информации о состоянии инновационного развития региона используются как официальные данные органов статистики, так и данные разработанных на предприятиях области Паспортов инновационного развития организации. С 2018 года планируется проведение мониторинга инновационного состояния ВУЗов, бизнеса.

Следует отметить, что Правительством Российской Федерации, начиная с 2012 года, проводится анализ текущего состояния инновационного развития субъектов Российской Федерации. На основе проводимого мониторинга составляется рейтинг инновационного развития регионов, который отражает деятельность региональных органов власти и динамику позиций региона в инновационной сфере.

Рейтинг проводится по количественным и качественным показателям, соответствующим международным стандартам, в частности:

- социально-экономические условия инновационной деятельности;
- научно-технический потенциал;
- инновационная деятельность;
- качество региональной инновационной политики;
- готовность региона к будущему (показатель введен в 2017 г.).

На основе данных за 2017 г. согласно российскому рейтингу Белгородская область входит в первую двадцатку инновационных регионов (18 место), что на 13 позиций выше, чем в 2012 г. [2]. При этом позиции региона улучшились по двум блокам, снижение отмечено по одному блоку, также по одному блоку остались на прежнем уровне.

Качество инновационной политики позволило Белгородской области подняться с 37 места в 2012 г. на 9 место в 2017 г. Это стало возможным за счет участия региона в федеральных программах, создания и развития элементов инновационной инфраструктуры, финансирования затрат на технологические инновации, а также совершенствования нормативно-правовой базы.

По блоку «Инновационная деятельность» Белгородская область поднялась с 40 места в 2012 г. на 34 место в 2017 г. Положительно отразился на данном показателе рост уровня инновационной активности организаций промышленности на 5 процентных пунктов, а также увеличение на 2,5 процентных пункта удельного веса инновационной продукции в общем объеме отгруженной организациями промышленности области.

Остался на прежнем месте (37 позиция в общероссийском рейтинге) показатель «Научно-технический потенциал». Факторы, оказавшие влияние на показатель, отражены в таблице 1.

Таблица 1

Факторы влияния на блок «Научно-технический потенциал»

Положительные факторы	Отрицательные факторы
Количество молодых исследователей возросло в 1,8 раза	Низкая заработная плата в научно-исследовательском секторе, по сравнению со среднемесячной в регионе
Количество новых разработанных технологий возросло в 3 раза	Недостаточный уровень затрат на исследования по отношению в ВРП
Рост на 17,8 процентных пункта удельного веса организаций МСБ в общем объеме затрат на исследования и разработки	Отсутствие экспорта технологий

Блок «Социально-экономические условия» «скатился» на 34 место по сравнению с 18-м в 2012 году, этому способствовал ряд причин:

- снижение коэффициента обновления основных фондов на 4,8%;

- снижение на 0,4% удельного веса занятых в высоко- и среднетехнологических отраслях производства;
- снижение на 33% численности студентов, обучающихся в ВУЗах (в расчете на 10 тыс. человек) [1].

По новому показателю «Готовность к будущему» Белгородская область уверенно занимает 18 место, так как в регионе имеется технологическая ориентированность стратегии, интенсивно развивается информационное сопровождение достижений в инновационной сфере, а также просматривается четкое планирование стратегии развития региона. Немаловажным условием для развития инновационных отраслей является система финансовой поддержки.

По данным Белгородстата на развитие инноваций в Белгородской области за период 2010-2016 гг. израсходовано 44,7 млрд. руб. за счет всех источников финансирования, в том числе поддержка в рамках реализации федеральных программ и проектов [3]. Затраты на инновационную деятельность по направлениям деятельности представлены на рис. 1. Следует отметить, что на реализацию 375 инновационных проектов израсходовано около 2 млрд. руб. федеральных средств.

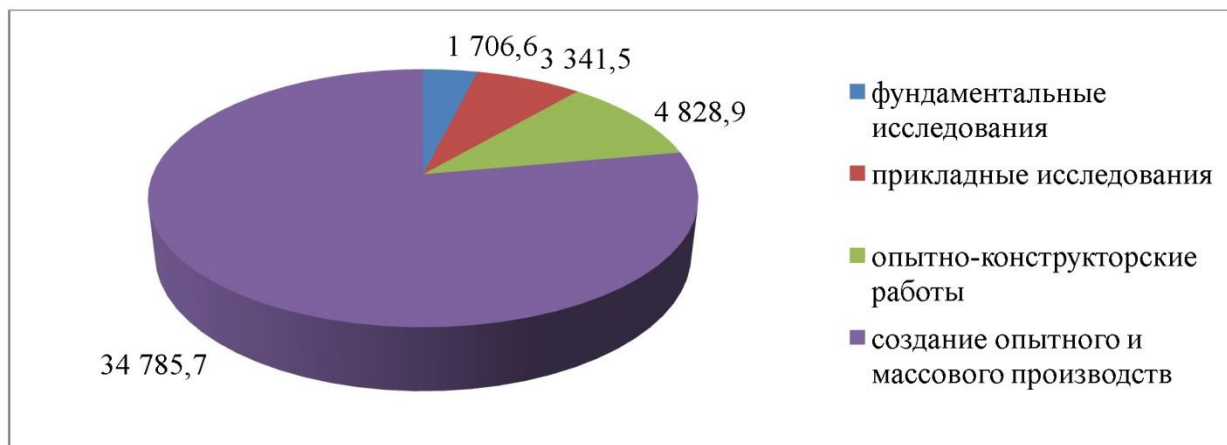


Рис.1. Затраты на инновационную деятельность в Белгородской области за период 2010-2016 гг., млрд. руб.

Основными партнерами Правительства Белгородской области в вопросах инновационного развития являются:

- Российский Фонд фундаментальных исследований;
- Фонд содействия инновациям;
- министерство экономического развития России;
- Министерство образования и науки РФ;
- Клуб инвесторов «Сколково»;
- Роспатент;
- Фонд инфраструктурных и образовательных программ РОСНАНО.

Благодаря реализации с указанными партнерами совместных мероприятий создаются новые высокотехнологичные предприятия, модернизируются уже имеющиеся.

Правительство области большое внимание уделяет необходимости создания в регионе Клуба бизнес-ангелов. Планируется участие в его работе успешных предпринимателей, имеющих большой опыт развития собственного бизнеса.

В целях обеспечения инновационных предприятий компетентными кадрами в области формируется единая научно-образовательная система: от выявления и развития творчески одаренных школьников до подготовки специалистов и развития науки.

Таким образом, меры, принимаемые Правительством Белгородской области по поддержке и

развитию инновационной деятельности, позволяют области иметь положительную динамику показателей инновационного развития региона в целом.

В соответствии с Прогнозом социально-экономического развития области на период до 2020 г. доля инновационно активных предприятий достигнет 20%, а доля отгруженной инновационной продукции в общем объеме отгруженных товаров составит 15%.

Для формирования инновационной экономики очень важно донести до каждого руководителя, специалиста, рабочего важность данного вектора развития производства, искоренить инновационную апатию. Каждый человек на своем рабочем месте должен осознавать, что инновационный путь развития является движущей силой, позволяющей внедрить современные прорывные технологии, создать новые экономические отношения, новую культуру человеческих отношений.

Список литературы

1. Официальный сайт Департамента экономического развития Белгородской области [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://derbo.ru/>, свободный.
2. Рейтинговое агентство «Эксперт РА» (RAEX). Инвестиционный климат регионов - 2017 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://raexpert.ru/ratings/regions>, свободный.
3. Официальный сайт Территориального органа Федеральной службы статистики по Белгородской области [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://belg.gks.ru/>, свободный.

© О. Н. Андреева, А. В. Коннова, 2018

УДК 330

ОСОБЕННОСТИ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ ПРИ ПРОЕКТНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

МЕРГЕМБАЙ АДИЛЬ КАНАТУЛЫ

Студент ИЭУиСТ

Научный руководитель: профессор каф. экономики и управления на предприятии, д.т.н.
Шарафеев Ильгизар Шайхеевич
КНИТУ имени А.Н. Туполева-КАИ

Аннотация: В современных условиях развития производства, персонал становится определяющим фактором повышения качества и производительности труда. Важность персонала неуклонно повышается, что напрямую влияет на изменения условий эффективности организации производства и, следовательно на уровень конкурентоспособности. Организации, которые достигли устойчивого и среднеотраслевого уровня рентабельности, неизбежно должны перенаправить свои усилия, прежде всего, в сферу управления персоналом. По оценкам мировых экспертов именно персоналу будет принадлежать ключевая роль в достижении стабильного успеха компании.

По мере развития общества – по мере снижения значимости внеэкономических мер принуждения к труду, а с течением времени и экономических мер принуждения – растёт значимость менеджмента персоналом различных проектов. Именно поэтому в этой статье рассматриваются: персонал, как главный фактор в успехе проекта и некоторые особенности управления персоналом.

Ключевые слова: персонал, особенности управления персоналом, функция управления персоналом.

PROJECT PERSONNEL MANAGEMENT

Mergembay A.K.

Summary: In present requirements the personnel become a major factor of increase in quality and increase in productivity of the project. Importance of personnel steadily very much increases that directly influences changes of conditions of the competition. The organizations which have reached the steady and industry average level of profitability inevitably have to change the efforts, first of all, in the sphere of human resource management. By estimates of world experts the personnel will possess a key role in achievement of stable success of the company.

With development of society in process of decrease in the importance of noneconomic coercive measures to work, and eventually and coercive economic measures, the importance of management by personnel of various projects grows. For this reason, in this article the personnel as the main factor in success of the project are considered. Also definition of personnel is given.

Key words: Personnel, features management of personnel, project activity.

Проектный менеджмент существенно улучшает традиционный метод управления проектной деятельностью, осуществляя ощутимый вклад во все процессы и подсистемы управления. Логично допустить, что в этих условиях должны по-другому осуществляться организация и управление персоналом.

По мнению некоторых авторов [1; 2], эффективное управление персоналом проекта – это основа управления проектами, поэтому инвесторы рассматривают персонал (команду менеджеров) как главный фактор успеха реализации проекта.

Управление персоналом отвечает за обеспечение проекта нужными людскими ресурсами [3; 4]

и повышение эффективности использования этих ресурсов, с целью повышения конкурентоспособности предприятия в целом.

Основной функцией управления персоналом является – обеспечение предприятия нужным количеством и качеством работников, умеющих решать оперативные, стратегические задачи, а также осуществлять управляющие воздействия, направленные на эффективное развитие потенциала каждого работника в коллективе и всего коллектива в целом. Создать коллектив способных творчески быстро и динамично работать над поставленными целями, и подстроиться под внешние условия предприятия – одна из главных целей управления персоналом в проектной организации.

Для более четкого понимания цели проектного управления персоналом нужно более подробно охарактеризовать объект, субъект и процессы управления персоналом в проектной организации. Субъекты управления персоналом могут являться руководителями проектных групп (непосредственные менеджеры проектов), руководителями структурных подразделений, сотрудники которых включены в проектную работу на временной основе, службы управления персоналом. Выделим основные особенности субъекта управления персоналом в условиях проектно-ориентированной организации труда, как показано в табл. 1.

Таблица 1

Особенности субъекта управления персоналом при организации проектной деятельности

Особенности организации деятельности проектной	Особенности субъекта управления персоналом
Уникальность результата проекта	Понимание того, какие характеристики персонала необходимы для создания уникального результата, ранее не достигаемой цели. Необходимость в накоплении опыта и уникальных знаний
Ограниченность во времени	Умение планировать загруженность персонала, умение направлять и распределять нагрузку персонала с точки зрения эффективности использования имеющегося уровня знаний, умений, навыков. Умение оперативно «превращать» многопрофильную рабочую группу в единую команду
Эффективное использование ограниченных ресурсов	Способность адаптироваться к изменяющимся ролевым нагрузкам в команде, в зависимости от жизненного цикла проекта. Умение использовать имеющиеся навыки и знания персонала, направлять их в нужный проект, где использование будет максимально эффективным
Результат с требуемым качеством	Умение определять риски в области управления персоналом, вовремя их регулировать и принимать меры по ограничению влияния на проект

Следует выделять две группы, которые разделяют сущность функций персонала: системообразующие и содержательные. В содержательную группу системы управления персоналом входят функции-процессы, выполняемые каждым членом персонала. В системообразующую группу входят процессы определяющие связь между всеми членами персонала, а также процессы обеспечивающие эффективность и развитие, всей системы персонала, например, организация труда, оценка персонала и мотивация трудовой деятельности.

При проектных формах организации деятельности, системообразующие функции управления персоналом меняются. На первое место выходят функции развития и обучения персонала. Кроме того, выделяется еще одна функция управления персоналом, а именно – командообразование.

Особенности управления персоналом при проектной организации деятельности по сравнению с традиционной заключаются не только в изменении качественных характеристик элементов системы управления персоналом: объекта, субъекта и состава системообразующих функций. Некоторые

функции управления персоналом меняют свое содержание и роль. Рассмотрим некоторые из них.

Планирование персонала. При традиционном управлении персоналом, планирование основывается на стратегических и тактических целях, и ориентирах компании, где основная задача – определить, какие количественные и качественные характеристики персонала могут понадобиться организации в будущем. При проектной организации деятельности количественная оценка потребности в персонале основывается на анализе предполагаемой организационной структуры команды проекта, требованиях технологии производства, плане реализации проекта, поэтапности разворачивания работ, а также прогнозе изменения количественных характеристик персонала. Качественная оценка потребности в персонале должна учитывать ценностные ориентации, уровень культуры и образования, профессиональные навыки и умения того персонала, который необходим команде проекта. Однако наряду с традиционной ролью функции планирования, в проектном управлении планирование людскими ресурсами предполагает также распределение ролей (ответственности, полномочий) между членами проектной команды и разработку принципов и правил командной работы.

Список литературы

1. Мингалеев Г.Ф. Эффективность ресурсосбережения: Учебное пособие. Изд. 2-е. Казань: Изд-во Казан. гос. технол. ун-та, 2006. 215 с.
2. Мингалеев Г.Ф., Надреева Л.Л., Баширова А.Г.О некоторых направлениях кадровой поддержки антикризисных инвестиционных проектов и стабилизации рынка труда РТ//Экономический вестник республики Татарстан. 2009. №4. С. 76-81.
3. Нормирование в условиях организации опытного производства / Шарафеев И.Ш., Ермоленко И.В. // Вестник Казанского государственного технического университета им. А.Н. Туполева. 2013. № 2. С. 62.
4. Организация опытного производства / Ермоленко И.В., Шарафеев И.Ш., Закиров И.М., Мингалеев Г.Ф., Мардамшин И.Г. // Вестник Казанского государственного технического университета им. А.Н. Туполева. 2015. Т. 71. № 4. С. 76-79

УДК 351

ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ АДМИНИСТРАЦИИ ПРЕДГОРНОГО РАЙОНА

ХУТОВА ЭЛИНА РУСТАМОВНА,
ОГАНЯН МАРИНА АРТУРОВНА

Студенты
ФАГОУ ВО «Северо-Кавказский федеральный университет», филиал в г. Пятигорске, Институт
сервиса, туризма и дизайна

Аннотация: В Российской Федерации существует большое количество бюджетных организаций, многие из которых управляются и действуют неэффективно. Отсутствие необходимого внимания к управлению учреждением, ее ресурсами, довольно быстро способно привести к состоянию финансового кризиса, в случае, если средства, которые могли бы быть потрачены на удовлетворение общественных потребностей, расходуются впустую. Все это происходит из-за отсутствия грамотного управления.

Ключевые слова: организационная структура управления, муниципальное образование, туристская отрасль.

WAYS OF INCREASE OF EFFICIENCY OF ACTIVITY OF ADMINISTRATION OF FOOTHILL AREA

Khutova Elina Rustamovna,
Ohanyan Marina Arturovna

Abstract: in the Russian Federation, there are a large number of budget organizations, many of which are managed and operate inefficiently. The lack of necessary attention to the management of the institution and its resources can quickly lead to a state of financial crisis, if the funds that could be spent on meeting public needs are spent in vain. All this is due to the lack of competent management.

Keywords: organizational structure of management, municipality, tourism industry.

Структура местной администрации — довольно динамичная система, которая по мере изменения стоящих перед муниципальным образованием задач, условий жизни граждан и других факторов подвергается изменениям.

Организационная структура администрации Предгорного района представляет собой типичную линейно-функциональную структуру. Необходимо сказать, что в структуре управления администрацией сочетаются сильная единоличная власть главы администрации (часть функций осуществляется функциональными подразделениями) и общественного совета муниципального района СК в целях обеспечения взаимодействия жителей Предгорного района с органами местного самоуправления в целях учета интересов жителей района. [4, с.336]

Одной из проблем Предгорного района, в том числе и администрации района, является недостаточно развитая туристская отрасль. Данная проблема включает:

1. Незначительный объем притока внешних инвестиций. Предгорный район характеризуется невысоким притоком внешних инвестиций, несмотря на высокое место в рейтинге инвестиционной привлекательности среди районов и городов Ставропольского края. Низкая активность стратегических инвесторов, вследствие недостаточной информированности об инвестиционных возможностях района.

2. Структурные проблемы квалификационного состава трудовых ресурсов. Недостаточная квалификация менеджмента для обеспечения высоких темпов роста конкурентоспособности организаций. [2]

Несмотря на то, что главной отраслью экономики Предгорного района является сельское хозяйство, существуют все условия для развития туризма.

Таблица 1

Стратегические приоритеты Предгорного района [2]

Приоритет	Наличие ресурсов для развития	Состояние	Перспективы	Значение (масштаб)
АПК	есть	среднее	хорошие	межрегиональное
Торговля-транспорт-логистика	есть	среднее	хорошие	межрегиональное
Промышленность	ограничены	неудовлетворительное	ограниченные	межрегиональное
Рекреация	есть	-	хорошие	международное

Одним из самых перспективных проектов является «Гранд Спа Юца». [2]

Концепция развития туристско-рекреационных зон в Российской Федерации на территории Ставропольского края («Гранд Спа Юца») определена как «Лучший в РФ курорт оздоровления и омолаживания» на базе минеральных вод, с общедоступным термальным центром с самым современным оборудованием экспресс-диагностики, спа-гостиницами, гольф-полями и возможностями для занятий другими престижными видами спорта с аквапарком и центром парапланеризма» и т. д. [2]

Согласно Стратегии 2013-2020 года, особая экономическая зона «Гранд СПА Юца» будет создана как современный высокотехнологичный туристский комплекс, сочетающий в себе различные виды туризма: оздоровительного, развлекательного, экологического, спортивного, событийного

Данный проект был запущен еще в 2007 году, однако до сих пор не реализован. [1]

Развитие туризма на территории Предгорного района имеет ряд положительных аспектов:

1. Исходные инвестиции в туризм привлекают еще большие инвестиции в будущем во вспомогательные отрасли хозяйства.

2. Рост валового национального продукта.

3. Увеличение налоговых сборов принимающего региона.

Однако, существуют и недостатки, такие как увеличение цен на местные товары, экологические и социальные проблемы.

Для решения проблем, связанных с развитием туризма на территории Предгорного района необходимо создать Отдел туризма, в задачи которого будут входить:

– определение основных принципов, приоритетных направлений, форм и видов государственной поддержки туризма и рекреации;

– обеспечение координации деятельности районных структур поддержки предпринимательства, общественных объединений и организаций по вопросам развития туризма Предгорного района;

– формирование современной туристской инфраструктуры в районе;

– укрепление положительного имиджа района как туристского центра;

– развитие информационно-образовательной деятельности и др.

К функциям отдела относится:

- осуществление подготовки предложений по комплексному развитию приоритетных направлений предпринимательской деятельности, совершенствованию системы туризма, стимулирование привлечения инвестиций в сферу туризма;

- обеспечение разработки и реализации подпрограмм по развитию туризма в Предгорном районе в рамках программы Стратегии социально-экономического развития Предгорного района до 2020 года;

- анализ финансовых, социальных, экономических и других показателей развития туризма, эффективности применения мер по развитию данных направлений деятельности, разработка прогноза развития туризма;

- нормативно-методическая, организационная работа по созданию и ведению туристических ресурсов района;

- осуществление мониторинга использования туристических ресурсов на территории Предгорного района и т. д.

Ниже представлена возможная структура администрации Предгорного района с Отделом туризма.

Таблица 1

Возможная структура администрации Предгорного района

Глава администрации			
Первый заместитель	Заместитель главы администрации	Заместитель главы администрации	Управляющий делами администрации
Отдел экономического развития и торговли администрации	Отдел образования	Финансовое управление	Отдел правового и кадрового обеспечения
Отдел учета и отчетности администрации	Отдел культуры		Отдел по организационным вопросам
Отдел по муниципальным услугам и информатизации	Управление труда и социальной защиты населения		Отдел по общим вопросам
Муниципальное казенное учреждение	Отдел по спорту и делам молодежи		Отдел по муниципальным услугам и информатизации
Отдел туризма	Редакция газеты «Вести Предгорья»		Архивное дело

Сотрудниками Отдела будут начальник отдела, его заместитель и консультанты по анализу финансовых, социальных, экономических и других показателей развития туризма, эффективности применения мер по развитию данных направлений деятельности, по прогнозированию экологического состояния, влияния, оказываемого предприятиями.

Создание Отдела туризма станет началом развития туризма на территории Предгорного района. Если работа Отдела будет добросовестной, район станет инвестиционно привлекательным, что послужит его дальнейшему развитию и процветанию.

Список литературы

1. Отчет о реализации Стратегии социально-экономического развития Предгорного муниципального района Ставропольского края за 2015 год. Режим просмотра: <http://www.predgor-ray.ru>
2. Стратегия социально-экономического развития Предгорного района до 2020 года. Режим просмотра: <http://www.predgor-ray.ru>
3. Положение об общественном совете Предгорного муниципального района Ставропольского края. Режим просмотра: <http://www.predgor-ray.ru>
4. Глазунова Н. И. Система государственного управления: Учебник для вузов. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2002. – 551 с.
5. Федорова А. Ю. Проблема формирования бюджетов местного уровня / А. Ю. Федорова // Социально-экономические явления и процессы. - 2012. - № 10. - с.185-188.

УДК 338

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МЕХАНИЗМОВ УПРАВЛЕНИЯ ИНВЕСТИЦИОННЫМ ПОТЕНЦИАЛОМ РЕГИОНОВ РОССИИ

ПЛАХИН АНДРЕЙ ЕВГЕНЬЕВИЧ

к.э.н., доцент

ФГБОУ ВО «Уральский государственный экономический университет»

СЕЛЕЗНЕВА МАРИЯ ВИКТОРОВНА

Финансовый консультант

АО «Метлайф»

Аннотация: Статья посвящена актуальным проблемам привлечения инвестиций в современных санкционных условиях и снижения международной инвестиционной активности. Авторами сделано предположение о необходимости принципиальной переориентации на внутренние инвестиционные резервы крупных высококорентабельных региональных компаний и соответствующих стимулирующих мерах государственной поддержки.

Ключевые слова: инвестиции, инвестиционная деятельность, иностранные инвесторы, внутренний инвестиционный потенциал, государственная поддержка инвесторов.

IMPROVEMENT OF INVESTMENT POTENTIAL MANAGEMENT MECHANISMS OF RUSSIAN REGIONS

**Plakhin Andrey Evgenievich,
Selezneva Maria Viktorovna**

Abstract: The article is devoted to topical problems of attracting investments in modern sanctions conditions and reducing international investment activity. The authors made an assumption about the need for a fundamental reorientation of large profitable regional companies to domestic investment reserves and appropriate stimulating measures of state support.

Key words: investment, investment activity, foreign investors, domestic investment potential, state support of investors.

Инвестиции – это важный и при этом наиболее дефицитный экономический ресурс, применение которого способствует росту эффективности производства и конкурентоспособности предприятий, созданию новых рабочих мест, повышению занятости населения и уровня его благосостояния [1]. От того, насколько эффективно производятся инвестиции, зависит доход как самого инвестора, так и отдельно взятого предприятия. Уровнем инвестиционной активности, масштабами и эффективностью инвестиционной деятельности определяется не только доходность предприятий в долгосрочной перспективе, но и общее состояние экономики регионов страны и их экономический рост.

По данным конференции ООН по торговле и развитию (ЮНКТАД) [2] в 2013 г. Россия заняла 5-е место в мире по притоку прямых иностранных инвестиций (ПИИ) – 69 млрд. долл. 2015-й и 2014-й года, были в целом весьма негативными с точки зрения притока в отечественную экономику ино-

странного капитала. Так, в 2014 году Россия – впервые за последнее десятилетие – не вошла в рейтинг 25 стран, являющихся самыми привлекательными для прямых инвесторов стран мира.

В 2017 году отношение иностранных инвесторов к нашей стране стало более позитивным. По данным Российского фонда прямых инвестиций зарубежные инвесторы видят, что экономика России выдержала кризис. Все понимают, что цены на нефть стабильны и позитивны для нас» [5]. По ряду прогнозов, объем инвестиций в России в 2017 году возрастет благодаря развитию металлургической, химической, автомобильной промышленности. Так, прямые инвестиции нерезидентов в небанковский сектор экономики России в первом полугодии 2017 года составили 13,7 миллиардов долларов. Эта цифра в 1,9 раза больше, чем за тот же период прошлого года, когда они остановились на отметке в 7,2 миллиардов долларов.

При этом приток ПИИ в один из ведущих экономически развитых субъектов РФ – Свердловскую область, по данным Федеральной службы государственной статистики [3] в 2012 г. оценивался в 5,2 млн. долл., что составило 2% от общего объема прямых иностранных инвестиций в РФ (табл. 1), а начиная с 2013 по 2017 гг. не превышал 1,6 млн. долл. Несмотря на то, что доля иностранных инвестиций в общем объеме в Свердловской области последние годы не превышала 1%, в регионе реализуются крупные инвестиционные проекты российскими компаниями.

Таблица 1

Структура прямых иностранных инвестиций по Федеральным округам РФ в 2012-2016 гг.

Федеральные округа (ФО) и субъекты РФ	2012	2013	2014	2015	2016
	Доля региона в притоке ПИИ, %				
Российская Федерация					
Центральный ФО	36,5	38,3	38,5	37,9	37,0
в т.ч. Москва	31,6	34,2	33,3	31,8	30,8
Северо-Западный ФО	7,9	6,5	7,1	6,9	10,8
в т.ч. Санкт-Петербург	4,8	4,1	3,4	3,6	3,6
Южный ФО	0,9	0,9	0,9	1,2	1,0
Северо-Кавказский ФО	0,1	0,0	0,1	0,3	0,2
Приволжский ФО	2,0	1,9	2,2	3,1	1,6
Уральский ФО	8,8	5,0	7,3	7,0	5,0
в т.ч. Свердловская область	2,0	0,3	0,6	0,7	0,7
Сибирский ФО	1,6	4,7	1,8	2,0	3,5
Дальневосточный ФО	2,9	2,5	3,5	5,0	5,5
Не распределено по субъектам РФ	1,0	1,5	1,3	0,4	0,4
	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Собственные расчеты автора на основании данных Федеральной службы гос. статистики [3]

Исходя из вышесказанного, а также с учетом наблюдаемой нестабильности внешних инвестиций, особенно в настоящих санкционных условиях, становится вполне очевидно, что в процессах реализации регионального инвестиционного стандарта необходимо ориентироваться, прежде всего, на российского инвестора, эффективно функционирующего в своей сфере деятельности в данном или других субъектах федерации. Такой подход определяется сокращением прямых иностранных инвестиций, ухудшением взаимодействия в экономической сфере между странами и субъектами рыночных отношений.

На основе проведенного анализа, можно говорить о том, что действующие формы национального регулирования иностранных инвестиций и состояние мировой экономики пока не позволяют преодолеть негативные факторы инвестиционной привлекательности Российской Федерации и, следовательно, не способствуют увеличению притока ПИИ [4].

Между тем мы можем говорить об активизации инвестиционной деятельности крупнейших успешных российских компаний. Совершенно очевидно, что значительная доля перспективных инвестиций определяется текущим уровнем прибылей компании. Можно с уверенностью сделать предположение о том, что компании с чистой прибылью от 1 млрд. рублей в год являются серьезными участниками рынка инвестиций и способны реализовать как собственные коммерческие проекты, так и социально-ориентированные. В Свердловской области, по данным системы SPARK-Interfax, таких компаний 42 [6], среди которых по форме собственности преобладают в основном компании с частной собственностью (рис. 1).



Рис. 1. Структура высокодоходных компаний Свердловской области по форме собственности

Как видно из рисунка основная доля приходится на компании с частной собственностью. Среди крупных инвесторов в качестве примера в Свердловской области можно отметить компанию УГМК-Холдинг, которая за последние 5 лет реализовала значительное число инвестиционных проектов коммерческой и социальной направленности, в том числе:

- технологическое обновление собственных предприятий (с целью повышения экологической безопасности, наращивание производства конечной продукции, расширение сырьевой базы);
- участие в возведении спортивных объектов к Олимпиаде в г. Сочи (малая ледовая арена);
- новый тепличный комплекс «УГМК-Агро»;
- построено более 50 храмов по всей России, театр в г. В.Пышма.

По оценкам экспертов инвестиции компании в регион за последние 5 лет составили не менее 75 млрд. рублей.

Компания ОАО «Евраз-НТМК» в 2016-2017 гг. инвестировала более 27 млрд. рублей также в развитие производства и технологическое обновление собственных предприятий.

В 2012-2017 гг. ОАО «НЛМК» инвестировал в развитие около 372 млрд. рублей благодаря чему практически в два раза увеличены сталеплавильные мощности, расширен продуктовый ряд, улучшено качество продукции, а также повышена безопасность труда и снижено воздействие на окружающую среду.

Можно сделать вывод, что ПИИ перестают быть принципиальным индикатором эффективности инвестиционной политики регионов РФ, что говорит о необходимости в первую очередь поддерживать и развивать направление внутренних инвестиционных проектов крупнейшими предприятиями в дан-

ном регионе, а также стимулировать данные компании различными мерами государственной поддержки, в том числе льготными условиями государственного софинансирования проектов, облегчением налогового бремени и другой поддержкой со стороны государства.

Независимость внутренней инвестиционной политики от внешних санкций позволяет снизить риски, обусловленные возможными санкциями, ограничениями и требованиями стран резидентами, которых являются иностранные инвесторы.

Список литературы

1. Борисова Н. В. Разработка эффективной инвестиционной политики с учетом инновационного подход. Автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата экономических наук [Текст] / Н. В. Борисова. М., 2009. С.28.
2. World Investment Report 2015//UNCTAD [Electronic Resource]. URL: http://unctad.org/en/PublicationsLibrary/wir2015_en.pdf
3. Регионы России. Социально-экономические показатели – 2012-2017гг // Федеральная служба государственной статистики России [Электронный ресурс]. http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/publications/catalog/doc_1138623506156.
4. Азатян М. О. Анализ структуры и динамики прямых иностранных инвестиций в РФ [Текст] // Экономика, управление, финансы: материалы VII Междунар. науч. конф. (г. Краснодар, февраль 2017 г.). — Краснодар: Новация, 2017. — С. 10-14. — URL <https://moluch.ru/conf/econ/archive/220/11698/>
5. Российский фонд прямых инвестиций. [Электронный ресурс] <https://rdif.ru/>
6. Информационно-аналитическая система профессионального анализа рынков и компаний. [Электронный ресурс]. <http://www.spark-interfax.ru/>

© А.Е. Плахин, М.В. Селезнева, 2018

УДК 331.104

МЕТОДЫ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ В ОТЕЧЕСТВЕННОЙ И ЗАРУБЕЖНОЙ НАУКЕ

КРАСАВИНА ЕКАТЕРИНА ВАЛЕРЬЕВНА,д. социол.н., профессор кафедры гуманитарных дисциплин
Российской таможенной академии**ДЕМИДОВ ИГОРЬ ВЛАДИМИРОВИЧ**к. филос.н., профессор кафедры гуманитарных дисциплин
Российской таможенной академии**ПУСТОЗЕРОВ АЛЕКСАНДР ИВАНОВИЧ**к. пед.н., профессор кафедры гуманитарных дисциплин
Российской таможенной академии

Аннотация В статье рассмотрены основные подходы западной и современной отечественной науки к управлению персоналом. Авторы статьи делают акцент на методах управления персоналом, которые получили наибольшее распространение в наши дни.

Ключевые слова: управление персоналом, методы управления персоналом, организационная культура, стимулирование персонала, мотивация персонала

Krasavina Ekaterina Valeryevna
Demidov Igor Vladimirovich
Pustozeroev Aleksandr Ivanovich

Abstract: The article considers the main approaches of Western and modern Russian science to personnel management. The authors of the article emphasize the methods of personnel management, which have become the most common today.

Keyword: personnel management, personnel management methods, organizational culture, staff incentives, staff motivation

Управлять персоналом – означает воздействовать на него таким образом, чтобы его трудовое поведение, и профессиональная деятельность отвечали требованиям конкретной организации. [1, с.42] В современной теории и практике менеджмента методы управления персоналом должны быть подчинены удовлетворению моральных и духовных потребностей человека.

Под методами управления персоналом современная наука понимает способы и формы воздействия на человека, которые позволяют руководству компании максимально полно использовать имеющиеся у него возможности, для решения возложенных на него профессиональных задач.

Западный ученый Е.Г.Молл значительное внимание уделяет методам персонального развития работников в организации. Он считает, что особое внимание следует уделять методам мотивации к обучению персонала, навыкам обучения и др. [2, с.15]

В работах отечественного исследователя В.Г. Коноваловой можно увидеть, что автор уделяет значительное внимание влиянию организационной культуры на результаты работы персонала

организации. [3, с.103] Организационная культура в её понимании рассматривается как мощный инструмент, позволяющий мобилизовать инициативу сотрудников, обеспечивать их лояльность к организации и облегчить межличностное общение.

В работах Л.В. Карташовой, Т.В. Никоновой, Т.О. Соломанидиной уделяется внимание методам работы с персоналом, которые обязаны использовать менеджеры конкретных организаций, в частности:

- материальная заинтересованность;
- безопасность работы;
- солидарность;
- социальная справедливость, ответственность и пр. [4, с.85]

Важную роль в современном менеджменте персоналом, по мнению некоторых российских исследователей, играют стратегические методы управления человеческими ресурсами на предприятии. Как известно, стратегические методы управления персоналом носят долгосрочный характер и напрямую коррелируются со стратегией организации в целом. Объектом воздействия стратегических методов управления человеческими ресурсами является не только персонал организации, но и условия труда, организационная структура управления и т.п. [5, с.7]

С.Г. Попов в своих исследованиях обращает внимание на методы управления, связанные с планированием персонала. К ним, по его мнению, можно отнести методы, позволяющие:

- рассчитать необходимое количество сотрудников для данного предприятия;
- использовать наиболее оптимальные способы привлечения персонала в организацию;
- способствовать развитию персонала. [6, с.89]

В.В. Травин и В.А. Дятлов первостепенное внимание уделяют формированию кадрового резерва организации. И, в свою очередь, предлагают различные методы работы с персоналом, главным их которых является выявление наиболее перспективных работников в процессе процедур набора и отбора для включения их в кадровый резерв. [7, с.10]

Многие учёные, как отечественные, так и зарубежные обращают внимание на методы поиска и отбора персонала в общей системе управления кадрами. Эти учёные предлагают различные системы, связанные с рекрутингом персонала. Считают, что привлечение кандидатов на фирмы могут с успехом осуществлять рекрутинговые агенты. При этом обращают внимание на хэтихтинг («охота за головами»), рекламу в СМИ и пр. [8, с.48]

На методы оплаты труда, а также тесную взаимосвязь производства и социальной сферы обращает внимание Н.А. Волгин. Он, в частности, раскрывает резервы совершенствования оплаты труда, а также проблемы, которые связаны с этим механизмом. В его работах, посвященных данной проблематике, можно увидеть:

- зависимость оплаты труда от стажа, возраста работника;
- зависимость величины окладов менеджеров от результатов работы предприятия и др. [9, с.61]

Т.Ю. Базарова и Б.Л. Ерёмкина предлагают апробированный на практике метод поддержания работоспособности персонала, включая планирование, карьеры, обучения персонала, программы стимулирования труда и пр. [10, с.252]

Таким образом, мы видим, что в современной теории и практике менеджмента не существует единого подхода к анализу методов управления персоналом. Современные исследователи, руководствуясь собственными убеждениями, предлагают широкую палитру методов управления человеческими ресурсами, из которых каждый руководитель предприятия выбирает наиболее подходящие конкретно в его работе с персоналом организации.

Список литературы

1. Красавина Е.В., Грибкова О.В. Анализ состояния системы управления персоналом в современном обществе // Экономика и управление в XXI веке: стратегии устойчивого развития: сборник статей III Международной научно-практической конференции. – Пенза, МЦНС «Наука и просвещение», 2017. – С.42.

2. Молл Е.Г. Менеджмент: организационное поведение. – М.: 1999, с.15.
3. Коновалова В.Г. Управление персоналом организации. – М.: Приор, 2001, с.103.
4. Карташова Л.В. и др. Организационное поведение. Учебник. – М.: Инфра-М, 2006, с.85
5. Одегов Ю.Г., Соловьёв Д.П. Стратегическое управление персоналом. – Самара: СГЭА , 2004, с.7
6. Попов С.Г. Управление персоналом. – М.: Ось, 2009, с.89.
7. Травин В.В., Дятлов В.А. Кадровый резерв и оценка результативности труда управленческих кадров. – М.: Дело ЛТД, 2005, с.10.
8. Магура М.И. Поиск и отбор персонала. – М.: Бизнес-Школа, 2001, с.48-50.
9. Волгин Н.А. Оплата труда: производство, социальная сфера, государственные службы: анализ, проблемы, решения. – М.: Экзамен, 2003, с.61-63.
10. Базарова Т.Ю., Ерёмина Б.Л. Управление персоналом. Учебник. – М.: ЮНИТИ, 1998, с.252-254.

УДК 338.43 (571.56)

СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ РЫНКА СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОЙ ПРОДУКЦИИ В РЕСПУБЛИКЕ САХА (ЯКУТИЯ)

БАИШЕВА АЛЁНА ФЕДОТОВНА

Младший научный сотрудник
Отдела Социально – экономического развития села
ФГБНУ «Якутский научно – исследовательский институт сельского хозяйства» Республики Саха
(Якутия)

Аннотация: В статье рассматривается современное состояние рынка сельскохозяйственной продукции в Республике Саха (Якутия) на основе сравнительного анализа данных за 2011–2016 годы. Изложены основные проблемы рынка сельскохозяйственной продукции с учетом региональных факторов.
Ключевые слова: регион, сельскохозяйственная продукция, рынок, Республика Саха (Якутия), реализация.

THE CURRENT STATE OF THE MARKET OF AGRICULTURAL PRODUCTS IN THE REPUBLIC OF SAKHA (YAKUTIA)

Baisheva Alyona Fedotovna

Annotation: The article deals with the current state of the market of agricultural products in the Republic of Sakha (Yakutia) on the basis of comparative analysis of data for 2011-2016. The basic problems of the market of agricultural products taking into account regional factors are stated.

Key words: region, agricultural production, market, Republic of Sakha (Yakutia), realization.

Рынок сельскохозяйственной продукции Республики Саха (Якутия) имеет свои ключевые особенности, которые влияют на специализацию, урожайность, объем трудовых и материальных затрат на единицу продукции и в конечном итоге на эффективность продовольственного рынка. К особенностям можно отнести, прежде всего, ограниченность ассортимента продукции, низкую конкурентоспособность продукции, дороговизну процесса производства, внутрисистемную неразвитость самой инфраструктуры и слаборазвитую дорожно-транспортную систему на огромной территории республики, на которой более 75 % сельских населенных пунктов не обеспечены автодорогами круглогодичного движения. Дороги устойчиво функционируют только в зимний период. Бездорожье, особенно во время весенней и осенней распутицы, в период уборки урожая, приводит к чрезмерным затратам трудовых, временных, материальных и финансовых ресурсов.

В республике по итогам 2016 года произведено валовой продукции сельского хозяйства на 23 244,6 млн рублей, что на 4 % больше уровня 2015 года в текущих ценах. Для региона характерно животноводческое направление сельского хозяйства. Доля валовой продукции животноводства составляет примерно 70 % [1, с. 19].

По животноводству за 2016 год по республике было произведено 35 тыс. тонн мяса скота и птицы в живом весе, валовый надой молока составил 164 тыс. тонн, яиц произведено около 118 млн

штук. Рассматривая данные показатели в динамике за шесть лет, можно отметить снижение уровня производства. Так в 2016 году производство мяса в живом весе по региону снизилось на 1,2 % по сравнению прошлым годом и на 10 % по сравнению с 2011 годом. Валовой надой молока снизился на 11,4 % по сравнению с 2011 годом, а производство яиц - на 5 % [2, с. 65].

По растениеводству заметен существенный прирост по производству зерновых культур на 50 % по сравнению с 2011 годом, производство картофеля увеличилось на 12 %, а прирост овощей составил примерно 15 % (Табл. 1).

Агропродовольственная политика РС (Я) в первую очередь должна быть направлена на увеличение производства товарной продукции сельского хозяйства с учетом специализации земледелия и животноводства, правильного соотношения отраслей и структуры производства в соответствии с особенностями местных условий, развития традиционных отраслей, повышения уровня самообеспеченности сельскохозяйственной продукцией местного производства [3, с. 315].

Таблица 1

Производство основных продуктов животноводства и растениеводства по всем категориям хозяйств (тонн, тыс. штук)

Наименование показателя	2011г.	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.	2016 г.	Прирост (убыль) 2016 г. к 2011 г. %	Прирост (убыль) 2016 г. к 2011 г.%
Животноводство								
Скот и птица на убой (в живом весе), тонн	38971	40121	39301	35450	35469	35058	-10,0	-1,2
Молоко, тонн	185901	177554	170427	168378	164572	164644	-11,4	0
Яйца, тыс. штук	124410	129848	136502	136565	136389	117961	-5,2	-13,5
Растениеводство								
Зерновые культуры (в первоначально - оприходованном весе)	8564	6967	12579	12902	8582	12781	49,2	48,9
Картофель	69788	73678	76016	76172	71925	78821	12,9	9,6
Овощи - всего	32531	31888	37027	36704	35150	37303	14,7	6,1

Таблица 2

Товарность сельскохозяйственного производства за 2011 –2016 года по Республике Саха (Якутия) (реализовано в процентах от общего объема производства)

Наименование показатели	2011г.	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.	2016 г.	Прирост (убыль) 2016 г. к 2011 г. %	Прирост (убыль) 2016 г. к 2011 г. %
Картофель	28,9	29,8	26,4	29,1	35,9	30,4	5,2	-15,3
Овощи	37,3	40,1	37,4	34,1	33,4	36,2	-2,9	8,4
Скот и птица (в живом весе)	64,1	63,6	63,6	61,3	61,3	61,8	-3,6	0,8
Молоко и молочные продукты	60,5	61,5	61	62,7	65,4	71,7	18,5	9,6

В 2016 году показатели товарности мяса скота и птицы за последние шесть лет по хозяйствам всех категорий находятся в состоянии стабильности, в среднем составляя 63 %. Повысился показатель товарности молока и молочной продукции по сравнению с прошлым годом на 9,6 % и на 16,6 % по сравнению с 2011 годом. Неоднозначная динамика наблюдается по показателям товарности продукции растениеводства. Товарность картофеля за 2016 год снизился на 15,3 % по сравнению с 2015 годом, но повысился по сравнению с 2011 годом на 5 %. Показатель товарности овощей снизился на

10 % по сравнению с 2011 годом и повысился по сравнению с прошлым годом на 8 %. Подобный низкий показатель товарности объясняется тем, что большая часть произведенной продукции идет на собственное потребление личных подсобных хозяйств (Табл. 2).

За 2016 год по республике было реализовано 21 669 тонн мяса скота и птицы в живом весе, по сравнению с 2011 годом показатель снизился на 13 %. Реализация молока и молочных продуктов показывает положительную динамику: прирост за шесть лет составляет 5 %. По картофелю прирост составил 18,7 %, по овощам – 11,2 % (Табл. 3).

Продукция сельского хозяйства в Республике Саха (Якутия) реализуется по многополярной и биполярной системе сбыта. При этом основными каналами реализации являются предприятия и организации, осуществляющие закупки для государственных нужд, потребительские кооперации, работники хозяйства и населения, проживающие на территории региона, оптовые и розничные рынки. Мяса скота и птицы реализуется населению в основном через оптовые и розничные рынки, перерабатывающие предприятия и частные магазины, а также через систему общественного питания. Примерно 90 % всего молока, произведенного в республике, реализуется через предприятия и организации, осуществляющие закупки для государственных нужд. Картофель реализуется по четырем каналам сбыта: для государственных нужд - 34,2 %, через оптовую торговлю, рынки, перерабатывающие предприятия и собственные магазины – 32,5 %. Около половины овощей (48,7 %) реализуется через оптовую торговлю и рынки, перерабатывающие предприятия, остальная часть (51,3 %) – через бартерные сделки и системы общественного питания (Табл. 4).

Таблица 3
Реализация основных продуктов сельского хозяйства за 2012–2017 года по Республике Саха (Якутия) (в тоннах)

Наименование показателя	2011г.	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.	2016 г.	Прирост (убыль) 2017 г. к 2012 г. %	Прирост (убыль) 2017 г. к 2016 г. %
Картофель	20159	21942	20043	22156	25856	23930	18,7	-7,4
Овощи	12145	12778	13838	12530	11751	13502	11,2	14,9
Скот и птица (в живом весе)	24964	25504	25002	21732	21726	21669	-13,2	-0,3
Молоко и молочные продукты	112462	109173	103949	105627	107639	117974	4,9	9,6

В 2016 году показатели товарности мяса скота и птицы за последние шесть лет по хозяйствам всех категорий находятся в состоянии стабильности, в среднем составляя 63 %. Повысился показатель товарности молока и молочной продукции по сравнению с прошлым годом на 9,6 % и на 16,6 % по сравнению с 2011 годом. Неоднозначная динамика наблюдается по показателям товарности продукции растениеводства. Товарность картофеля за 2016 год снизился на 15,3 % по сравнению с 2015 годом, но повысился по сравнению с 2011 годом на 5 %. Показатель товарности овощей снизился на 10 % по сравнению с 2011 годом и повысился по сравнению с прошлым годом на 8 %. Подобный низкий показатель товарности объясняется тем, что большая часть произведенной продукции идет на собственное потребление личных подсобных хозяйств (Табл. 2).

За 2016 год по республике было реализовано 21 669 тонн мяса скота и птицы в живом весе, по сравнению с 2011 годом показатель снизился на 13 %. Реализация молока и молочных продуктов показывает положительную динамику: прирост за шесть лет составляет 5 %. По картофелю прирост составил 18,7 %, по овощам – 11,2 % (Табл. 3).

Продукция сельского хозяйства в Республике Саха (Якутия) реализуется по многополярной и биполярной системе сбыта. При этом основными каналами реализации являются предприятия и организации, осуществляющие закупки для государственных нужд, потребительские кооперации, работники хозяйства и населения, проживающие на территории региона, оптовые и розничные рынки. Мяса скота и птицы реализуется населению в основном через оптовые и розничные рынки, перерабатыва-

ющие предприятия и частные магазины, а также через систему общественного питания. Примерно 90 % всего молока, произведенного в республике, реализуется через предприятия и организации, осуществляющие закупки для государственных нужд. Картофель реализуется по четырем каналам сбыта: для государственных нужд - 34,2 %, через оптовую торговлю, рынки, перерабатывающие предприятия и собственные магазины – 32,5 %. Около половины овощей (48,7 %) реализуется через оптовую торговлю и рынки, перерабатывающие предприятия, остальная часть (51,3 %) – через бартерные сделки и системы общественного питания (Табл. 4).

При реализации своей продукции сельскохозяйственные товаропроизводители сталкиваются с рядом проблем, которые требуют государственного вмешательства. К таким проблемам относятся отсутствие системы контроля качества и выстроенных рынков сбыта продукции. А удаленность производства от розничных рынков вынуждает производителей продавать свой товар перекупщикам, которые в свою очередь перепродают товар с большой наценкой. Сложность реализации своей продукции в крупные торговые сети и супермаркеты для сельскохозяйственных товаропроизводителей также является проблемой. Большинство супермаркетов предпочитают брать привозную продукцию, имеющую длительный срок хранения, качественную упаковку.

Таблица 4

Удельный вес продажи продукции сельскохозяйственным предприятиям по отдельным каналам в общем объеме реализации (в процентах)

Наименование каналов реализации	Картофель		Овощи		Скот и птица (в живом весе)		Молоко и молочные продукты	
	2011г.	2016г.	2011г.	2016г.	2011г.	2016г.	2011г.	2016г.
Предприятиям и организациям, осуществляющим закупки для государственных нужд	61,6	34,2	16,4	1,1	6,1	8,6	8,8	86,8
Потребкооперации	2,3	-	0,7	-	0,1	0,6	-	2,1
Другим потребителям (перерабатывающим предприятиям, организациям оптовой торговли, на рынке, через собственные магазины и др.)	14,9	32,5	44,8	48,7	58,7	53,4	14,7	9
Населению через систему общественного питания, включая продажу и выдачу в счет оплаты труда	14,7	20,5	22	25	29,7	33,7	2,2	2
Реализовано продукции по бартерным сделкам (обменным операциям)	6,6	12,8	16	25,3	5,5	3,8	0,3	0

Для решения проблем и дальнейшего развития рынка сельскохозяйственной продукции в Республике Саха (Якутия) необходим комплекс мер, направленных на развитие агропромышленного комплекса в целом, учитывающих региональные особенности региона и обеспечивающие насыщение внутреннего рынка собственной сельскохозяйственной продукцией высокого качества [4, с. 1199]. В этом процессе необходимо участие государства, поскольку формирование развитой инфраструктуры сопряжено с большими затратами и не может быть осуществлено в короткие сроки.

Список литературы

1. Система ведения сельского хозяйства в Республике Саха (Якутия) на период 2016-2020 годы: методическое пособие / А.И. Степанов и др. – Кемерово: ООО «Технопринт», 2017. – 416 с.

2. Сельское хозяйство в Республике Саха (Якутия) за 2011-2016 гг.: статистический сборник №16/452 / Территориальный орган Федеральной службы Гос. стат. по Респ. Саха (Якутия). – Якутск, 2017. – 169 с.

3. Даянова, Г. И. Уровень самообеспечения основной сельскохозяйственной продукцией в Республике Саха (Якутия) / Г.И. Даянова, И.К. Егорова, М.С. Колесова // Экономика и предпринимательство. – 2017. – № 7. – С. 308-315.

4. Даянова, Г. И. Оценка возможностей развития сельского хозяйства Республики Саха (Якутия) на основе ретроспективного анализа / Г.И. Даянова, И.К. Егорова, М.С. Колесова, А.Ф. Баишева // Экономика и предпринимательство. – 2017. – № 9. – С. 1195-1200.

УДК 332.81

ИПОТЕЧНЫЙ КРЕДИТ КАК ИНСТРУМЕНТ ПРЕОДОЛЕНИЯ КРИЗИСА НА РЫНКЕ НЕДВИЖИМОСТИ

КОРЕВА ОЛЬГА ВЛАДИМИРОВНА,

К. Э. Н., доцент

МАРКОВ АРТЕМ ИГОРЕВИЧ

магистрант

ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет имени И.С. Тургенева»

Аннотация: В статье рассмотрены проблемы, связанные с функционированием рынка недвижимости и возможностями использования ипотечного кредита как инструмента преодоления кризиса на данном рынке. Приведены статистические данные, характеризующие динамику и условия выдачи кредитов. Представлены возможные варианты преодоления кризиса.

Ключевые слова: ипотека, ипотечное жилищное кредитование, жилье, жилищные проблемы.

MORTGAGE LOAN AS AN INSTRUMENT OF OVERCOMING THE CRISIS IN THE REAL ESTATE MARKET

Koreva Olga Vladimirovna,
Markov Artem Igorevich

Abstract: This article proves that one of the main problems related to the functioning of the real estate market and the possibilities of using mortgage loan as a tool to overcome the crisis in this market. The statistical data characterizing dynamics and conditions of issue of the credits are resulted. Possible options for overcoming the crisis are presented.

Key words: mortgage, mortgage lending, housing, housing problems.

Ипотечное кредитование – это значимый инструмент экономического развития во многих странах мира. Для современной России ипотечное кредитование является новацией в правовой системе Российской Федерации. Самые крупные изменения, связанные с переходом к рыночным отношениям, произошедшие в 90-е годы, обозначили множество экономических проблем. Основным вопросом является и будет являться всегда обеспечение граждан нашей страны доступным и качественным жильем.

Принятие Концепции развития Федеральной системы ипотечного жилищного кредитования в РФ [1] послужило толчком к тому, что ипотека стала рассматриваться как один из факторов успешной реализации приоритетного национального проекта «Доступное и комфортное жилье – гражданам России». К тому же особое внимание в концепции акцентировалось на том, что ипотека должна быть рыночной, а не дотационной. Степень участия государства и создание благоприятных экономико-правовых условий реализации проекта являются движущими силами воплощения в жизнь данного проекта.

Главная цель национальной жилищной политики, а одновременно и средство оживления эко-

номики страны в целом – это создание эффективной системы приобретения жилья, основанной на рыночных принципах за счет собственных средств и долгосрочных ипотечных кредитов. Система ипотечного жилищного кредитования является не только инструментом обеспечения доступным по цене жильем граждан со средними доходами. Развитие ипотечного жилищного кредитования благотворно влияет на многие экономические процессы. Среди них можно выделить создание конкурентоспособной экономики, стабилизацию ее состояния и усовершенствование, сокращение инфляционных процессов и общественно-социальной напряженности в результате повышения доступности жилья для большей части населения, стимулирование строительства и смежных с ним отраслей экономики, стабилизацию состояния финансового и банковского секторов, а также активизацию инвестиционных процессов на рынке капиталов.

Институт ипотечного кредитования – это один из самых надежных способов внебюджетного инвестирования в различные сферы экономики. Он имеет возможность включать и преобразовывать финансовые ресурсы в реальный сектор экономики с помощью сферы недвижимости и строительства, посредством создания капитала. Это связано с тем, что ипотека имеет возможность связать финансовый рынок и рынок недвижимости, превращая «потенциального» покупателя недвижимости в качество «реального».

Стимулирование развития системы ипотечного кредитования является одним из условий преодоления кризиса на рынке недвижимости. Ипотечное кредитование может и должно играть значимую роль в привлечении инвестиций и развитии межотраслевых связей.

Механизм системы ипотечного кредитования можно использовать и как сильный инструмент безинфляционного расширения потребительского спроса на товар с самым продолжительным сроком пользования – жилье и раскручивания спирали инвестиционного процесса в экономике страны. Это и обуславливает актуальность создания системы ипотечного кредитования.

В общем виде ипотечное кредитование необходимо рассматривать в двух аспектах. В узком смысле оно является одним из видов потребительского кредита, который выдается для непосредственно целевого использования. Это может быть строительство, покупка или ремонт-модернизация жилья, обеспеченного залогом недвижимого имущества. В широком смысле – это сложная экономическая система, включающая в себя кредиторов, заемщиков, инвесторов, финансовых посредников, риэлторов, застройщиков, подрядчиков, страховые компании, ипотечные банки, стройсберкассы и государственные специализированные органы.

Разрешение противоречия между текущими доходами и имеющимся объемом сбережений населения и высокой стоимостью жилья – ведущая роль ипотечного кредитования. К тому же, это является самой дорогостоящей покупкой в структуре расходов среднестатистической семьи. Другими словами, система ипотечного кредитования взяла на себя роль связующего звена между ограниченностью финансовых возможностей средней семьи и ее одной из первоочередных потребностей в достойных условиях проживания. Привлечение дополнительных ресурсов с финансового рынка на рынок недвижимости является одним из возможных путей разрешения этого экономического противоречия.

Функционирование системы ипотечного кредитования помогает кардинально изменить мотивацию хозяйственной деятельности у наиболее экономически активной части населения – семьи людей молодого и среднего возраста. То есть, первоочередным мотивирующим фактором для ведения экономически эффективной деятельности являются, в равной степени, и возможность приобретения собственного жилья, которое соответствует современным стандартам комфорта, и потенциальная угроза лишиться его в случае утери возможности погасить ипотечный кредит.

Одной из особенностей ипотеки является возможность стать стимулом для увеличения жилищного строительства в случае приобретения ею массового характера. К сожалению, темпы роста строительства жилья пока не отреагировали на сложившуюся ситуацию. Это связано с очень низкой эластичностью предложения жилья.

На настоящий момент времени существует необходимая инфраструктура рынка. К тому же взаимоотношения между субъектами стали понятны и обозначились главные участники этого рынка – ведущие банки-оригинаторы ипотечных кредитов. Высокие темпы развития имеют рынки консалтин-

говых и посреднических услуг в области ипотечного кредитования. Так же совершенствуется законодательная база. Основополагающие нормативные акты уже приняты, а на стадии разработки находится законопроект, который направлен на повышение эффективности механизма секьюритизации активов в России [2]. Это поможет сделать российский ипотечный рынок наиболее устойчивым против внешних шоков.

Во многих экономически развитых странах ипотечное кредитование является не только способом повышения уровня жилищных условий, но и одним из индикаторов социально-экономического развития страны. Его значимость наиболее заметна во время выходы страны из экономического кризиса. Направление части сбережений от совокупного дохода посредством инвестиций в развитие производства определяет непрерывный рост совокупного производства и совокупного дохода и потребления. Эффективная и грамотно продуманная ипотечная система кредитования одновременно сосредотачивает временно свободные денежные средства граждан и организаций и помогает в решении социально-экономических проблем.

Кризис является толчком к ускорению развития инфраструктуры финансового рынка. Особое внимание необходимо сосредоточить на инфраструктуре, помогающей участникам ипотечного рынка проводить сделки с минимально возможными рисками (биржи, депозитарии) и оценивать эти риски (рейтинговые агентства, кредитные бюро).

Ввиду наличия инфраструктуры появляется возможность привлечь дополнительный капитал на российский рынок, что повлечет ускорение преодоления кризисных проявлений, а на стадии оживления экономики такая инфраструктура способна обеспечивать сбалансированное развитие.

Кроме адресной поддержки банковского сектора экономики решение проблемы «плохих долгов» и оживление ипотечного кредитования нуждаются в целом комплексе мер общеэкономического и институционального характера. Снижение уровня инфляции, изменение отраслевой и географической экономической структуры, реализация непрерывной работы правоохранительной и судебной систем, наиболее периодичное выполнение бюджетных обязательств – являются основными мерами.

Ипотечное кредитование дает возможность согласовать интересы населения, кредиторов и строительных комплексов. Потенциальные покупатели получают возможность улучшить свои жилищные условия, коммерческие банки ведут эффективную работу, а строительные организации получают ритмичную загрузку производства и государства, которое стремится к общему экономическому росту.

В настоящее время как никогда раньше остро стоит вопрос о необходимости стимулирования экономического роста, в том числе и посредством активного развития системы ипотечного кредитования [6].

Ипотечное кредитование предоставляет возможность приобрести собственное жилье тем гражданам, которые не имеют накоплений, способных покрыть стоимость данной покупки.

Доступность ипотечных кредитов для большинства напрямую зависит от дохода основной массы жителей страны. Он должен быть достаточным для осуществления ежемесячных выплат по кредитам без значимого ущерба для текущего потребления. То есть, чем меньше ежемесячные выплаты по ипотечным кредитам, тем они доступнее. Достижение минимизации выплат возможно путем снижения процентной ставки, уменьшения суммы кредита и увеличения срока его полной выплаты. Также это обеспечит уменьшение затрат и рисков для всех участников рынка.

Инсайдером по объемам выдачи ипотечных кредитов среди остальных субъектов РФ является Москва. Статистические данные о количестве жилищных кредитов, предоставленных населению в субъектах Федерации в Центральном Федеральном округе приведены в табл. 1.

В 2015 году в Центральном Федеральном округе объем выдачи ипотечных жилищных кредитов был самым высоким за исследуемый период, увеличившись на 25% по сравнению с предыдущим годом, и составил 241,553 ед. Затем в 2016-2017 гг. произошёл спад, набранные темпы предоставления жилищных кредитов до настоящего времени не восстановились. Наблюдаемое падение объемов ипотечного жилищного кредитования является следствием кризисных явлений в экономике, приведших к изменению условий ипотечных программ [7].

Таблица 1
Количество жилищных кредитов, предоставленных физическим лицам в рублях и иностранной валюте, в разрезе субъектов РФ в ЦФО (ед.).

	01.01.2013		01.01.2014		01.01.2015		01.01.2016		01.01.2017	
	в рублях	в иностранной валюте	в рублях	в иностранной валюте	в рублях	в иностранной валюте	в рублях	в иностранной валюте	в рублях	в иностранной валюте
ВСЕГО ПО РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ	739 393	1 788	878 495	1 987	1 058 641	807	710 450	131	863803	55
ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	154 668	1 060	193 148	1 259	241 553	509	163 694	114	201958	43
Белгородская область	6 366	9	7 665	7	8 227	3	5 543	1	6 603	0
Брянская область	5 319	7	6 272	13	8 217	3	5 577	0	6 383	1
Владимирская область	5 829	11	7 616	15	9 374	2	6 044	0	7 449	0
Воронежская область	10 108	8	13 240	11	16 533	5	11 523	1	13 799	0
Ивановская область	4 267	7	5 575	6	7 245	2	4 507	1	4 773	0
Калужская область	5 289	23	7 123	16	8 419	9	5 439	0	6 916	1
Костромская область	3 720	1	4 412	2	5 782	0	3 846	0	4 089	0
Курская область	5 642	7	6 784	8	8 403	2	4 951	0	6 533	0
Липецкая область	5 437	2	6 205	6	7 633	2	5 338	0	6 482	0
Московская область	30 043	297	39 602	353	56 086	143	34 648	28	43276	6
Орловская область	3 285	5	4 456	8	5 455	2	3 898	0	4 909	0
Рязанская область	5 532	12	7 034	14	9 634	2	6 406	0	7 832	1
Смоленская область	5 517	3	6 114	7	7 272	6	4 531	0	5 282	0
Тамбовская область	3 782	6	5 002	7	6 169	1	4 133	1	4 968	0
Тверская область	6 646	15	7 321	14	9 219	11	5 911	0	7 460	0
Тульская область	7 273	13	8 770	17	10 777	3	7 023	0	8 374	0
Ярославская область	6 879	5	7 947	6	10 085	2	6 802	0	7 411	0
г. Москва	33 734	629	42 010	749	47 023	311	37 574	82	49 419	34

Динамика объема выданных жилищных кредитов (в том числе ИЖК) населению наглядно представлена на рисунке 1.

Снижение количества выданных кредитов привело к уменьшению общей суммы жилищных кредитов в рублях и иностранной валюте населению.

Размер процентной ставки по кредитам влияет на спрос и предложение ипотечных кредитов, так как она выступает в роли цены ипотечного кредита. К тому же процентная ставка одновременно определяет степень доступности кредита для потребителей и выгодность (доходность) кредитования для кредиторов [3].

Процентная ставка является основным регулятором доступности ипотечного кредитования в рамках используемого в нашей стране механизма. Стоимость ресурсов, накладные расходы кредиторов и надбавка за риск для компенсации их потенциальных потерь определяют величину процентной

ставки и доступность получения ипотечного кредита. Ввиду этого она остро реагирует существующую в стране экономическую ситуацию на тот или иной момент времени.



Рис. 1. Динамика объема жилищных кредитов (в том числе ИЖК), предоставленных физическим лицам [7].

Ипотечный кредит в рублях сегодня можно получить на 30 лет под 11–13% годовых. При этом средневзвешенный срок кредитования составляет в среднем 15 лет, при процентной ставке 12,5% (Табл. 2).

К тому же его фактическая стоимость для физического лица еще меньше, так как проценты по ипотечному кредиту подлежат налоговому вычету.

В табл. 2 приведены данные о жилищных кредитах, предоставленных кредитными организациями в субъектах Федерации Центрального Федерального округа в рублях за период 2013–2017 гг. [7].

Темпы развития рынка недвижимости в России сдерживаются из-за проблемы привлечения финансовых средств. Первичный рынок жилой недвижимости существует и модернизируется в главную очередь благодаря средствам частных инвесторов – дольщиков и ипотечных заемщиков.

Факторами, сдерживающие развитие ипотечного рынка являются падение уровня реальных доходов населения и спроса на ипотеку ввиду ухудшения общей экономической ситуации, падение курса национальной валюты, рост темпов инфляции и ужесточение доступа к заемным ресурсам. Вовлечение покупателей с низкой платежеспособностью влечет за собой рост рисков по кредиту финансового сектора. В итоге, рынки жилья ипотечного кредитования и жилищного строительства могут иметь значительный спад.

В настоящее время усилия государственной жилищной политики необходимо направить на формирование точек роста рынка жилищного финансирования и жилищного строительства путем:

- разработки и внедрения различных программ кредитования для социально приоритетных категорий граждан по ставке, ниже рыночной, путем предоставления государственной федеральной или региональной (муниципальной) поддержки;
- повышения доступности ипотечного жилищного кредита для заемщиков посредством уменьшения величины первоначального взноса за счет ипотечного страхования, доработки нормативно-правовой базы для развития ипотечного страхования;
- создания эффективного рынка арендного жилищного фонда и развития некоммерческого арендного жилищного фонда для граждан, которые имеют невысокий среднедушевой уровень дохода и развития альтернативных форм жилищного кредитования.

Таблица 2

Средневзвешенный срок и средневзвешенная процентная ставка по ипотечным жилищным кредитам, предоставленным физическим лицам, в разрезе субъектов Федерации по регионам ЦФО. [7].

	01.01.2013		01.01.2014		01.01.2015		01.01.2016		01.01.2017	
	Средне-взвешенный срок кредито-вания, меся-цев	Средне невзве-звенная ставка, %	Средне невзве-звенный срок креди-това-ния, меся-цев	Средне невзве-звенная ставка, %	Средне невзве-звенный срок креди-това-ния, меся-цев	Средне невзве-звенная ставка, %	Средне невзве-звенный срок креди-това-ния, меся-цев	Средне невзве-звенная ставка, %	Средне невзве-звенный срок креди-това-ния, меся-цев	Средне невзве-звенная ставка, %
ВСЕГО ПО РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ	176,6	12,2	172,9	12,51	178,1	12,47	175,2	13,36	182,2	12,49
ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	171,0	12,35	167,3	12,54	174,6	12,49	173,5	13,27	184,3	12,37
Белгородская об-ласть	180,0	12,31	175,6	12,51	181,5	12,37	176,1	13,34	184,0	12,64
Брянская область	181,1	12,50	173,3	12,53	177,5	12,52	173,3	13,23	182,3	12,46
Владимирская об-ласть	172,3	12,69	169,4	12,61	172,7	12,68	173,1	13,42	182,6	12,59
Воронежская об-ласть	182,7	12,42	178,5	12,58	184,5	12,52	187,5	13,14	197,6	12,35
Ивановская об-ласть	167,2	12,61	163,5	12,52	167,3	12,50	169,5	13,52	175,1	12,66
Калужская область	183,7	12,28	170,5	12,45	179,5	12,44	174,0	13,19	186,7	12,35
Костромская об-ласть	155,6	12,52	160,5	12,61	168,2	12,55	162,6	13,47	173,1	12,68
Курская область	179,3	12,54	180,2	12,59	182,7	12,52	177,0	13,21	185,7	12,41
Липецкая область	187,1	12,55	183,4	12,62	185,8	12,63	183,9	13,14	195,3	12,43
Московская об-ласть	173,8	12,42	170,6	12,54	174,6	12,48	177,3	13,11	186,6	12,25
Орловская область	175,3	12,51	172,1	12,64	175,4	12,53	176,5	13,24	187,1	12,31
Рязанская область	179,8	12,36	171,6	12,55	174,4	12,53	176,1	13,18	183,4	12,50
Смоленская об-ласть	191,7	12,52	179,8	12,67	184,9	12,55	180,9	13,25	191,0	12,39
Тамбовская об-ласть	182,8	12,57	176,3	12,66	180,5	12,46	178,1	13,15	190,1	12,37
Тверская область	186,5	12,38	182,2	12,51	182,6	12,49	179,5	13,38	182,3	12,53
Тульская область	180,9	12,53	172,7	12,66	177,2	12,50	174,5	13,55	183,1	12,58
Ярославская об-ласть	161,6	12,39	154,9	12,54	167,6	12,51	166,5	13,31	174,7	12,50
г. Москва	161,6	12,19	159,4	12,51	170,7	12,47	168,3	13,35	181,7	12,37

Рынок ипотечного кредитования еще не исчерпал всех своих возможностей. К тому же, очевидны перспективы его дальнейшего роста. Оно позволяет повысить доступность и обеспечить граждан собственным жильем. Основными клиентами являются граждане, имеющие среднестатистический доход и ввиду этого жилье должно удовлетворять требования этого слоя населения в первую оче-

редь. Население страны готово использовать ипотечный кредит для приобретения готового жилья. Однако высокий уровень процентных ставок по ипотечным кредитам, низкий уровень доходов населения, жесткие условия предоставления кредитов коммерческими банками не дают возможности для большинства жителей улучшить свои жилищные условия.

Создание благоприятной экономико-политической обстановки, реализация законодательно-нормативной базы и улучшение благосостояния населения страны – это основополагающие условия для реализации кредитных ресурсов в сферу долгосрочного ипотечного кредитования. Стимулирование ипотечного кредитования позволит сохранить темпы развития строительной отрасли и обеспечить ее стабильную работу в существующих экономических условиях [4].

Список литературы

1. Постановление Правительства РФ от 11 января 2000 г. N 28 «О мерах по развитию системы ипотечного жилищного кредитования в Российской Федерации» (с изменениями и дополнениями) // СПС «Гарант». <http://base.garant.ru/12117965/>
2. Колесников В.И., Кроливецкая Л.Л. Банковское дело. М.: Финансы и статистика, 2007. – 312 с.
3. Корева О.В., Новакова С.Ю. Состояние жилищного фонда в Орловской области, необходимость его капитального ремонта и обновления за счет развития жилищного строительства // Научное знание (Электронный журнал). - 2016.- № 2 (33).
4. Королева А. М. Современное состояние и перспективы управления рынком ипотечного кредитования в России // Вопросы управления. 2015. №2 (14).
5. Крысин А.В. Оживление ипотечного рынка: предстоит решить много задач // Банковское дело. 2015. №11. с. 58-62.
6. Новакова С.Ю. Состояние, проблемы и направления развития рынка недвижимости города Орла // Ученые записки Орловского государственного университета (ОГУ). Сер.: Гуманитарные и социальные науки. 2015. №2 (65). С. 58–64.
7. Сведения о рынке жилищного (ипотечного жилищного) кредитования в России статистический сборник (интернет-версия). № 4. 2012–2016. Москва, 2017. 67 с.

© О.В. Корева, А.И. Марков, 2018

УДК 368

ОСАГО: СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РЕФОРМИРОВАНИЯ

ЛЮЯ С. А.,

студентка

Хакасский технический институт – филиал
ФГАОУ ВО «Сибирский федеральный университет»

ПРОКОПЬЕВА Е.Л.,

научный руководитель, канд. эконом. наук, доцент

Аннотация: В статье обозначены основные проблемы ОСАГО: рост тарифов, широкое распространение поддельных полисов, недостаточная ответственность страховых компаний за выполнение своих обязанностей,

необходимость доплаты за ремонт пострадавшего автомобиля «из кармана» пострадавшей стороны и возможность двоякого толкования многих установок и правил. Предложены пути усовершенствования ОСАГО.

Ключевые слова: ОСАГО, владельцы автотранспортных средств, страховая компания, страховка, государственное регулирование.

OSAGO: MODERN PROBLEMS AND PROSPECTS OF REFORMING

Prokopjeva E.L.,

Lyuya S.A.,

Abstract: the article describes the main problems of OSAGO: the growth of tariffs, the widespread use of counterfeit policies, the lack of responsibility of insurance companies for the performance of their duties, the need to pay extra for the repair of the injured car "out of pocket" of the affected party and the possibility of a double interpretation of many installations and rules. Suggested ways to improve OSAGO.

Key words: OSAGO, owners of vehicles, insurance company, insurance, state regulation.

Характерной чертой любого цивилизованного общества является развитая система страхования. Данная система охватывает практически все сферы жизни государства и экономики. На сегодняшний день уровень предоставления страховых услуг в России, как и в других странах, связан с такими факторами как: общая экономическая ситуация в стране, система налогообложения, состояние финансового рынка, система правового регулирования и др.

Для интенсивного роста страхового дела, прежде всего, необходима система нормативных актов, а также общепризнанная страховая терминология. В нашей стране правовое регулирование сферы страхования обеспечивает система норм страхового законодательства (ГК РФ, федеральные законы об обязательном страховании, указы Президента РФ, нормативные правовые акты федерального органа страхового регулирования и т.п.). Регулирование данной сферы необходимо не только для стабильности страховых правоотношений, но и для финансовой устойчивости страховой деятельности.

Актуальность данной темы состоит в том, что процессы, которые происходят в нашей стране в

сфере страхования транспорта, обусловлены сложностью, новизной, а также противоречивостью процессов. После принятия в России Федерального закона №40 - ФЗ от 25.04.2002 г. «Об обязательном страховании гражданской ответственности владельцев транспортных средств (ОСАГО)» эта проблема стала особенно ощутимой. Можно утверждать, что ОСАГО является первым в нашей стране видом массового страхования людей. С его введением увеличилась возможность возместить вред, который был причинен при ДТП. Это привело к большому количеству споров, поскольку люди осознали, что теперь их право на возмещение вреда не только декларировано в ГК РФ, но и может быть действительно осуществлено. Они стали обращаться в страховые компании с требованиями на возмещение вреда, в том числе и в судебном порядке.

Цель научной статьи – выявить основные современные проблемы ОСАГО и найти пути их решения.

Объект – рынок автотранспортного страхования.

Предмет – отношения, которые возникают в процессе страхования автотранспортных средств.

На сегодняшний день на рынке обязательного автотранспортного страхования выделяют большое количество проблем. Рассмотрим наиболее существенные из них. Первая проблема – это рост тарифов на ОСАГО. Центральный банк регулирует базовый тариф и коэффициенты расчета стоимости обязательного автострахования. По произведенным подсчетам, за последний год убытки страховых компаний составили 4 млрд. руб. Для решения этой проблемы Центральный банк планирует увеличить базовый тариф, который сейчас варьирует от 3,4 до 4,1 тысячи, в несколько раз. Также планируется изменить коэффициенты возраста и стажа водителей:

- Для водителей возрастом 22-24 года, которые имеют стаж вождения 5-6 лет, полис подорожает на 55% [1,2];
- Для водителей возрастом от 25 до 29 лет с таким же стажем вождения, страховка станет дороже на 31%, а если стаж вождения 7-9 лет, тогда подорожание составит 22% [1,2];
- Для водителей старшего возраста (от 49 лет) с большим стажем вождения (от 14 лет) будет предусмотрена скидка 34% [1,2].

Стоимость ОСАГО в 2018 году будет также зависеть от региона и опасного вождения. Зампредседателя ЦБ Владимир Чистюхин отмечает, что повышение тарифов произойдет не ранее первой половины 2018 года, поскольку изменения в правила и условия страхования законодательством разрешено вносить только один раз в году. Также чиновник отмечает, что повышение цен будет плавным [1,2].

Вторая проблема обязательного автотранспортного страхования – это широкое распространение поддельных полисов ОСАГО. Как сообщает Союз автостраховщиков России, в настоящее время на руках водителей находится около 1000000 поддельных полисов. Подъем тарифов на ОСАГО привел к увеличению оборота поддельных бланков страхования. Жадность толкает владельцев транспортных средств на поиски дешевых путей приобретения страховых полисов. Поддельные полиса ОСАГО реализуют по заниженным ценам, поэтому автовладельцы экономят определенную сумму денег. Однако бывают случаи, когда водители приобретают подделку, даже не подозревая об этом. Поддельные бланки страховых полисов изготавливают чаще всего за границей, кустарным способом и небольшими партиями, а затем завозят в Россию. Но бывают случаи, что владельцам автотранспортных средств попадаются и настоящие оригинальные бланки, которые выпускают в организациях Госзнака, но затем отзывают обратно. Они должны незамедлительно быть изъяты из обращения, поскольку являются недействительными. Проверить действительность своего полиса ОСАГО может любой владелец автотранспортного средства на портале Союза автостраховщиков. Для того чтобы не оказаться жертвой покупки поддельного полиса ОСАГО необходимо:

- не использовать услуги телефонных, а также уличных распространителей полисов;
- обращать внимание на цену полисов ОСАГО;
- оформлять страховку в официальных и известных страховых компаниях (при этом следует ознакомиться с лицензией данной компании на право заключения договоров по ОСАГО) [1,3].

На дорогах в настоящее время планируют установить камеры, которые будут фиксировать с помощью видео номера всех машин, проезжающих мимо и сверять их с базой данных реализованных

полисов ОСАГО. Поэтому езда без страхового полиса либо с поддельным полисом станет очень затрудненной. Автоматически в адрес владельца автотранспортного средства будут выписываться постановления о наложении административных штрафов [1,3].

Третья проблема обязательного автотранспортного страхования – это недостаточная ответственность страховых компаний за выполнение своих обязанностей. После ДТП по закону страховая компания должна выплатить страховое возмещение владельцу автотранспортного средства не позднее 20 дней с того момента, как он обратился в нее (кроме праздничных и выходных дней). При нарушении этого срока выплата страховая компания обязана заплатить штраф (неустойку) из расчета 1% от суммы невыплаченного страхового возмещения. Кроме этого существует срок дачи ответа на претензию потерпевшего лица, который не согласен с суммой выплаченного страхового возмещения или в случае отказа в страховой выплате. Финансовая санкция в данном случае составляет 0,05 % от суммы, которую установил закон. За неисполнение в добровольном порядке требований потерпевшего страховой компании выписывается судом штраф, который составляет 50 % от суммы требований. Если данная компания исполнит добровольно все требования потребителя, то штраф за нарушение его прав взысканию не подлежит. В случае, если страховая компания заплатит владельцу автотранспортного средства недостающую сумму страховки уже при рассмотрении дела в суде до момента вынесения судебного решения, то штраф по ОСАГО также не будет с нее взыскан. Потребитель в связи с ФЗ « О защите прав потребителей» может взыскать со страховой компании ущерб за моральный вред. Размер такого ущерба потребитель должен оценить сам в денежном выражении. Далее суд, учитывая все обстоятельства, определяет конечную сумму [1,4].

Четвертая проблема обязательного автотранспортного страхования – это необходимость доплаты за ремонт пострадавшего автомобиля «из кармана» пострадавшей стороны. Весной 2017 года в законе «Об ОСАГО» были приняты поправки, которые поставили страховые компании в неудобное положение. Дело в том, что теперь каждая из них обязана любой ценой делать ремонт автотранспортного средства, пострадавшего в результате ДТП, а не отделяться копеечными выплатами автовладельцу. Чтобы решить эту проблему страховщики стали требовать суброгацию износа с виновника. Когда владельца автотранспортного средства направляют на ремонт, ему сообщают о том, что он должен доплатить разницу за ремонт без износа. Однако бывают случаи, когда он узнает о том, что автосервис ждет от него доплаты только после ремонта (т.к. сумма, переведенная страховой компанией, оказалась недостаточной). Если вас попытались обмануть страховая компания данными способами, то вам следует отказаться от уплаты денег. В случае, когда ремонт автотранспортного средства еще не сделан, потребуйте его, при этом ничего не оплачивая. Если же вам не отдадут уже отремонтированную машину из СТО и требуют оплаты, то следует написать заявление в прокуратуру. Еще один способ, который используют страховые компании, чтобы не оплачивать полностью ремонт автотранспорта средства, пострадавшего в ДТП – это согласие владельца данного транспорта на денежную компенсацию. Перед направлением на ремонт вас просят выбрать станцию для ремонта и заключить с ней договор, а сумму ущерба, которую определила страховая компания, направить в эту техстанцию. Затем вы должны заплатить разницу между этой суммой и фактической стоимостью ремонта. Таким образом, страховщики не несут перед вами ответственности за сроки, а также качество ремонта. И теперь за это отвечает выбранная техстанция. Для того чтобы не попасть в подобную ситуацию, вам стоит следить за тем, какие бумаги вы подписываете. В том случае, когда владелец автотранспортного средства понял, что его обязывают платить за ремонт пострадавшего автомобиля необходимо попытаться понять на основании чего требуют деньги. Затем следует незамедлительно обратиться за помощью к специалистам [1,5].

Пятая проблема обязательного автотранспортного страхования – это возможность двоякого толкования многих установок и правил ОСАГО. В настоящее время не прекращаются многочисленные судебные споры между страховыми компаниями и страховщиками по вопросам применения положений закона «Об обязательном страховании гражданской ответственности владельцев транспортных средств». Причина этого – слабая юридическая проработка данного закона, который допускает двоякое толкование некоторых положений. Также прослеживается внутренне противоречие меж-

ду отдельными нормами закона. Все это заставило авторов закона об ОСАГО проанализировать судебную практику, систематизировать ее с нормами законов, а также построить концепцию реализации положений [1,6].

Таким образом, можно сделать вывод, что на сегодняшний день в России рынок обязательного автострахования является одним из самых проблемных секторов рынка страхования в целом. Проблемы данного сегмента рынка нуждаются в срочном решении.

Пути усовершенствования ОСАГО:

- переход на электронный документооборот всех участников ОСАГО (использование электронных полисов);
- доработать программно-методический комплекс оценки ущерба;
- повысить заинтересованность владельцев автотранспортных средств в соблюдении правил дорожного движения и безаварийной езде через величину страховой премии;
- совершенствование системы возмещения убытков и компенсационных выплат и т.п.

Кроме всего вышеперечисленного нужно ужесточить меры контроля и ряд других действий, которые направлены на стабилизацию экономической ситуации относительно автострахования (совершенствование ряда законов, более пристальный надзор за деятельностью страховых компаний, контроль за соблюдением прав клиентов и другие).

Эти мероприятия не только помогут вывести систему ОСАГО из кризисного состояния, но и будут способствовать ее развитию в будущем.

Таким образом, совершенствование системы страхования является одним из приоритетных направлений в РФ. Проблемы, которые существуют в данном сегменте, могут препятствовать развитию рынка и влиять на экономику в целом. Поэтому в настоящее время следует уделять огромное внимание этим проблемам (в том числе и ОСАГО). Ведь именно отрасль страхования в стране может помочь в будущем не только избежать кризиса, но и минимизировать риски.

Список литературы

1. Об обязательном страховании автогражданской ответственности владельцев транспортных средств : федер. закон от 25.04.2002 г. № 40-ФЗ (в ред. ФЗ от 25.09.2017.) // Собрание законодательства Российской Федерации. — 2017. — № 39. — Ст. 1720.
2. ОСАГО 2018 [Электронный ресурс] : Новый ОСАГО в 2018 году: последние новости // Справочная правовая система «DRIVE2.RU».- Режим доступа: <https://www.drive2.ru/b/487815926922608661/>
3. АВТОМОТОПРОФ [Электронный ресурс] : Поддельный полис ОСАГО // Справочная правовая система «Goodwinpress.ru».- Режим доступа: <http://avtomotoprof.ru/zakon-i-voditel/poddelnyiy-polis-osago/>
4. КАБИНЕТ ЮРИСТА [Электронный ресурс] : Неустойка по ОСАГО за просрочку выплаты от страховой компании // Справочная правовая система «Copyright© 2015-2017 Cabinet-Lawyer.Ru».- Режим доступа: <http://cabinet-lawyer.ru/avtopravo/neustoyka-po-osago.html>
5. Независимая оценка и экспертиза [Электронный ресурс] : Что делать, если требуют доплату за ремонт по ОСАГО // Справочная правовая система «inf@ocenit-usherb.ru».-Режим доступа: <https://ocenit-usherb.ru/chto-delat-esli-trebuyt-doplatsu-za-remont-po-osago/>
6. РОССИЙСКИЙ ПРАВОВОЙ ПОРТАЛ [Электронный ресурс] : Комментарий к ОСАГО // Справочная правовая система «pravo174@bk.ru».-Режим доступа: <http://www.pravo174.ru/kommosago.php>

УДК 338.246.2

РАЗРАБОТКА МЕТОДИКИ ОЦЕНКИ ВЛИЯНИЯ БРЕНДА ДЕСТИНАЦИИ НА ТУРИСТСКИЙ ПОТОК

БОРЗОВА ЮЛИЯ АНДРЕЕВНА,

магистрант,
ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный экономический университет»
Научный руководитель: Боголюбов В.С.,
д.э.н., профессор,
ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный экономический университет»

Аннотация: в статье проанализированы основные подходы отечественных и зарубежных авторов к оценке эффективности брендинга, в частности брендинга территорий. Однако, брендинг территории и брендинг туристской дестинации имеют свои отличительные особенности, что сказывается на стратегии и оценке ее результатов. В статье обоснована необходимость дифференциации оценки брендинга по целевым группам. На основе анализа существующих подходов были выделены основные показатели и сформирована авторская методика оценки влияния бренда дестинации на туристский поток.

Ключевые слова: брендинг дестинации, бренд, оценка эффективности брендинга, показатели эффективности, влияние бренда, туристский поток.

DEVELOPMENT OF THE METHOD OF EVALUATING THE DESTINATION BRAND INFLUENCE ON TOURIST FLOW

Borzova Y.A.

Abstract: the article analyzes the main approaches of domestic and foreign researchers to the evaluation of branding effectiveness, in particular, branding of territories. However, branding of the territory and branding of the tourist destination have their own distinctive features, which affects the strategy and the evaluation of its results. The article substantiates the necessity of differentiating the branding assessment by target groups. Based on the analysis of existing approaches, the key indicators were identified and an author's methodology was developed to assess the influence of the destination brand on the tourist flow.

Key words: destination branding, brand, evaluation of branding effectiveness, performance indicators, brand influence, tourist flow.

Необходимость разработки методики оценки эффективности брендинга туристских дестинаций обусловлена ростом влияния брендов на имидж и привлекательность территории и сложностью оценки этого влияния. Поскольку результаты брендинга туристских дестинаций выражены не столько в стоимостной или денежной форме, сколько имеют длительный социально-экономический эффект.

Существуют различные подходы к оценке эффективности брендинга территорий в зависимости от стратегических целей развития территории. Следует отметить, что несмотря на экономическую природу понятия «эффективность», многие авторы, как отечественные, так и зарубежные, при оценке эффективности брендинга рассматривают бренд как нематериальный актив.

В целом, многие исследования представляют собой адаптацию традиционных маркетинговых методик к маркетингу территории и брендинга как его составляющей. Здесь можно отметить модель Д.Аакера, согласно которой в качестве показателей эффективности брендинга используются активы марочного капитала (отражающие ценность бренда для потребителя) (рис.1).



Рис.1. Модель оценки эффективности брендинга Д. Аакера (Brand Equity) [1, с. 376–377]

На основе этих показателей Аакером была сформирована модель «Brand Equity Ten» - десятка показателей капитала бренда. Среди них показатели приверженности, ассоциации, лидерства осведомленности и другие. При этом показатели можно трансформировать под каждую отдельную ситуацию.

Наиболее полный анализ представлен в работе Старова С.А. и Алкановой О.Н. «Методология оценки эффективности брендинга» [2]. Авторы рассматривают модели оценки эффективности бренда зарубежных авторов, среди которых Д. Аакер, М. Шеррингтон, К. Келлер, Д.Леман, С. Дэвис, М.Данн и др. На основе анализа этих моделей авторы предложили свою методику оценки, состоящую из комплекса из четырех метрик. (рис.2).



Рис. 2. «Колесо контактов» и метрики эффективности брендинга [2, с.142]

Согласно авторам данной методики, эти группы метрик позволяют произвести комплексную оценку эффективности бренда, где метрики восприятия оценивают поведения покупателя до совершения покупки (осведомленность о бренде), поведенческие – после приобретения (предпочтение, повторные покупки, лояльность), рыночные охватывают конкурентные позиции бренда на рынке, финансовые метрики оценивают стоимость бренда и отдачу инвестиций.

Подобные комплексные подходы применяются и к оценке эффективности брендинга территорий, которые можно встретить в работах отечественных авторов. Так, Тихонова Н.С. выделяет три группы показателей: показатели стратегической эффективности, коммуникативной и экономической [3]. Похожую методику предлагает Никифорова Г.Ю. [4], заменяя стратегическую эффективность на социальную (рис.3).

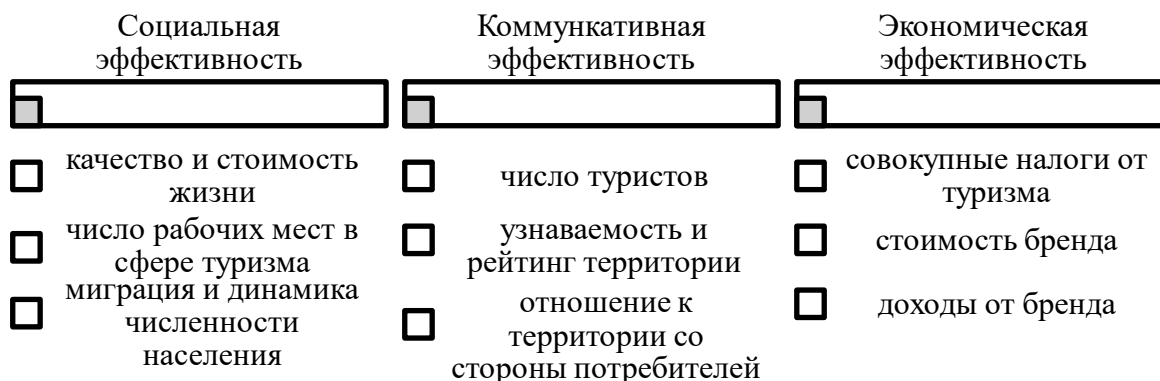


Рис. 3. Структура метрики показателей эффективности брендинга территории по Никифоровой Г.Ю [4].

Однако, данные комплексны метрики имеют свои недостатки при оценке эффективности брендинга отдельно взятой территории, поскольку не учитывают долгосрочное влияние бренда на отдельные показатели. Наличие долгосрочного эффекта подчеркнули в своих работах ученые Леммитяйнен А. и Хакала У. [5], разделив эффективность брендинга на прямой вклад (рост доходов от туризма, инвестиции) и косвенный или мультипликационный эффект (создание новых рабочих мест, продажа промежуточных товаров и др.).

Такое разделение по основным группам стейкхолдеров обусловлено тем, что современный брендинг становится более дифференцированным и персонализированным. Оценка эффективности целесообразно проводить в зависимости от целей и стратегии брендинга конкретной территории. В рамках данной работы для оценки влияния брендинга на туристские потоки основной группой стейкхолдеров будут туристы. Группа туристов относится к внешним стейкхолдерам. Для многих территорий они являются основной целевой группой. На основе проведенного анализа можно выделить несколько ключевых показателей для оценки, относящихся к данной категории:

- имидж и узнаваемость бренда;
- осведомленность о бренде;
- сила бренда дестинации;
- динамика числа туристов (внутренних и иностранных);
- лояльность туристов (количество повторных посещений);
- интенсивность турпотока;
- затраты на брендинг дестинации;
- оценка стоимости бренда дестинации.

Таблица 1

Показатели оценки эффективности брендинга туристской дестинации

Группа	Показатели	Методы
1. Показатели восприятия	Оценка силы бренда территории (Brand Index)	Опросы целевых групп, экспертные рейтинги
	Имидж бренда и узнаваемость	
2. Поведенческие показатели	Лояльность туристов	Расчетный метод (по изменению динамики турпотока)
3. Рыночные показатели	Число туристов	Анализ статистических данных
	Интенсивность турпотока	
4. Экономические показатели	Затраты на брендинг и доходы от туризма	Стоимостной и затратный методы
	Оценка стоимости бренда города	

Данные показатели можно разделить на 4 группы метрик, аналогично методике авторов Старова С.А. и Алкановой О.Н. и представить в виде таблицы (таблица 1).

Группа показателей восприятия отражают отношение стейкхолдеров (в данном случае – туристов) к территории. Показатели метрики восприятия являются субъективными и основаны на опросах целевых групп потребителей и экспертных оценок.

Поведенческие показатели включают показатели лояльности туристов, характеризующий поведение данной группы потребителей территории. Поведение туристов можно отслеживать через изменение динамики турпотока, а также расчетом количества повторных посещений.

Рыночные показатели представляют собой анализ объективной статистической информации: число туристов, посещающих дестинацию и интенсивность туристского потока. Данные показатели характеризуют привлекательность дестинации для туристов и могут быть использованы для сравнения с другими туристскими дестинациями.

Интенсивность туристского потока можно рассчитать по формуле:

$$ИТП = ЧТ / Н,$$

Где ЧТ- общее число туристов,

Н-население территории

Экономические показатели отражают экономическую эффективность брендинга территории и связаны с оценкой показателей затрат и доходов от брендинга территории:

1. Затраты на брендинг и доходы от туризма.
2. Оценка стоимости бренда города.

Таким образом, анализ основных подходов к оценке эффективности брендинга показал приверженность многих авторов к комплексному методу. Однако, сегодня брендинг более дифференцирован и персонализирован, что сказывается и на брендинге территорий и дестинаций. Для каждой группы стейкхолдеров разрабатывается собственная стратегия брендинга и маркетинга, методы и каналы коммуникаций, следовательно, необходим и дифференцированный контроль эффективности этих воздействий. В статье предлагается методика оценки влияния брендинга на территорию как туристскую дестинацию. Туристская дестинация – более специализированное понятие, чем территория, поэтому оценка эффективности ее брендинга должна производиться только в рамках влияния на туризм, иначе оценка будет неточной. Однако, необходимо помнить, что стратегии брендинга для каждой группы стейкхолдеров не должны противоречить друг другу и соответствовать целям общего территориального развития.

Список литературы

1. Аакер Д Создание сильных брендов. - М.: Гребенников, 2008. - 440с.
2. Старов, С.А., Алканова, О.Н. Методология оценки эффективности брендинга // Вестник Санкт-Петербургского университета. - 2009. - №4. - С. 130-153.
3. Тихонова Н.С. Брендинг территории и оценка его эффективности: автореф. дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05. - СПб. - 2007. - 19 с.
4. Никифорова, Г.Ю. Оценка эффективности брендинга территории // Креативная экономика. - 2011. - № 10.
5. Hakala, U. & Lemmetyinen, A. Culture is the message: the status of cultural capital and its effect on a city's brand equity // Place Branding and Public Diplomacy. - 2012. - Vol. 9. - № 1. - P. 5–16.

© Ю.А.Борзова, 2018

УДК 658.8

ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В СИСТЕМЕ УПРАВЛЕНЧЕСКОГО УЧЁТА

ОВЧИННИКОВА АРИНА ЛЕОНИДОВНА

магистрант 1 курса

МАТУШЕВСКАЯ ЕЛЕНА АНАТОЛЬЕВНА

к.э.н., доцент

ФГАОУ ВО «Севастопольский государственный университет

Аннотация: Статья посвящена вопросу маркетинговой деятельности предприятия, в частности маркетинговой информационной системе, которая осуществляет поддержку принятия маркетинговых решений. Определены состав и структура маркетинговой информационной системы предприятия.

Ключевые слова: маркетинговая деятельность, маркетинговые информационные системы, информационное обеспечение, управленческий учет, маркетинговые управленческие решения

INFORMATION SUPPORT OF MARKETING ACTIVITY IN THE MANAGEMENT SYSTEM

**Ovchinnikova Arina Leonidovna,
Matushevskaya Elena Anatolievna**

Abstract: The article is devoted to the marketing activity of the enterprise, in particular, the marketing information system, which supports the adoption of marketing decisions. The composition and structure of the company's marketing information system is determined.

Key words: marketing activities, marketing information systems, information support, management accounting, marketing management decisions

В условиях свободной рыночной конкуренции предприятия сталкиваются с множеством различных внешних и внутренних факторов, которые влияют на эффективность производственно-хозяйственной деятельности, конкурентоспособность и положение на рынке [1, с.386]. В традиционной системе управления не структурируются факторы внешней и внутренней среды, что приводит к результатам, которые не поддаются достоверному анализу.

Процессы управления, как на макро, так и на микро уровнях, должны постоянно реагировать на изменения во внутренней и внешней среде функционирования хозяйствующего субъекта. При этом, очень важным является использование в качестве системного так и синергетического подходов. Обратим внимание на то, что методы синергетического подхода, которые могли бы в данном случае быть полезны, в экономике разработаны слабо и чаще используются на макроуровне, чем в рамках единичного предприятия, в силу достаточно жесткой организации последнего.

Исследование структуры раздельного учета внешних и внутренних факторов, дает возможность делать вывод о том, что данный аспект совпадает с современной западной системой учета, которая традиционно подразделяется на две основные подсистемы: внешнюю — финансовый учет (Financial

accounting) и внутреннюю — управленческий учет (Management accounting) [3, с.98].

Зарубежный опыт предопределяет для удовлетворения различных информационных потребностей создание управленческой информационной системы (management information system — MIS). Данная система складывается из взаимосвязанных подсистем, которые предоставляют информацию, необходимую для управления хозяйствующим субъектом. Именно подсистема управленческого учета является наиважнейшей, т. к. она считается ведущей «в управлении потоком экономических данных и направлении их во все подразделения фирмы (центры ответственности)» [2, с.173].

Маркетинг — это процесс планирования производственно-сбытовой деятельности предприятия на основе изучения рынка с целью реализации товаров и услуг и получения прибыли в условиях конкуренции. В то же время, под маркетинговой деятельностью понимают систему управления предприятием, которая направлена на спрос и предложения на рынке для определения ориентации производственно-хозяйственной деятельности предприятий на выпуск конкурентоспособной продукции. Главное в маркетинговой деятельности — разработка эффективных программ, задача которых — дать возможность определить оптимальную структуру производства, которая ориентируется на получение желаемого уровня прибыли.

При управлении маркетинговой деятельностью предприятия информация имеет особое значение, поскольку именно она позволяет оценить конкретную рыночную ситуацию и принять соответствующие управленческие решения. Вместе с тем, для поддержки маркетинговой деятельности предприятия активно используются различные информационные системы, однако, исследование их структуры и функций не теряет актуальности в связи с интенсивным развитием информационных технологий [5, с. 123].

Информационная система — это совокупность средств сбора, хранения, передачи, обработки информации для достижения поставленной цели в процессе управления. Информационная система предприятия тесно связана с информационными технологиями. Традиционно под информационными технологиями предприятия понимается совокупность компьютерного, коммуникационного, сетевого оборудования, операционных, прикладных систем, их интерфейсов, а также систем управления базами данных, которые используются предприятием.

Для предприятий, особенно занимающихся торговлей, основополагающей является маркетинговая информационная система. Как правило, маркетинговая информационная система рассматривается как система, осуществляющая поддержку принятия маркетинговых решений. Следует отметить, что эффективная работа маркетинговой информационной системы будет напрямую зависеть от того, насколько она интегрирована в общую информационную систему менеджмента предприятия.

Для определения необходимой маркетинговой информационной системы Печорин И.Э. рассмотрел точки зрения ряда ученых на функции маркетинга и сделал вывод о том, что взгляды значительно различаются, в следствии чего автор выделил основные категории функций: аналитическая, производственная, сбытовая и функция управления и контроля.

Большинство авторов считают мнение Ф. Котлера и Г. Армстронга относительно структуры маркетинговой информационной системы основополагающей, и выделяют четыре основных блока:

- «система внутренней отчетности;
- система внешней маркетинговой информации;
- система маркетинговых исследований;
- система маркетингового анализа» [4, с.80].

Ф.Котлер отмечает, что «деятели рынка жалуются, что не могут собрать достаточного количества нужных им точных и полезных сведений. В попытках разрешить эту проблему многие фирмы разрабатывают особые маркетинговые информационные системы (МИС)» [4, с. 79].

В противоположность маркетинговых информационных систем, которые скорее предназначены для подготовки большого числа отчетов, системы поддержки решения (СПР) представляют собой программы, которые помогают менеджерам более полно использовать имеющуюся информацию при принятии тех или иных решений. Как средства СПР, так и средства маркетинговой информационной системы используются для повышения качества обработки информации для принятия более каче-

ственных маркетинговых решений. [6, с.49]

Подводя итоги можно сказать, что одним из основных факторов системы управления предприятием является целостность информационной системы, которая выполняет функции сбора, обработки и представления информации о внутренней и внешней сферах и организационной структуры. Объединение этих двух систем создает функциональную систему управления предприятием. Система управления, синтез которой производится на базе информационной, достаточно легко организовывается, математически оптимизируется и является фундаментальной основой автоматизации процессов анализа, планирования, контроля и учета производственно-хозяйственной деятельности, что впоследствии выступает залогом эффективности принятия управленческих решений.

Список литературы

1. Борман Д., Воротина Л., Федерман Р. Менеджмент: Предпринимательская деятельность в рыночной экономике. Гамбург, 1992.—906 с.
2. Карпова Т.П. Управленческий учет. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2004. — 351 с.
3. Корсаков М. Н. Современные системы учета // Известия ЮФУ. Технические науки. 1995. №1. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/sovremennye-sistemy-ucheta> (дата обращения: 24.02.2018).
4. Котлер Ф., Армстронг Г. Основы маркетинга. Пер. с англ. — 2-е Европ изд. — М.; СПб.; К.: Издат. Дом «Вильямс», 2007. — 944 с.
5. Печорин И.Э. Информационные системы обеспечения маркетинговой деятельности// Альманах современной науки и образования/ Тамбов. — Грамота. — 2015. — 2015. — №12.— С. 123—128
6. Черчилль Г., Браун Т. Маркетинговые исследования / 5-е изд. / Пер. с англ. под ред. Г. Л. Багиева. — СПб.: Питер, 2007. — 704 с.
7. Эриашвили Н.Д. Управление маркетингом [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Эриашвили Н.Д., Коротков А.В., Синяева И.М.— Электрон. текстовые данные. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. — 463 с.

УДК 368.013

ОБЗОР ПОДХОДОВ МАШИННОГО ОБУЧЕНИЯ

РЫБАЛКО МАКСИМ АЛЬБЕРТОВИЧ,студент 3 курса
ФГБОУ ВО «Кубанский государственный аграрный университет имени И.Т. Трубилина»

Аннотация: В данной статье рассматриваются основные задачи, типы и алгоритмы машинного обучения, а также проводится их сравнительный анализ.

Ключевые слова: анализ данных, машинное обучение, подходы, алгоритмы, сравнение.

REVIEW OF APPROACHES OF MACHINE TRAINING

Rybalko Maxim Albertovich

Annotation: In this article the main tasks, types and algorithms of machine learning are examined, and their comparative analysis is carried out.

Keywords: data analysis, machine learning, approaches, algorithms, comparison.

Машинное обучение - один из видов искусственного интеллекта, рассматривающий своеобразные методы и способы построения алгоритмов, которые могут обучаться. Благодаря этому обучению разработчик не должен писать все возможные инструкции, учитывающие основные проблемы и содержащие решения, за место этого в компьютере закладывается алгоритм самостоятельного нахождения решения сложившейся проблемы, путем анализа совокупности данных, из которых получают закономерности, на основе которых и создается путь решения проблемы.

Существует два основных типа обучения:

- 1) Индуктивное обучение, основывается на выявлении общих закономерностей.
- 2) Дедуктивное обучение, основывается на сборе огромного количества исследованной информации в базу данных.

Машинное обучение используется и развивается в целом ряде дисциплин таких как: математическая статистика, оптимизация систем, множестве математических дисциплин.

Основные задачи, решаемые при помощи машинного обучения можно разделить на два вида: 1) обучение с учителем 2) обучение без учителя. Однако стоит учитывать, что учителем не всегда является программист, который на постоянной основе контролирует действия машины. В двух этих видах компьютеру направляются исходные данные, которые он в дальнейшем анализирует и выделяет свои закономерности.

В настоящее время наиболее часто используются следующие алгоритмы машинного обучения:

- 1) Дерево принятия решений – для анализа создается дерево из минимального числа вопросов.
- 2) Наивная байесовская классификация- в процессе анализа рассматриваются функции как независимые.
- 3) Метод наименьших квадратов- в процессе анализа используется линейная регрессия.
- 4) Логическая регрессия- анализ проводится путем определения зависимости между переменными, для этого в основном используют логистическое распределение.
- 5) Метод опорных векторов – для анализа используется целый набор алгоритмов, проводящих классификацию и регрессионный анализ.
- 6) Сингулярное разложение – для анализа используется метод главных компонентов.
- 7) Метод ансамблей - для анализа используется генерация множества классификаторов

8) Алгоритмы кластеризации- в данном виде анализа применяется следующий подход, множество объектов распределяют по категориям так, чтобы схожие по ряду признаков элементы оказались в одном кластере.

Таблица 1

Сравнение алгоритмов машинного обучения

№	Алгоритм	Точность	Полнота	F-мера
1	Дерево принятия решений	91,35%	82,65%	86,78%
2	Наивная байесовская классификация	90,07%	87,8%	88,92%
3	Метод наименьших квадратов	96,88%	84,69%	90,38%
4	Логическая регрессия	72,9%	74,83%	73,85%
5	Метод опорных векторов	99,42%	97,36%	98,37%
6	Сингулярное разложение	98,37%	97,93%	98,14%
7	Метод ансамблей	89,16%	91,76%	94,5%
8	Алгоритмы кластеризации	92,45%	89,8%	79,87%

При рассмотрении всех алгоритмов машинного обучения можно сделать вывод, что каждый алгоритм обладает рядом преимуществ и недостатков применительно к определенному типу задач. Невозможно выделить наилучший алгоритм обучения, так как каждый алгоритм будет по-разному справляться с задачей, которая перед ним поставлена.

Машинное обучение открывает для человечества огромные возможности. Результаты внедрения коснутся большинства людей. Машинное обучение набирает обороты во многих областях, эти новые технологии, несомненно, упростят ежедневный труд многих людей, во многих сферах промышленности, рынка услуг, бизнеса, но есть немалая вероятность того, что много людей могут лишиться работы, так как обученные программы способны с большей производительностью заменять людей. Также угроза замены распространяется и на самих создателей данных машин – программистов, ведь машины не нуждаются в новых инструкциях и способны сами развиваться.

Несомненно, это очень удобно и открывает новые возможности как для роботов, так и для мобильных устройств, но будут и серьезные перемены на рынке труда. На съезде Всемирного экономического форума была озвучена мысль о том, что в течении 5-7 лет, не менее 4 миллионов рабочих мест будут потеряны, так как их функции смогут с большей производительностью выполнять компьютеры.

Список литературы

1. Чубура М.Ю., Грубич Т.Ю. Анализ данных объема продаж крупного торгового предприятия. В сборнике: ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЩЕСТВО: СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ сборник материалов VIII международного форума. 2017. С. 60-62.
2. Семёнова Е.К., Грубич Т.Ю. Робототехника: перспективные направления развития. В сборнике: ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЩЕСТВО: СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ сборник материалов VIII международного форума. 2017. С. 50-52.
3. Писарев Д.А., Грубич Т.Ю. Исследование посещаемости матчей цска в трех последних сезонах. В сборнике: ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЩЕСТВО: СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ сборник материалов VIII международного форума. 2017. С. 45-47.
4. Петриди М.Н., Грубич Т.Ю. Анализ посещаемости города-курорта Анапа. В сборнике: ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЩЕСТВО: СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ сборник материалов VIII международного форума. 2017. С. 39-41.
5. Михно А.В., Грубич Т.Ю. Анализ потребительских предпочтений и выявление тенденций в отрасли общественного питания на примере г.Краснодара. В сборнике: ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЩЕСТВО: СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ сборник материалов VIII международного форума. 2017. С. 37-39.

6. Грубич Т.Ю. Методика анализа архитектуры предприятия. Краснодар, 2016.
7. Грубич Т.Ю., Лезжова М.А. Анализ эффективности различных каналов продаж страховых продуктов. В сборнике: ГОСУДАРСТВО И БИЗНЕС. СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ ЭКОНОМИКИ материалы VIII Международной научно-практической конференции. Северо-Западный институт управления РАНХиГС при Президенте РФ. 2016. С. 101-102.
8. Грубич Т.Ю., Черноусов Д.С. Основные ИТ-системы для страховщиков в России. В сборнике: ЭВОЛЮЦИЯ СОВРЕМЕННОЙ НАУКИ сборник статей Международной научно-практической конференции: в 4-х частях. 2016. С. 125-126.
9. Шафоростов А.А., Грубич Т.Ю. Я и мир в 2030. В сборнике: Актуальные проблемы современной науки в 21 веке сборник материалов IX Международной научно-практической конференции. 2015. С. 121-123.
10. Проблемы современной экономики. Брутян М.М., Вахромеева М.П., Ворожейкина Т.М., Головчанская Е.Э., Грубич Т.Ю., Кирильчук С.П., Клеймёнычева И.Д., Корниенко Е.Л., Мальцева Д.В., Тесленко И.Б., Христос Д.А., Arabska E., Bencheva N., Nedeva K., Stoeva T., Teravicharova M., Terziev V. Монография / Под общей редакцией С.С. Чернова . Новосибирск, 2016.
11. Грубич Т.Ю., Павлов Д.А. Анализ данных: практикум. Краснодар, 2015.
12. Барановская Т.П., Грубич Т.Ю., Нилова Н.М., Ефанова Н.В. Системный анализ. Практикум / Краснодар, 2015.
13. Проблемы современной экономики. Брутян М.М., Вахромеева М.П., Ворожейкина Т.М., Головчанская Е.Э., Грубич Т.Ю., Кирильчук С.П., Клеймёнычева И.Д., Корниенко Е.Л., Мальцева Д.В., Тесленко И.Б., Христос Д.А., Arabska E., Bencheva N., Nedeva K., Stoeva T., Teravicharova M., Terziev V. Под общей редакцией С.С. Чернова . Новосибирск, 2016.

УДК 338

SWOT - АНАЛИЗ КАК ИНСТРУМЕНТ РАЗРАБОТКИ СТРАТЕГИИ МАЛОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

ЧЕРЕПАНОВА ТАТЬЯНА ГЕННАДЬЕВНА

Кандидат экономических наук, доцент

МАХИНОВА НАТАЛЬЯ ВИКТОРОВНА

Кандидат экономических наук, доцент

ФГБОУ ВО «Уральский государственный экономический университет», г. Екатеринбург

Аннотация Проблема исследования заключается в необходимости разработки стратегии развития компании для повышения ее конкурентоспособности на рынке и ее отсутствии у многих предприятий, в частности, у интернет-агентства «Галактика». Проведенный SWOT-анализ выявил слабые и сильные стороны интернет-агентства «Галактика», а также потенциальные возможности и угрозы. Результаты SWOT-анализа позволили сформулировать ряд проблем и разработать рекомендации по совершенствованию стратегии предприятия на рынке веб-разработок.

Ключевые слова Стратегия, SWOT-анализ, интернет, рынок веб-разработок, конкуренция, прибыль.

SWOT ANALYSIS AS A TOOL FOR DEVELOPMENT STRATEGIES FOR SMALL ENTERPRISES

Cherepanova T.G.,

Mahinova N. Yu.

Abstract: The problem of the study lies in the need for the development of the company's strategy to enhance its market competitiveness and its absence at many enterprises, in particular, the Internet-Agency "Galaxy". Conducted a SWOT analysis revealed strengths and weaknesses of Internet-Agency "Galaxy", as well as potential opportunities and threats. The results of the SWOT analysis allowed to formulate a number of problems and to develop recommendations for improving the strategy of the enterprise in the market of web development.

Keywords: Strategy, SWOT analysis, Internet market, web development, competition, profit.

Основная миссия интернет-агентства «Галактика» - предоставление клиенту максимального набора услуг в сфере разработки сайтов высокого качества и надежности, с применением современных мировых тенденций и принципов корпоративной этики. Наша компания - это современная высокотехнологичная организация, которая сочетает в себе все новейшие технологии веб-разработки и лучшие традиции ИТ-сообщества и российского предпринимательства.

Оценка стратегии, на создание которой предприятие потратило много временных и финансовых ресурсов, является тем своеобразным моментом, который дает возможность на основе полученных результатов делать выводы об ее управленческом потенциале и способностях ее персонала.

С одной стороны, отдел продаж собирает и анализирует данные, характеризующие рынки потребителей, производит исследования потребностей покупателей и анализирует оказываемые услуги,

определяет уровень соответствия данным товаром запросам и возможностям клиентов. Однако, с другой стороны, в компании недостаточно проводится анализ товаров конкурентов, отбор в них лучшего и использование этих данных в собственных разработках. Также в компании недостаточно осуществляются маркетинговые исследования и развивается практика маркетинга и экономического обоснования тарифов.

После проведения анализа полученных данных о внешней и внутренней сферах компании, необходимо использовать метод SWOT, с помощью которого можно установить взаимосвязи между данными элементами внутренней сферы компании и ее внешним окружением.

Анализ макросреды предполагает анализ законодательной базы, социальных факторов, технологических и экономических факторов.

Анализ микросреды. Компания работает на российском рынке веб разработки в низком ценовом диапазоне. Проведен анализ основных потребителей, конкурентов и постоянных клиентов компании. Так как сфера веб разработки не привязана к региону среди конкурентов, есть так же фирмы из других регионов. Конкуренты были выбраны исходя из систем управления и цен на те, или иные продукты.

Анализ отрасли. Рынок веб разработок - это рынок монополистической конкуренции. С точки зрения покупателя характеристики такого товара как веб-сайт не ярко выражены, поскольку заказчик, как правило, может оценить только дизайн веб-сайта и работоспособность его функций.

То, как все работает и устроено изнутри, элементы программирования и удобство управления в большинстве своем заказчик не в состоянии оценить самостоятельно. Из исследований, проводимых различными центрами видно, что наибольшую долю рынка веб-услуг занимает корпоративный сайт средней сложности. Его функция полезности обусловлена следующими факторами:

- сайт обладает возможностью добавлять и редактировать новости и фото;
- сайт обладает встроенным механизмом управления предлагаемыми услугами или товарами;
- на сайте есть возможность регистрации новых пользователей - клиентов компании;
- зарегистрированные пользователи сайта могут получать рассылку новостей и иметь привилегии;
- имеется функция обратной связи - форма для часто задаваемых вопросов и ответов для зарегистрированных пользователей.

Из этого следует вывод, что подавляющее большинство веб-студий предлагают однородный товар. Проведя анализ спроса и предложения (в агрегированном виде), приходим к выводу, что кривая функции предложения имеет пологий характер (рисунок 1).

Основной причиной такого наклона кривой функции предложения является отсутствие крупных затрат на производство, поддержание и ведение дела. Кривая спроса тоже является пологой, это объясняется нежеланием потребителей платить за товар (веб-сайт) высокую цену. Поэтому даже незначительное увеличение цены на веб-сайт приведет к значительному падению спроса со стороны покупателей.

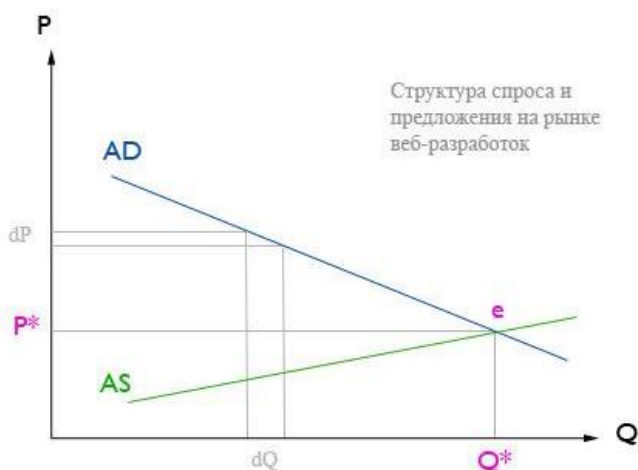


Рис.1. Структура спроса и предложения на рынке веб услуг

Эта ситуация характерна для всего рынка в целом, в частности, и для каждого сегмента в отдельности. Выделяют пять сегментов: демпинг-сектор, эконом-сектор, бизнес-сектор, премиум-сектор и платиновый сектор.

Демпинг сектор. Данному сектору свойственны малые размеры студий и порою отсутствие офиса, часто такие студии даже не имеет юридического лица. Как следствие, все издержки данного предприятия - это оплата труда сотрудников. Этот сектор получил свое название «демпинговый», так как существование веб-студии на рынке веб-разработок возможно только благодаря низкой ценовой политике.

Эконом-сектор. В данном секторе - в основном студии с несколькими веб-разработчиками. Особенностью данного сектора является постоянный поток заказов и, как следствие, постоянная загруженность коллектива компании. Компании в этом секторе стремятся максимально снизить затраты.

Бизнес-сектор считается наиболее правильным решением на рынке веб разработок. Если у студии имеется достаточное количество заказов, то имеется тенденция к развитию бизнеса, появлению новых видов деятельности при неизменном существовании основной деятельности, веб-студия принимает решение о найме высококвалифицированных специалистов.

Премиум-сектор имеет, прежде всего, высокую рентабельность (благодаря высокой цене) и особый подход к клиенту. Студия завышает стоимость сайта для обеспечения максимального комфорта для клиента, учитывает специфику заказчика, поддерживает имидж своей веб-студии.

Платинум-сектор имеет очень малую долю рынка, обладает небольшим штатом именитых сотрудников. Сам проект рассматривается как PR-ход со стороны заказчика.

На рисунке 2 показана структура рынка студий веб-дизайна для города Екатеринбурга.

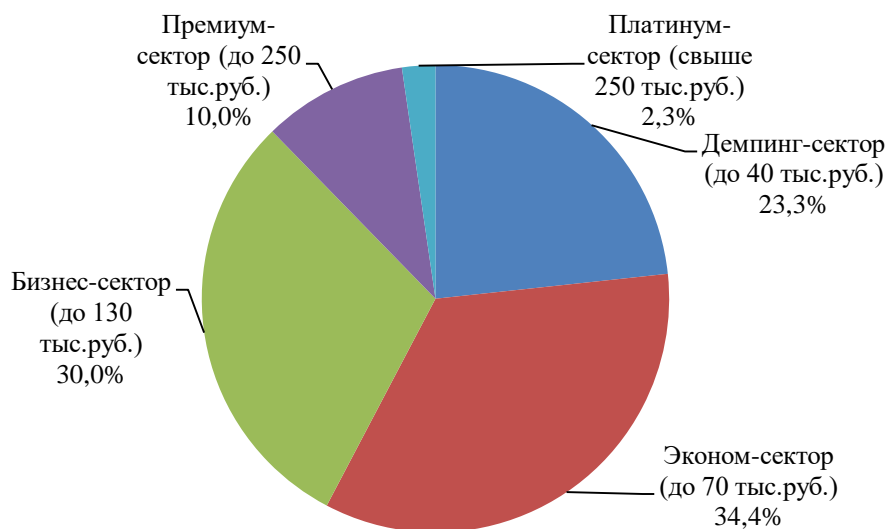


Рис. 2. Распределение студий по ценовым секторам г. Екатеринбурга, %

Выбор веб-студии нужно основывать не только исходя из предполагаемого бюджета, но также исходя из ожиданий от проекта: условия и комфортность работы с исполнителем, долгосрочность сотрудничества, качество дизайн макета сайта, его веб-разработки и т.д.

Для компании, планирующей выйти на рынок веб-разработок, необходимо руководствоваться следующими принципами:

- Исходя из уровня знаний сотрудников, занимать тот сектор, в котором рентабельность будет максимальна;
- Занимать ту ценовую нишу, в которой расходы на ведение бухгалтерского учета будут оправданы;

• Учитывать объем рекламного бюджета, продуманность рекламной политики и отношения с заказчиками.

Проведенный SWOT-анализ выявил слабые и сильные стороны интернет-агентства «Галактика», а также потенциальные возможности и угрозы.

Сильные стороны:

- наличие тесной связи с клиентами;
- наличие современного оборудования;
- квалифицированный персонал;
- высокая доля, занимаемая на рынке.

Слабые стороны:

- отсутствие эффективных методов финансового планирования;
- небольшой штат сотрудников (технических специалистов);
- отсутствие наружной рекламы;
- снижение финансовых результатов деятельности.

Возможности:

- появление новых рынков;
- рост спроса на услуги компании;
- появление новых информационных возможностей (разработок, инструментов и т.п.).

Угрозы:

- влияние конкурентов;
- влияние мирового экономического кризиса;
- появление новых конкурентов;

В таблице 1 приведена SWOT-матрица интернет-агентства «Галактика».

Сравним полученные в ходе анализа данные с возможностями рынка. И на основе полученных результатов сделаем вывод о том, в каком векторе фирма должна развиваться.

Таблица 1

Матрица SWOT-анализа интернет-агентства «Галактика»

<p>Сильные стороны:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. наличие тесной связи с клиентами; 2. наличие современного оборудования 3. квалифицированный персонал; 4. высокая доля рынка 	<p>Слабые стороны:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. отсутствие эффективных методов финансового планирования 2. небольшой штат сотрудников (технических специалистов) 3. неэффективная наружная реклама 4. снижение финансовых результатов деятельности
<p>Возможности:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. появление новых рынков 2. рост спроса на услуги компании 3. появление новых информационных возможностей (разработок, инструментов и т.п.) 	<p>Угрозы:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. влияние конкурентов; 2. влияние экономического кризиса; 3. усиление за деятельностью компании со стороны контролирующих органов; 4. появление новых конкурентов.

Маркетинг: из-за неэффективной системы продвижения, компания слабо информирует своих потенциальных клиентов о своей деятельности, со временем в связи с большой конкуренцией она может полностью потерять имеющуюся долю на рынке, что приведет к разорению.

Финансы: высокие затраты снижают эффективность финансово-хозяйственной деятельности компании, существует риск наступления финансовых затруднений.

Производство: реализация технологических процессов в данной компании осуществляется эффективно, что связано с большим количеством оказываемых услуг и наличием современного обо-

рудования.

Организация: инициативное руководство, достаточно преданные организации работники, но при этом малый штат сотрудников не дает возможности брать больше проектов, а, следовательно, больше зарабатывать и развиваться. Так же стоит заметить низкую реакцию на изменение рыночной ситуации в стране, что может привести к потере доли рынка.

Результаты SWOT-анализа позволяют сформулировать ряд проблем, которые предприятию необходимо решить в ближайшее время:

- 1) активно внедрять наружную рекламу (рекламные билборды, рекламные листовки и т.п.);
- 2) повысить доходы предприятия за счет внедрения новых видов услуг, которые будут востребованы у клиентов;
- 2) важным направлением развития является разработка системы планирования финансовой деятельности предприятия;
- 3) для дальнейшего развития компании нужно увеличить количество сотрудников.

Список литературы

1. Ансофф И. Стратегический менеджмент. Классическое. – СПб.: Питер, 2014. – 344с.
2. Зайцев Л.Г. Стратегический менеджмент / Л.Г. Зайцев. – М. : Экономистъ, 2015. – 416 с.
3. Маркова В.Д. Стратегический менеджмент / В.Д.Маркова, С.А.Кузнецова. - М.: ИНФРА-М, 2016. – 520 с.
4. Олехнович Г.И. Конкурентные стратегии. – М.: БГЭУ, 2015. – 262с.
5. Портер М. Конкурентная стратегия: методика анализа отраслей и конкурентов. / Перевод с английского. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2017. – 715 с.
6. Томпсон А.А. Стратегический менеджмент / А.А. Томпсон. – М. : ЮНИТИ, 2016. – 571 с.
7. «РИФ + КИБ» [Электронный ресурс] – электронные данные. – Режим доступа: <http://2016.russianinternetforum.ru/news/1213/>
8. «Рейтинг Рунета» [Электронный ресурс] – электронные данные. – Режим доступа: <http://www.ratingruneta.ru/web/yekaterinburg/>

УДК 338.2

ФАКТОРЫ, ОКАЗЫВАЮЩИЕ ВЛИЯНИЕ НА СТРАТЕГИЮ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ

КАЛАШНИКОВ РОМАН ВАСИЛЬЕВИЧ,

Магистрант

АНО ВО «Белгородский университет кооперации, экономики и права»

Аннотация: В статье раскрываются факторы, оказывающие влияние на стратегию развития предприятия; обобщены причины, сдерживающие эффективную реализацию стратегии развития предприятия.

Ключевые слова: стратегия развития предприятия, факторы, влияющие на стратегию, миссия предприятия, приоритеты развития, ресурсы предприятия, конкурентные преимущества, структура управления.

FACTORS AFFECTING THE IMPACT OF THE ENTERPRISE DEVELOPMENT STRATEGY

Kalashnikov Roman Vasilievich

Abstract: The article reveals the factors that influence the enterprise development strategy; the reasons are generalized, restraining the effective implementation of enterprise development strategies.

Key words: strategy of enterprise development, factors affecting strategy, enterprise mission, development priorities, enterprise resources, competitive advantages, management structure.

Любое предприятие не может эффективно функционировать без наличия стратегии. Чтобы разработать стратегию развития предприятия, необходимо учитывать множество факторов, которые оказывают на нее влияние. Это делает актуальным исследование факторов, влияющих на стратегию развития предприятия.

В практике хозяйственной деятельности экономических субъектов существует множество факторов, которые оказывают прямое или косвенное влияние на генеральную линию развития предприятия. Обзор научных публикаций по данной теме позволил выявить следующие факторы.

Прежде всего, стратегия тесно связана с миссией предприятия, т.е. ее главной целью, смыслом существования. Миссия предопределяет, на что будут направлены основные усилия предприятия и какие ценности для него станут приоритетными. С одной стороны, миссия предприятия не должна быть зависимой от текущего состояния дел в компании, связанными с действием конъюнктурных факторов. С другой стороны - миссия предприятия может меняться в связи с изменением общего социально-экономического курса в стране и, следовательно, стратегия должна корректироваться в соответствии с изменяющимися условиями. Так, в условиях рыночной экономики любое коммерческое предприятие имеет целью извлечение прибыли. Однако в условиях социально ориентированной рыночной экономики на первый план выходят общественные потребности и миссия предприятия увязывается именно с удовлетворением общественных потребностей. Другими словами, предприятие должно производить продукции соответствующего качества для наиболее полного удовлетворения потребностей населения. Если потребности меняются, то должны изменяться объемы и ассортимент выпускаемой предприятиями продукции.

В качестве примера можно привести формулировку миссии компании Ford – «удовлетворить

потребности клиентов, изготавливая качественные грузовики и легковые автомобили, предлагая современные продукты, минимизируя время вывода на рынок новых моделей, повышая производительность труда на всех предприятиях компании и оптимизируя производственные процессы, улучшая контакты с сотрудниками организации, с поставщиками, дилерами, а также с профсоюзами» [1].

Миссия организации может быть достигнута только при условии, что предприятие имеет для этого определенные предпосылки, а именно: ресурсы и конкурентные преимущества, связанные с их использованием.

Что касается ресурсов, то чем они больше, сбалансированы между собой, имеют возможность для дальнейшего воспроизводства, тем масштабнее и разнообразнее может быть не только текущая деятельность предприятия, но и его инвестиции в будущее, в инновации. В этом случае предприятие в неблагоприятных условиях может рационально перераспределять ресурсы на производство той продукции, которая является наиболее востребованной, сокращая при этом производство невостребованной или убыточной продукции. Предприятие может закрывать убыточные подразделения и создавать новые производства. Из этого следует, что предприятие должно уделять большое внимание формированию и использованию ресурсного потенциала. По нашему мнению, особого внимания заслуживает такое направление, как развитие кадрового потенциала, так как от численности и качества персонала зависит использование и всех других видов ресурсов.

Конкурентные преимущества предприятия могут быть связаны с качеством производимой продукции или с издержками на ее производство. Важным фактором, оказывающим влияние на стратегию предприятия, выступает характер производимой продукции, особенности ее сбыта, послепродажного обслуживания и др. Например, в условиях высокой дифференциации уровня доходов населения России, предприятиям, ориентированным на удовлетворение спроса населения, необходимо производить продукцию разных качественных и ценовых характеристик. Рост спроса определенных категорий населения на продукцию здорового питания должен стимулировать разработку предприятиями пищевой промышленности новых видов продукции или придания новых качественных характеристик уже известным видам продовольствия.

Необходимо отметить, что в значительной мере стратегия предприятия зависит и от организационных факторов, среди которых следует выделить внутреннюю структуру управления и ее ожидаемые изменения. Структура управления должна быть подвижной и изменяться в связи с расширением объемов производства, диверсификацией деятельности, усложнением производственных, коммерческих и социальных задач и т.д.

Одним из существенных факторов, определяющих стратегию развития предприятия, является также культура и компетентность управленческого персонала, уровень квалификации и профессионализма руководителей и специалистов, способность руководителей разного уровня к лидерству, внутренний климат в коллективе [2].

Кроме указанных факторов, на стратегию оказывают влияние различного рода риски, которые возникают в процессе функционирования предприятия. Поэтому реализация стратегии развития предприятия тесно связана с обеспечением экономической безопасности.

Таким образом, учет указанных выше факторов является обязательным условием при разработке эффективной стратегии развития предприятия. Тем не менее, далеко не всегда разработанные стратегические планы, концепции и программы могут быть успешно реализованы. Это связано с рядом обстоятельств. По нашему мнению, к числу главных причин можно отнести следующие:

1. Неверная формулировка миссии и тактических целей, приоритетов развития предприятия.
2. Возникновение неконтролируемых внешних воздействий на результаты функционирования предприятия, которые объективно не могли быть учтены в процессе разработки стратегии (например, изменения в государственной политике, системе налогообложения и др.).
3. Сознательное игнорирование или недоучет в результате недостаточного профессионализма разработчиков стратегии на стадии определения политики предприятия возможных трудностей при ее реализации.
4. Неэффективная структура управления, что может проявляться в низкой подготовленности,

недостаточной ответственности и компетентности линейных менеджеров, ответственных за реализацию программ, слабая координация деятельности, связанной с реализацией стратегии.

5. Отсутствие строгой увязки стратегических, тактических и оперативных планов развития предприятия.

6. Несовпадение интересов собственников предприятия, управленцев и наемных работников, что может проявляться в отсутствии заинтересованности персонала в эффективном высокопроизводительном труде, отсутствии поддержки и/или открытом противодействии заинтересованных лиц намеченным изменениям в политике предприятия.

7. Низкий уровень контроля над стратегически важными показателями для оценки успешной реализации политики предприятия или неадекватная увязка систем планирования и контроля.

8. Неправильное распределение производственных ресурсов между структурными подразделениями, видами хозяйственной деятельности, неэффективное их использование.

9. Несоответствие организационной структуры и управленческого инструментария требованиям новой экономической политики предприятия.

Список литературы

1. Примеры миссии организаций. URL; <http://www.goodstudents.ru/mission-examples/107-missiya-organizacii-primer.html>
2. Виханский О.С., Наумов А.И. Менеджмент. – 5-е изд. перераб. и доп. – М.: Магистр, 2014. – 576 с.

© Р. В. Калашников, 2018

УДК 658

ФОРМИРОВАНИЕ СИСТЕМЫ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

СЕРИКОВ ЮРИЙ ВЛАДИМИРОВИЧ,

студент

АНО ВО «Белгородский университет кооперации, экономики и права»

Аннотация: В статье раскрываются задачи, функции и принципы построения системы экономической безопасности предприятия.

Ключевые слова: экономическая безопасность предприятия, система экономической безопасности, задачи системы экономической безопасности, функции системы экономической безопасности, принципы построения системы экономической безопасности предприятия.

FORMATION OF THE ECONOMIC SAFETY SYSTEM OF ENTERPRISES

Serikov Yuri Vladimirovich

Abstract: The article reveals the tasks, functions and principles of building the system of economic security of the enterprise.

Key words: economic security of the enterprise, the system of economic security, the tasks of the economic security system, the functions of the economic security system, the principles of building the system of economic security of the enterprise.

Обеспечение экономической безопасности предприятия выступает основой нормального функционирования предприятия в условиях неопределенной и подвижной внешней среды, которая может порождать различные угрозы и нарушать ход производственного процесса.

Для обеспечения экономической безопасности на предприятии должна быть создана соответствующая система, которая посредством соответствующих инструментов, мер защиты должна предотвращать или минимизировать негативные воздействия на предприятие.

Система обеспечения экономической безопасности предприятия должна решать ряд важных задач, которые позволят защитить предприятие от негативного воздействия внешней среды. Среди первоочередных задач следует выделить:

- выявление, анализ и оценка имеющихся реальных угроз экономической безопасности предприятия, а также принятия управленческих решений по их нивелированию;
- прогнозирование и организация деятельности по предупреждению возможных угроз экономической безопасности предприятия;
- обеспечение финансовой устойчивости, ликвидности и платежеспособности предприятия;
- обеспечение технологической независимости, инновационности продукции и достижение конкурентоспособности продукции;
- подбор достаточного уровня квалификации персонала и оценка эффективности его функционирования;

- защита среды, формирующей информационный контент предприятия, в том числе систему обеспечения охраны коммерческой тайны;
- обеспечение безопасности ресурсного потенциала предприятия в состав которого включают персонал, имущество, нематериальные активы и коммерческие интересы;
- недопущение проникновения на предприятие структур экономической разведки конкурентов, организованной преступности и отдельных лиц с противоправными намерениями;
- выработки наиболее оптимальных управленческих решений относительно стратегии и тактики экономической деятельности предприятия;
- организация системы контроля за функционированием системы безопасности, совершенствование ее элементов [1, 2].

Для достижения поставленных целей и задач система экономической безопасности предприятия должна выполнять ряд функций (рис.):

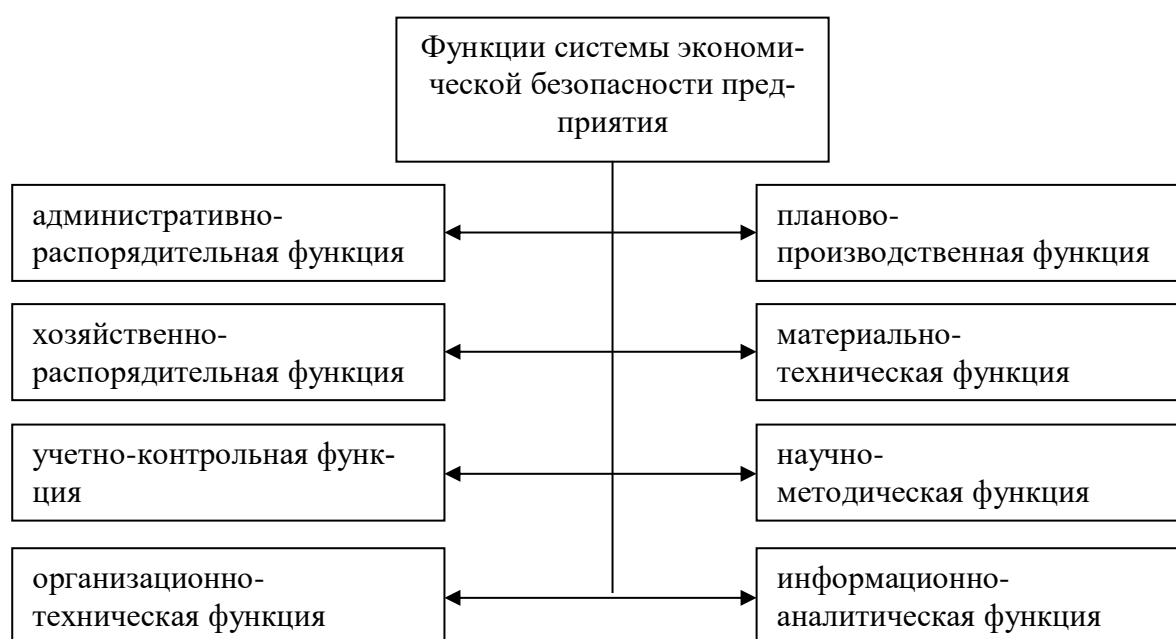


Рис. 1. Функции системы экономической безопасности предприятия [1, 3]

Рассмотрим содержание функций системы экономической безопасности предприятия.

Административно-распорядительная функция связана с определением прав, обязанностей, а также ответственных лиц, отвечающим за вопросы обеспечения экономической безопасности на предприятии.

Хозяйственно-распорядительная функция связана с распределением и использованием ресурсов, которые необходимы для эффективного решения проблем, связанных с обеспечением экономической безопасности предприятия, а также с подготовкой и проведением мероприятий организационно-технического и правового характера, которые обеспечивают сохранение его собственности.

Учетно-контрольная функция связана с определением видов финансово-хозяйственной деятельности, осуществляемых предприятием, которые подлежат защите. Она также позволяет установить факторы финансовой нестабильности и неустойчивости предприятия, выявить источники их возникновения.

Организационно-техническая функция связана с созданием организационной структуры системы экономической безопасности и обеспечивает организацию взаимодействия между отдельными структурными подразделениями предприятия.

Реализация планово-производственной функции обеспечивает разработку комплексных программ стратегического и тактического характера, которые имеют своей целью обеспечение экономи-

ческой безопасности предприятия.

Материально-техническая функция связана с обеспечением системы экономической безопасности предприятия специальной техникой для видеонаблюдения, системами сигнализации и др.

Научно-методическая функция позволяет накапливать и распространять внутри предприятия прогрессивный опыт в области обеспечения экономической безопасности. Ее реализация также предполагает проведение постоянного обучения сотрудников структурных подразделений предприятия в целях обеспечения экономической безопасности предприятия.

Информационно-аналитическая функция связана со сбором, накоплением и обработкой данных, которые относятся к сфере экономической безопасности [1, 3].

Построение системы экономической безопасности предприятия должно осуществляться на основе соблюдения следующих принципов:

- законности (вся деятельность предприятия должна осуществляться на законных основаниях);
- прав и свобод личности (система должна обеспечивать экономическую и правовую безопасность каждого работника и владельца предприятия);
- системности и комплексности (каждый элемент системы может быть рассмотрен как источник и угроза экономической безопасности); рациональности и экономической эффективности (затраты на организацию и функционирование системы безопасности не должны превышать доходы бизнеса);
- иерархического подчинения (в экономической системе должна быть выстроена четкая система полномочий и обязанностей каждого работника, определенная иерархическая система подчинения);
- непосредственности и непрерывности (предполагает обеспечение постоянной работоспособности системы и сочетание превентивных и репрессивных мер обеспечения экономической безопасности) [4].

Таким образом, системе экономической безопасности отводится важная роль на предприятии, связанная с обеспечением экономической безопасности как основы эффективного функционирования предприятия в долгосрочной перспективе.

Список литературы

1. Иванюта Т. Н. Основные подходы к формированию системы экономической безопасности на предприятиях // Молодой ученый. – 2013. — №4. – С. 215-223. – URL <https://moluch.ru/archive/51/6347/> (дата обращения: 24.03.2018).
2. Лоренц А.Э. Проблема обеспечения экономической безопасности предприятия. – URL http://sciarticle.ru/stat.php?i=problema_obespecheniya_ekonomicheskoy_bezopasnosti_predpriyatiya (дата обращения: 21.03.2018).
3. Колпаков П.А. Система экономической безопасности фирмы // Экономика и менеджмент инновационных технологий. – 2013. – № 1. – URL: <http://ekonomika.snauka.ru/2013/01/1567> (дата обращения: 24.03.2018).
4. Живко З. Б. Теоретические основы формирования системы экономической безопасности предприятия // Научный диалог. – 2013. – №7 (19). – С.26-40.

© Ю. В.Сериков, 2018

СОЦИОЛОГИЧЕСКИЕ НАУКИ

УДК 316

YOUTH ORGANIZATIONS IN GREAT BRITAIN

ЯКИМОВА А.А.Студентка
Казанский Федеральный Университет**ХАРАПУДЬКО Е.Н.**Ст. преподаватель
Казанский Федеральный Университет

Abstract: The article presents a survey of British Youth Organizations multiplicity. These days there are about 60 youth organizations in the United Kingdom. All of them could be divided into three large groups:

1. Non-political organizations
2. Youth organizations tied with political parties
3. Youth organizations, controlled by some religious confessions.

Key words: Youth organizations, Great Britain, education, youth movement, program, young people.

Nowadays the study of new youth solidarity is up to date again. Recently, we have seen significant changes in the transformation of the forms of modern youth groups. The formation of "New Youth Organizations" is affected by serious changes not only in the political field, but also in other spheres of society. Young people of the 20th and 21st centuries are so far, the main audience of political experiments, not only in Great Britain, but also in other modern states. A key characteristic of youth as a social group is dependence, lack of rights in relation to power discourses, within which its "characteristic" features are formed, as well as the political system of upbringing which is applied to political regimes. Many youth organizations negatively affect the younger generation, but there are some ones that influence positively. Youth, as a special object of attention and analysis, appears in the middle of the 20th century. This attention to youth is connected with a number of reasons. Until the end of the 19th century, there was no definite and recognizable organization. At that time young people didn't have adolescence, they had to become mature too early, and in other words there was no period between childhood and adulthood. The younger generation was involved in household work, and then on into the adult environment with its social and political commitments. Youth as a kind of social group appeared with the growth of cities in the process of industrialization. And it gradually turned into a "new social problem". The traditional order, principles, the emergence of special social systems of youth was being changed. And from this moment, the close attention and control of various social mentors and supervisors began. They designed new youth projects and programs aimed at supporting the processes of growing up. Also they were trying to regulate the social order. [3, с. 25]

After the Second World War, youth organizations began to appear in the UK, where young people entered regardless of the population social position. At the moment there are about 62 organizations in the UK. They are divided into 3 directions: 1. Youth organizations associated with political trends and parties 2. Non-political youth organizations 3. Youth organizations under religious control.

In 1908, the first Scout movement for boys from 11 to 15 was created, which included a certain program aimed at the interaction of man and nature. The program supposed bringing up good qualities that would be useful to society. Later a scout movement for girls appeared, and it was divided into: Brownie (from 7, 5 to 11), Guides (from 11 to 16), Rangers (from 16 to 21). The Scout movement had not only a special program, but also certain attributes that differentiate this organization from others: its uniform, badges, symbols and etc. [3, с. 20]

There is the Combined Cadet Force (CCF), the United Cadet Corps, where the organization is fi-

nanced by the UK Ministry of Defense for young people in the UK. The aim of the organization is to ensure discipline in schools, develop students' will power, ingenuity, self-confidence and endurance. Combined Cadet Force (CCF) is not a training program for the army service, although the organizers do not hide that they are interested in educating the interest in military service in the younger generation. Many students who served in Combined Cadet Force (CCF), later became officers of the army of Great Britain and other countries. The development of the United Cadet Corps began on April 1, 1948, and was finally completed in 1959, when letters were sent to the schools of Great Britain on behalf of the Ministry of Defense with the proposal to organize Combined Cadet Force (CCF) on the basis of schools. The first school that created the Combined Cadet Force (CCF) is Rossall School - 1960. Later that same year, the United Army Corps was established in the schools of Harrow School, Hurstpierpoint College, Rugby School and Tonbridge School. Today, more than 260 schools across the UK have their own Combined Cadet Force (CCF), more than 40,000 students between the ages of 13 and 18 serve in cadet corps. There are four types of Combined Cadet Force (CCF) depending on the type of troops: 1. Royal Navy 2. Army 3. Royal Air Force 4. Royal Marines

Students get acquainted with army discipline and regulations, pass military exercises, master the program of military training, orientation on the terrain, Cadets are taking part in the struggle for the gold prize of Duke of Edinburgh. Cadets are provided with uniforms, weapons and ammunition for exercises, full support and assistance in training. Schools of Great Britain are proud of their cadets, help them combine study and service in the Cadet Corps. Service in the United Cadet Corps educates young people in strength of will and spirit, moral qualities and physical endurance. Cadets boldly march through life and easily enter higher education institutions, because universities in the UK pay special attention to entrants who have served in the military schools and gladly accept them in the ranks of their students. Combined Cadet Force (CCF) cadets do not officially receive additional UCAS scores for the service, but mention of such experience significantly improves their resume.

Sports clubs are rather typical for youth organizations in the UK. They unite people who are interested in baseball, football, golf, etc. There are also clubs of interest. You can visit any club: from theatrical to ornithological clubs. By the way, bird watching clubs are very popular in the UK. There are several youth organizations associated with political parties. Youth Campaign for Nuclear Disarmament (YCND) unites young people and organizes mass rallies and meetings, rallies, demonstrations, protest marches, festivals. He cooperates with the National Union of Students. Religious youth organizations and groups are focused on helping elderly people or working in hospitals. There are even groups where young people help liberated prisoners to start a new life from scratch.

Religious organizations pay attention not only to studying religious views, but also involving young people in activities such as music festivals and amateur theaters. [2, с. 9-15]

There were also negative organizations that were abolished by the UK government. They have brought harm to society. One of such organization was the Balochistan Liberation Army (OAB), a paramilitary militarized organization. The objectives of the organization included the establishment of the government sovereignty of Balochistan. This organization became known in 2000 after a series of attacks using an explosive device and only in 2006 this organization was declared terrorist and was banned. "Islam4UK" is a radical Islamist group operating in the UK.

Many organizations are focused on maintaining the political and social spheres of society, and also help young people to choose the right way in life. Turning to pedagogy, many modern parents suffer from the fact that their child is constantly surrounded by modern technologies, which takes up most of the time in the life of the child. The existence of such organizations helps young people to choose the right path, find a favorite occupation, engage in activities of interest and benefit society as well.

Список литературы

1. Алещенок СВ. Государственная поддержка молодежных организаций: мировой опыт. М.: ИНФРА-М, 2013. - 146с.
2. Комяков С.Л «Потерянные поколения. История детских и молодежных организаций СССР» 2017. С.19-54

УДК: 623.454.86

ВЛИЯНИЕ РАДИАЦИИ НА ЗДОРОВЬЕ ЧЕЛОВЕКА

КОЗЛОВА ЛИАНА ВЛАДИМИРОВНАстудентка 1 курса,
факультет пищевых технологий,**ГАЙСИНА ГУЗАЛ АБДРАХИМОВНА**к. ф.-м. н., доцент кафедры теплоэнергетики и физики,
ФГБОУ ВО «Башкирский государственный аграрный университет», г. Уфа, Россия

Аннотация: Данная статья посвящена изучению понятия радиации. Как она влияет на человека. Виды заболеваний, вызываемые электромагнитными излучениями.

Ключевые слова: радиация, излучение, лучевая болезнь.

Abstract: This article is devoted to the study of the concept of radiation. How does it affect a person. Types of diseases caused by electromagnetic radiation.

Key words: radiation, radiation, radiation sickness.

Радиация – это потоки частиц и квантов электромагнитного излучения, прохождение которых через вещество приводит к ионизации и возбуждению его атомов или молекул. Это электроны и другие элементарные частицы, а также атомные ядра и электромагнитное излучение.

Иными словами, радиация - это процесс излучения потока элементарных частиц электромагнитного поля.

Э. Резерфордом и Ф. Содди было доказано, что во всех радиоактивных процессах происходят взаимные превращения атомных ядер химических элементов [1, с. 91].

По характеру и воздействию на человека различают несколько видов радиации:

Альфа-частицы - это тяжелые частицы, которые имеют положительный заряд и выступают в форме ядра гелия. Воздействие их на организм человека носит порой необратимый характер.

Бета-частицы - обыкновенные электроны.

Гамма-излучение - имеет высокий уровень проникновения.

Нейтроны - это электрически заряженные нейтральные частицы, которые существуют только в тех местах, где есть рядом атомный реактор. Обычному человеку не ощутить данный вид радиации на своем организме, поскольку доступ к реактору весьма ограничен.

Рентгеновские лучи - это, пожалуй, наиболее безопасный вид радиации. По своему существу схож с гамма-излучением. Однако наиболее ярким примером рентгеновского облучения можно назвать Солнце, которое освещает нашу планету. Благодаря атмосфере люди защищены от высокого радиационного фона.

Воздействие радиации на организм приводит к негативным последствиям. Человек подвергается облучению двумя способами: внешним и внутренним.

Заболеваний, вызванных облучением очень много. К ним относятся: лучевая болезнь, острый миелоидный лейкоз, рак, некроз (гибель) мозга, нарушение психологического и умственного развития, анемия и поражение органов зрения.

Для развития заболевания требуются годы или даже десятилетия, объясняется это тем, что последствия облучения проявляются не сразу [3].

К воздействию радиации наиболее чувствительны зародыши млекопитающих и человека. Основные последствия такого воздействия приводит к гибели плода, нарушению в развитии.

1) Лучевая болезнь – заболевание, возникающее в результате воздействия различных видов ионизирующих излучений и характеризующееся симптомами, зависящими от вида поражающего излучения и локализации источника излучения.

Лечение зависит от дозы облучения и поврежденных органов.

2) Острый миелоидный лейкоз - это злокачественная опухоль крови, при которой изменённые белые кровяные клетки быстро размножаются. Симптомы острого миелоидного лейкоза вызываются замещением нормального костного мозга лейкемическими клетками, что приводит к снижению количества красных кровяных клеток, тромбоцитов, и нормальных лейкоцитов.

Острый миелоидный лейкоз развивается быстро, и оборачивается летальным исходом, если его не лечить.

Лечение подразделяется на индукционную и консолидирующую химиотерапию.

3) Рак — вид злокачественной опухоли, развивающейся из клеток эпителиальной ткани различных органов.

Общей характеристикой злокачественных опухолей является распространение клеток с током крови по всему организму с образованием новых очагов опухолевого роста в органах, удалённых от первичного очага. По темпам роста большинство злокачественных опухолей превосходят доброкачественные.

Лечение рака зависит от типа опухоли, её локализации, строения, стадии заболевания.

4) Некроз мозга - это гибель мозга, которая возникает при действии на головной или спинной мозг узких пучков ионизирующего излучения.

Больной, у которого констатирована смерть мозга, является «живым трупом», поэтому лечение бессмысленно [3, с. 101].

Огромный интерес представляет решение вопроса о приспособлении организмов к повышенным уровням облучения, о стимулирующих, благоприятных влияниях малых доз радиации на существование популяций, так же как и установление минимальных уровней, угнетающих, снижающих жизненные показатели популяций [2, с. 87].

Список литературы

1. Кузнецов В.Н., Идлис Г.М., Гущина В.Н. Естествознание. – М.: Агар, 1996. – С. 90-95.
2. Мамонтов Г.С., Захаров В.Б. Общая биология: Учебник. – М.: Высшая школа, 2003. – С. 85-89.
3. Найдыш В.М. Концепции современного естествознания. – М.: Гардарики, 2005. – С. 99-102.

УДК 316

ПРОФЕССИЯ КАК ОБЪЕКТ СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ

УСОВА ЛЮБОВЬ ВИКТОРОВНА,

канд. социол. наук, доцент кафедры социологии

ЛАДЫЖЕНСКАЯ АНГЕЛИНА ВЛАДИМИРОВНА,магистрант 2 года обучения кафедры социологии
ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет»

Аннотация: В данной статье предпринимается попытка теоретического рассмотрения профессий и профессиональных групп. В работе профессиональные группы анализируются через призму социологических теорий (функционализма, неомарксизма, неовеберианцев), также уделено внимание изучению профессий в российском обществе.

Ключевые слова: профессия, профессиональная группа, социология профессий, социальный статус.

PROFESSION AS AN OBJECT OF SOCIOLOGICAL RESEARCH

**Lyubov Usova Victorovna,
Ladyzhenskaya Angelina**

Abstract: The article attempts to consider professions and professional groups theoretically. It is analyzed professional groups through the prism of sociological theories (functionalism, neo-Marxism, neoveiberians), also paid attention to the study of professions in Russian society.

Key words: profession, professional groups, sociology of professions, social position.

Сегодня российское общество претерпевает изменения в профессиональной структуре общества. Появляются новые профессии, к «старым» меняется восприятие и отношение к ним. Общество и государство предъявляют к трудовой деятельности особые требования, как в совокупности приобретаемых знаний, умений, навыков, ценностных установок, так и в практической деятельности и компетенции [1]. Для понимания изменений в них важно обратиться к изучению профессий с социологической стороны. Именно социология позволяет глубоко, всесторонне взглянуть на эту проблему.

Одним из первых ученых, занимающимся изучением профессий и профессиональных групп, можно отнести Герберта Спенсера. Профессиональная группа рассматривалась им через профессиональный институт на основе общественного разделения труда. Спенсер относил к свободным профессиям следующие профессии: актера, архитектора, врача, судьи, учителя, философа и пр. [2, с. 7].

Эмиль Дюркгейм анализирует многообразие профессий и видов профессиональной деятельности через общественную дифференциацию. Социальная группа позволяет преодолеть состояние аномии общества, для этого необходимо, чтобы профессиональная группа была организованной. Образцовыми профессиями считались профессии адвокатов, врачей, священников, судей, преподавателей, у которых есть профессиональная этика, культура [2, с. 8].

В целом научный анализ профессий и профессиональных групп с социологической точки зрения представлялся в теориях функционализма, неомарксизма и неовеберианцев [3, с. 15-17].

Так, функционалистский взгляд на профессию основывается на изучении профессиональных групп, занимающих привилегированное положение в обществе. К основным представителям, которые занимались изучением профессий и профессиональных групп, относят следующих: Б. Барбер, Е. Гринвуд, У. Гуд, Дж. Миллерсон, Т. Парсонс, Р. Холл, Е. Элиот.

Функционалисты выделяли отличия между высокостатусными социально значимыми профессиями и другими профессиями. Вначале происходило дробление на «профессии» и «не-профессии», что отображало особенности исторических реалий. Профессия подчеркивает престижность работы, направленность на интеллектуальное служение обществу. К «традиционным» профессиям причисляли врачей, преподавателей, юристов, церковных служителей [4, с. 18].

В качестве анализа выбирались «традиционные» профессии. Ученые пытались проанализировать профессиональную группу, проанализировать какими профессиональными характеристиками обладали они, почему им получалось сохранять высокий статус в обществе, что им в этом помогало.

Представители функционализма использовали профессиональные критерии для выделения «идеального типа». Социологи «овеществляли» идеальный тип, который представлялся абстрактной концепцией, как будто это был реально существующий феномен, т.е. ставился знак равенства между традиционными профессиями и «идеальным типом». Традиционные профессии – это профессии, которые наиболее стабильны и эффективны [4, с. 19-20].

Профессионализация социальных групп рассматривалась как реакция со стороны профессиональных групп на потребности общества. Профессии, лишенные статуса, могут только приблизиться к идеальному типу профессий [4, с. 22].

Представители функционализма ввели в научный оборот такие категории как «недо-профессия», «не-профессия», «практически-профессия», «полу-профессия» и другие. Выделялись следующие профессии: (1) «новые» профессии: бухгалтеры, инженеры, химики, представители естественных и социальных наук; (2) «полу-профессии» или «помощники профессионалов» – медсестры, социальные работники, фармацевты; (3) формирующиеся профессии: менеджеры и управленцы частными предприятиями, компаниями [7, с. 22-23].

Неомарксисты анализируют профессии через призму классовой структуры. К основным представителям относятся: Дж. Бен-Дэвид, Т. Джонсон, Р. Коллинз, Ф. Паркин.

Исследователи-неомарксисты отмечают, что профессиональные группы являются основой поляризации классов. «Традиционные» профессии находятся в состоянии «пролетарианизации» или «депрофессионализации». Например, экономическое, техническое или организационное отчуждение от результатов своего труда ощущают «белые воротнички». «Депрофессионализация» представляла собой процесс утраты со стороны профессий умственного труда возможности контролировать содержание и значение собственного труда [4, с. 23].

Неомарксисты обращают внимание на трансформацию властных полномочий «традиционными» профессиями. Мак-Кинли и Арчес акцентируют внимание на следующих исключительных правах, которыми обладали профессиональные группы:

- критериями «входа» в профессию;
- процессом обучения;
- условиями и содержанием труда;
- объектами труда;
- орудиями труда;
- средствами труда, недвижимостью;
- уровнем вознаграждения [4, с. 23-24].

Неовеберийцами термин «профессия» использовался как организованная группа в особых исторических и социально-политических условиях. Исследователи-неовеберийцы: Дж. Берлант, М. Бураж, М. Ларсон, Э. Фрейдсон, Г. Хьюджиз.

Представителями неовеберийства при анализе профессиональных групп упор делали на профессиональной мобильности групп. Эта позиция позволяет трактовать профессиональную мобильность через собственные интересы. Отличительными особенностями этой группы является куль-

турная и социальная привилегия [4, с. 26].

Следует отметить, что «традиционные» профессии (профессии здравоохранения, образования, науки, юридических услуг) в рамках данного подхода рассматриваются с монополистической позиции, профессиональные группы ограждаются от других профессий.

М. Ларсон отмечала: «Профессионализация является попыткой перевести редкие ресурсы профессиональных групп одного порядка – специализированное знание и умения - в ресурсы другого порядка – социально-экономические вознаграждения. Сохранение редких ресурсов предполагает стремление к монополии: монополии экспертного знания на рынке труда и монополии статуса в системе стратификации» [цит. по: 4, с. 26].

Анализируя различные теоретические работы, В.А. Мансуров и О.В. Юрченко выделяют основные этапы профессионализации «старых» традиционных профессиональных групп, которые позже позаимствуют «новые» профессии: а) выделение уникальной области знания и трансформация ее в социальный престиж; б) развитие профессиональной идеологии, делающий упор на профессиональную этику; в) образование профессиональных организаций; г) практика социального закрытия; д) контроль реализации профессионального проекта [4, с. 27-30].

Эту теоретическую позицию применяли и в России. Ученые института социологии РАН В.А. Мансуров и О.В. Юрченко уделяют внимание изучению профессий в российском обществе [3, с. 36]. В советский период исследования в области профессий и профессиональных групп концентрировались в рамках стратификационного анализа, функционалистского и социально-психологического.

При стратификационном подходе профессиональные группы рассматриваются через профессиональную структуру общества, т. е. сквозь призму изучения иерархии престижа или социального расслоения общества, выражающейся в ценности профессиональной группы, находящейся у власти.

При функционалистском подходе рассмотрение профессиональной группы направлено на профессиональную деятельность, на социальные установки, характеризующие интересы государства, рынка труда.

Профессия в социально-психологическом аспекте рассматривается через «внутренние» характеристики профессиональной группы. Особенность данного ракурса рассмотрения заключается, во-первых, в сложности, во-вторых, творческом характере, в-третьих, в призвании работника. В частности, сосредотачивается внимание на мотивации, отношению к трудовой деятельности, ответственности и дисциплинированности, инициативности [5, с. 107-108].

Постиндустриальное общество изменяет общественное разделение труда, и сегодня вновь возникает необходимость анализировать «новые» и «старые» профессии и профессиональные группы с новых позиций.

Список литературы

1. Федеральный закон РФ «Об образовании в Российской Федерации» от 29.12.2012 N 273-ФЗ (ред. от 07.03.2018) // Законодательство Российской Федерации. Сборник основных федеральных законов РФ. URL: <http://fzrf.su/zakon/ob-obrazovanii-273-fz/>
2. Борисова С.Н. Теоретико-методологические подходы к изучению профессий и профессиональных групп в западной социологии // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. Серия Социальные науки. – 2012. - № 2 (26). – С. 7-14.
3. Мансуров В.А., Юрченко О.В. Социология профессий. История, методология и практика исследований // Социологические исследования. – 2009. - № 8. - С. 36-46.
4. Мансуров В.А., Юрченко О.В. Социология профессий: становление дисциплины и перспективы ее развития // Профессиональные группы: динамика и трансформация / Под ред. В.А. Мансурова. – М.: Изд-во Института социологии РАН, 2009. – С. 16-36.
5. Мансуров В.А., Юрченко О.В. Социология профессий. История и методология // Академический вестник. - 2012. - № 2 (20). - С. 107-116.

© Л.В. Усова, А.В. Ладыженская, 2018

УДК 316

СОЦИАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ИНВАЛИДОВ РЕСПУБЛИКИ ТЫВА

САДИ САЙДАШ САЙЫН-ООЛОВИЧ,
САТ АЛИЯ ВИКТОРОВНА,
МОНГУШ АЛДЫНАЙ АРТИС-ООЛОВНА,
КАРАШПАЙ САЙЛЫК МЕРГЕНОВНА

научные сотрудники
ГБНИ и ОУ «Тувинский институт гуманитарных и
прикладных социально-экономических исследований»

Аннотация: На основе проведенного социологического исследования в статье рассмотрены социальные проблемы инвалидов Республики Тыва.

Ключевые слова: инвалиды, социальные проблемы, здоровье, доступная физическая среда, Республика Тыва.

SOCIAL PROBLEMS OF DISABLED PEOPLE OF THE REPUBLIC OF TYVA

Sadi Saidash Sayin-oolovich,
Sat Aliya Victorovna,
Mongush Aldynai Artis-oolovna
Karashpai Sailyk Mergenovna

Abstract: On the basis of the conducted sociological research in the article social problems of invalids of the Republic of Tyva.

Key words: people with disabilities, social problems, health, accessible physical environment, Republic of Tyva

Актуальность данной статьи определяется наличием в социальной структуре общества значительного количества лиц с инвалидностью, а также остротой социальных проблем инвалидов в современном обществе.

Разные причины ведут к потере значительной частью населения региона здоровья и трудоспособности, что, несомненно, сказывается на их материальном положении и мироощущении.

По данным Отделения Пенсионного Фонда РФ по Республике Тыва на 1 января 2017 года в федеральном регистре состояло 22673 инвалидов, что составило 7,2% от общего населения республики¹.

Социально-экономические характеристики инвалидов важны для оценки их качества жизни и положения в обществе, нужны для изучения закономерностей, тенденций и прогнозов в отношении подгрупп людей с инвалидностью. Кроме того, важнейшее требование, необходимое для измерения равенства возможностей, - сравнение инвалидов и не инвалидов, выделенных на основе перечис-

¹ Информация о реализации Конвенции о правах инвалидов в РТ. Доклад Министерства труда и социальной политики РТ. – 2017 г.

ленных признаков групп населения.

Целью исследования является выявление основных проблем инвалидов республики.

В соответствии с целью работы поставлены следующие задачи:

1. изучить социальное положение инвалидов;
2. определить доступность физической среды для инвалидов;
3. выяснить уровень участия инвалидов в культурной сфере общества.

Вид исследования – **качественный анализ**.

Метод опроса – полужформализованное экспертное интервью. Исследуется достаточно специфическая группа, поэтому применение количественных методик не даст желаемого результата так как, это достаточно закрытая группа.

Выборка – 20 респондентов (10 человек с инвалидностью и 10 человек, непосредственно контактирующих с инвалидами). Выборка построена методом **«снежного кома»**.

В Республике Тыва низкий уровень трудовой занятости инвалидов. По данным Управления Федеральной службы государственной статистики по Красноярскому краю, Республике Хакасия и Республике Тыва на 2017 год количество инвалидов трудоспособного возраста составляет 15502 человек, из них лишь 13% официально трудоустроены². На рынке труда в большинстве заняты инвалиды 3 группы. Люди, имеющие инвалидность, в поисках работы чаще стали обращаться в центры занятости населения. На основе проведенного исследования выявлено, что инвалиды 1 и 2 групп имеют желание работать, но возможности официально трудоустроиться на посильной им работе не имеют. По словам инвалидов, работодатели в основном акцентируют внимание на физические недостатки. Они отказывают в предоставлении рабочего места, аргументируя это ненадлежащими для инвалидов условиями работы. Поэтому часть респондентов ищет способы трудоустроиться неофициально, путем поиска случайной подработки.

На начало 2017 года среди инвалидов, состоящих на учете в поиске работы на службе занятости населения, 62% не имеют профессионального образования. Однако респонденты не указывали проблему доступности получения образования. Опрошенные отмечали, что в основном переживали трудности в поиске жилья, в оплате коммунальных услуг. Также, характеризуя отношение медработников к людям с инвалидностью, опрошенные говорят, что нередко сталкиваются с грубостью и нежеланием помочь. Респонденты высказались, что часто терпят хамство медперсонала. Но и есть те, у кого достаточно теплые взаимоотношения с представителями врачебной среды.

По мнению участников опроса, к мерам социальной поддержки и адресной помощи, которые предоставляются государством для людей с инвалидностью, относятся: пенсии, бесплатные лекарства, путевки на оздоровительные курорты, санатории, льготы на проезд в города России, субсидии на коммунальные услуги, предоставление инвалидных колясок, для детей предоставляется 100% компенсация оплаты на посещение дошкольных образовательных учреждений.

Необходимо отметить, что со стороны государства оказывается помощь детям-инвалидам – открываются специализированные центры для развития умственных и физических способностей детей-инвалидов.

Как считают респонденты, инвалиды нуждаются в дополнительной материальной и социальной помощи, в таких как, социальное жилье, увеличение квот на оздоровительные курорты, создание мест и условий для общения инвалидов и т.д. Особый акцент респондентами сделан на такой мере социальной помощи государства, как доступность санаторно-курортного лечения для инвалидов. Возможность бесплатного проезда и получение должного медицинского лечения на курортах страны позитивно отмечена инвалидами.

Для большей части инвалидов пенсия является основным и единственным источником средств к существованию, которой не хватает на покупку лекарств, продуктов питания, оплату коммунальных услуг и т.д. Поэтому материальное положение людей, не имеющих дополнительный заработок, очень низкое. Благополучное финансовое состояние характерно лишь для работающих инвалидов.

² Там же.

Большинство опрошенных отмечают, что объекты социальной инфраструктуры совсем не адаптированы для инвалидов. Респонденты признают, что людям с физическими нарушениями приходится каждый день преодолевать барьеры при пользовании общественным транспортом, совершении покупок, посещении спортивных сооружений и мест отдыха. Также участники опроса отмечают, что маломобильному человеку элементарно сложно выйти из дома на улицу, так как во многих многоэтажных домах отсутствуют пандусы, либо они сконструированы не по требованиям. Неровные дороги, скользкое состояние тротуаров в зимний период, высокие бордюры так же затрудняют передвижение инвалидов-колясочников. Эксперты также крайне низко оценили адаптированность транспорта для нужд инвалидов, а маршрутные такси, по мнению опрошенных, практически всегда перегружены. В Кызыле нет специализированных общественных транспортных средств. Все это, к сожалению, приводит к вынужденной изоляции инвалидов. Но, несмотря на это, опрошенные отметили появление пандусов в общественных местах для инвалидов с опорно-двигательными нарушениями. Иными словами, в последнее время идет процесс усиления помощи для граждан с ограниченными возможностями.

Нерешенность проблемы формирования доступной среды, в том числе порождает проблемы ограничения жизнедеятельности инвалидов, дестимулирует их трудовую и социальную активность, отрицательно влияет на уровень и качество жизни инвалидов. Это подтверждают результаты исследования. Так, больше половины опрошенных говорят об отсутствии у инвалидов возможности участвовать в культурной жизни республики, в проведении интересного и полезного досуга и отдыха.

Действительно, в регионе мало мероприятий, ориентированных на людей с инвалидностью или социальных акций с их участием. Хотя проведенный опрос показывает, что существует достаточно острая востребованность в подобных мерах. Респонденты отмечают, что хотели бы развития специальных кружков и клубов по интересам для инвалидов. Это могут быть, как признают участники опроса, оздоровительные или образовательные мероприятия, например, курсы кулинарии, шитья, вязания и т.д.

Достаточно широкой является социальная сеть друзей, с которыми опрошенные регулярно общаются (50-100 человек). В настоящее время повсеместное внедрение и стремительное развитие сети Интернет дает возможность людям общаться на расстоянии.

Также, по мнению большинства опрошенных, в республике практически отсутствует возможность реализации потенциала и способностей инвалидов в различных сферах жизнедеятельности.

Таким образом, результаты опроса указывают на то, что инвалиды нуждаются в дополнительной материальной и социальной помощи, так как для большей части лиц с инвалидностью основным и единственным источником средств к существованию является пенсия, которой не хватает на покупку лекарств, продуктов питания, оплату коммунальных услуг и т.д. Поэтому материальное положение людей, не имеющих дополнительный заработок, очень низкое.

В республике не решены в необходимом объеме вопросы доступности социальной среды, позволяющие лицам с инвалидностью полноценно участвовать в жизни региона. Инвалиды и эксперты указывают на отсутствие специализированного общественного транспорта, плохое состояние дорог, неадаптированность объектов здравоохранения и культуры для нужд инвалидов. Также исследование показало необходимость культурных и спортивных мероприятий, ориентированных на людей с инвалидностью или социальных акций с их участием.

В заключении нельзя не сказать о том, что приоритетами социальной политики в настоящее время должны стать реабилитационные направления, адекватные состоянию экономики в стране и планируемым затратам на социальные программы и проекты. Не менее актуальной проблемой является привлечение к решению задач национального здоровья проектов и программ на основе социального взаимодействия и партнерства, в том числе привлечение к социальной политике негосударственных средств и частного капитала.

Список литературы

1. Бузгалин А. Человек, рынок и капитал в экономике XXI века // Вопросы экономики. – 2017. – № 3. – С. 125-144.
2. Зикунова И. В. Феномен предпринимательской активности в бизнес-цикле постиндустриального развития: монография. – СПб.: Издательство политехнического университета, – 2017. – 132 с.

УДК 304.444

ВЛИЯНИЕ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ НА ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЯ

ХАИРОВ АЛЕКСЕЙ СЕРГЕЕВИЧ,

магистрант

ФГБОУ ВО «Уфимский государственный нефтяной технический университет»

Аннотация: в статье приведены систематизированные понятия «корпоративная культура», ее влияние на эффективность деятельности предприятия. Определены уровни корпоративной культуры, характеризующие данное влияние.

Ключевые слова: корпоративная культура, организационная культура, эффективность, показатели, модели, влияние корпоративной культуры.

EFFECT OF CORPORATE CULTURE ON ENTERPRISE ACTIVITY

Khairov Alexey Sergeevich,

Annotation: the article presents systematized concepts of "corporate culture", its impact on the efficiency of the enterprise. The levels of corporate culture that characterize this influence are determined.

Key words: corporate culture, organizational culture, efficiency, indicators, models, the impact of corporate culture.

Термин «корпоративная культура» появился в XIX веке. Его авторство многими исследователями приписывается немецкому фельдмаршалу Мольтке, который применял его для характеристики взаимоотношений в среде армейских офицеров. В тот исторический период отношения среди командного состава как высшего, так и низшего уровней управлялись не только уставами, судами чести, но и дуэлями: сабельный шрам был если не обязательным, то широко распространенным, а зачастую и желанным атрибутом офицерской «корпоративной идентичности».

Первые научные изыскания в области культуры организации имеют достаточно длительную историю. Одним из самых ранних прецедентов научно-практического интереса к данной теме, а точнее – первой попыткой исследования деятельности корпорации в культурном аспекте, профессор Корнелльского университета (США) Харрисон Трайс склонен считать работу группы американских учёных во главе с Э. Мэйо в начале 30-х годов. Это случилось при проведении известного Хоуторнского эксперимента в копании Western Electric в Чикаго. Он проводился в 4 этапа в течение пяти лет (с 1927 по 1932 гг.) и имел целью выяснение влияния самых разных факторов на производительность труда отобранных для исследования работников компании. Результаты первых двух этапов подняли вопрос о несостоятельности некоторых посылок теории «классического» менеджмента, а причиной этому были ранее не анализировавшиеся, скрытые социально-психологические факторы.

Позитивная корпоративная культура формирует ценность профессионально-трудовой деятельности как способа реализации ценности саморазвития и субъектности, а также ценность предприятия как условия реализации такого рода способа. Негативная культура отражает ситуацию когда деятельность на конкретном предприятии в различной степени выгодна, однако, не ценна для сотрудника с точки зрения его саморазвития и самореализации. При позитивной культуре сотрудник воспринимает себя, частью предприятия, верит в то, что его деятельность влияет на общую результативность дея-

тельности предприятия. Сознвая личную ответственность за общий продукт совместной деятельности, работник стремится добросовестно выполнять свои производственные обязанности, это формирует его норму поведения. Работники настроены на творчество, нахождение оптимальных способов осуществления своей деятельности. Формируется ответственность работника за качество выпускаемого им продукта, растет его заинтересованность в его повышении. Все это создает атмосферу увлеченности своим трудом.

Изучение корпоративной культуры сталкивается с определенными трудностями. В частности, из-за наличия большого количества трактовок понятия культуры как таковой возникают трудности в определении культуры организации. В большинстве случаев на практике словосочетание «организационная» или «корпоративная» культура используется для описания общей атмосферы в компании, ценностей и миссии организации, характерных для нее методов управления, стилей лидерства.

В таблице 1 приведены некоторые из основных понятий корпоративной культуры.

Таблица 1

Систематизированные определения корпоративной культуры.

№	Автор	Определение
1. Функциональные определения корпоративной культуры		
1.1.	Е. Браун	Корпоративная культура - это набор убеждений, ценностей и усвоенных способов решения реальных проблем, сформировавшийся за время жизни организации и имеет тенденцию проявления в различных материальных формах и в поведении членов организации.
1.2.	В.В. Томилов	Корпоративная культура - совокупность мышления, определяющая внутреннюю жизнь организации
2. Психологические определения корпоративной культуры		
2.1.	Е. Жак	Корпоративная культура - образ мышления, вошел в привычку и стал традицией, способ действия, который разделяют все работники предприятия и который должен быть и хотя бы частично принят новичками.
2.2.	Р. Кричевский	Корпоративная культура охватывает большую часть явлений духовной и материальной жизни коллектива: доминирующие в нем моральные нормы и ценности, принятый кодекс поведения и укоренившиеся ритуалы, манеру одеваться и установленные стандарты качества выпускаемого и т.д.
3. Описательные определения корпоративной культуры		
3.1.	Д. Ньюстром и К. Дэвис	Корпоративная культура - набор предположений, убеждений, ценностей и норм, которые разделяются всеми членами организации
3.2.	А.В. Карпов	Корпоративная культура - совокупность норм, правил, обычаев и традиций, которые поддерживаются субъектом организационной власти и задают общие рамки поведения работников, согласующиеся со стратегией организации.
4. Историко-генетические определения корпоративной культуры		
4.1.	В. Оучи	Корпоративная культура - это символы, церемонии и мифы, которые сообщают членам организации важные представления о ценности и убеждения
4.2.	Б.Ф. Усманов	Корпоративная культура является традициями и манерой поведения, в которую облакаются основные ценности организации и ее кадрового состава
5. Нормативные определения корпоративной культуры		
5.1.	Х. Шварц и С. Дэвис	Корпоративная культура - комплекс убеждений и ожиданий, разделяемых членами организации
5.2.	Е. Уткин	Корпоративная культура - система ценностей и убеждений, которые разделяются всеми работниками фирмы и предопределяют их поведение, характер жизнедеятельности организации

Для определения глубины влияния корпоративной культуры необходимо выяснить структуру корпоративной культуры. Первой и одной из самых удачных попыток структурирования корпоративной культуры стала модель, предложенная Эдгаром Шейном. Анализируя структуру организационной культуры, он в 1981г. предложил выделить три ее уровня: поверхностный, внутренний и глубинный. Эта модель, усовершенствованная им в 1983г., до сих пор является самой популярной (Рис.1).



Рис. 1. Три уровня корпоративной культуры по Э. Шейну

Познание корпоративной культуры, по мнению Э. Шейна, начинается с "поверхностного" уровня. На этом уровне вещи и явления легко обнаружить, но их достаточно трудно интерпретировать в терминах организационной культуры без знания других её уровней.

Те, кто пытаются познать корпоративную культуру глубже, затрагивают её второй, "подповерхностный", уровень. На этом уровне изучению подвергаются ценности, верования и убеждения, разделяемые членами организации, в соответствии с тем, насколько эти ценности отражаются в символах и языке, каким образом они несут в себе смысловое объяснение первого уровня. Восприятие ценностей и верований носит сознательный характер и зависит от желания людей.

Третий "глубинный" уровень включает базовые (фундаментальные) предположения, которые трудно осознать даже самим членам корпорации без специального сосредоточения на этом вопросе. Среди этих скрытых и принимаемых на веру скрытых предположений, направляющих поведение людей в организации и помогающих им воспринимать атрибуты корпоративной культуры, Шейн выделил отношение к бытию в целом, восприятие времени и пространства, общее отношение к человеку и работе.

Преимущество данной модели состоит в том, что Шейну Э. удалось не только разделить по группам качественно разные проявления корпоративной культуры, но и установить существующие между выделенными группами отношения, определив их как иерархические.

Заключение

Резюмируя, можно сделать вывод, что создание и стимулирование позитивной корпоративной культуры оказывает положительное влияние на производственные показатели предприятия и качественно влияет на общую удовлетворенность работой сотрудников.

Корпоративная культура выступает в качестве мощного «рычага», ведущего организацию к успеху, доминированию на рынке, стабильности. Нездоровая корпоративная культура, напротив, мо-

жет привести к обратным результатам. Отсюда следует вывод, что изучению корпоративной культуры следует посвящать пристальное внимание всем руководителям современных организаций. Необходимо следить за ее формированием, совершенствовать и «направлять» в нужное русло, устраивая мероприятия и проводить опросы удовлетворенности, корректируя поведение сотрудников внутри организации. Корпоративная культура должна быть органичной частью организации, соответствовать современным условиям, должна содействовать достижению целей предприятия – повышению эффективности его деятельности.

Список литературы

1. Бирюкова В.В. Производительность хозяйственных систем и факторы ее роста // В сборнике: Актуальные вопросы экономики и управления российскими предприятиями. Сборник научных трудов. Сибирская государственная автомобильно-дорожная академия (СибАДИ). - Омск - 2009. - С. 14-19.
2. Бирюкова В.В. Проактивный механизм управления изменениями в нефтяной компании // Экономика и управление: научно-практический журнал. - 2015. - № 4 (126). - С. 49-53.
3. Кочнев В.А., Тарасов А.В. Способы построения и управления корпоративной культурой организации/ Интернет-журнал «Наукovedение» ISSN 2223-5167 <http://naukovedenie.ru/> Декабрь 2015
4. Гибсон Дж.Л. Организация: поведение, структура, процесс / Дж.Л. Гибсон, Д.М. Иванцевич, Д.Л.-мл. Доннелли; пер. с англ. – 8-е изд. – М.: Инфра -М, 2000. – С. 662.
5. Полищук Е.В. Влияние корпоративной культуры на повышение эффективности деятельности предприятия // Молодой ученый. – 2012. – №3. – С. 183–185.
6. Макеева В.Г. Культура предпринимательства: учебное пособие. – М.: Инфра-М, 2002.
7. Плосконосова В.П., Бирюкова В.В. Организационно-экономические аспекты управления развитием промышленного предприятия //Вестник Российского государственного торгово-экономического университета (РГТЭУ). - 2006. - № 3. - С. 111-118.
8. Иванова Т.Б., Журавлёва Е.А. Корпоративная культура и эффективность предприятия / Москва Российский университет дружбы народов 2011

УДК 316.354:004.056

СОЦИАЛЬНЫЙ КОНТРОЛЬ ПО ОБЕСПЕЧЕНИЮ ИНФОРМАЦИОННОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ГРУЗОВЫХ ПОРТОВ

БАЗЕЛЮК НИКИТА ГРИГОРЬЕВИЧведущий инженер-программист ФГБНУ
«Каспийский научно-исследовательский институт рыбного хозяйства»

Аннотация: Информационная безопасность современных организаций включает две составляющие: информационно-техническую и информационно-психологическую. Согласно Доктрине Российской Федерации, утвержденной в 2016 г., в России существует несколько видов угроз информационной безопасности. Социальный контроль по обеспечению информационной безопасности грузовых портов должен включать разнообразные мероприятия, упреждающие и нейтрализующие информационно-психологическое воздействие.

Ключевые слова: информационная безопасность, информационно-психологическое воздействие, информирование, грузовой порт, социальный контроль, защита.

SOCIAL INSPECTION SUPPORT INFORMATION SAFETY OF CARGO PORTS

Bazelyuk Nikita Grigorievich

Annotation: The information security of modern organizations includes two components: information and technical and information-psychological. According to the Doctrine of the Russian Federation, approved in 2016, there are several types of threats to information security in Russia. Social control to ensure the information security of cargo ports should include a variety of activities that anticipate and neutralize the information and psychological impact.

Key words: information security, information and psychological impact, information, cargo port, social control, protection.

В современном обществе информационную безопасность рассматривают как защищенность информации и инфраструктуры от случайных или преднамеренных воздействий естественного или искусственного характера, как защиту конфиденциальности (свойство информационных ресурсов, информации, связанное с тем, что они не станут доступными и не будут раскрыты неуполномоченными лицами), целостности (неизменность информации в процессе ее передачи или хранения) и доступности (свойство информационных ресурсов, информации, определяющее возможность получения и использования по требованию уполномоченных лиц) информации. Информационная безопасность имеет две составные части: информационно-техническую (ИТБ) и информационно-психологическую (психофизическую) безопасность (ИПБ).

В 2016 г. в Российской Федерации утверждена Доктрина информационной безопасности, в которой были обозначены основные положения государственной политики по обеспечению информационной безопасности РФ. Согласно Доктрине в РФ существует несколько видов угроз информационной безопасности, одной из которых является деятельность спецслужб иностранных государств по

наращиванию возможностей информационно-технического и информационно-психологического воздействия на инфраструктуру и население, что приводит к дестабилизации внутривластной и социальной ситуации, подрыву суверенитета [2].

Управление системой и механизмами защиты социальной организации в условиях интенсивного информационно-психологического воздействия (ИПВ) оппонентов предполагает взаимодействие предприятий с государственными (национальными) средствами защиты и направлено на: а) прогнозирование ИПВ оппонентов, исходя из оценки глобального противостояния; б) упреждение возможных ИПВ и предотвращение; в) ликвидацию последствий [3, С. 83]. Упреждающие мероприятия социального контроля по обеспечению информационной безопасности должны включать воздействия, способствующие: формированию позитивного мнения, настроения, стенического состояния сотрудников; обеспечению лояльного отношения к органам управления организацией, к корпоративным нормам, традициям, правопорядку; нейтрализации ИПВ оппонентов; организации регулярного социально-психологического информирования сотрудников; психологическому сплочению социальной организации и др.

По результатам социологического опроса, проведенного в грузовых портах Астраханской области в 2017 г. отмечено 27,0 % респондентов, которые не получают никакой информации о проблемах информационной безопасности на предприятии. По результатам регрессионного анализа выявлена зависимость между информированностью сотрудников грузовых портов о проводимых на предприятии мероприятиях по обеспечению информационной безопасности и существованию эффективной системы социального контроля за информационной безопасностью. Простая линейная регрессия показала, что чем больше администрация грузового порта уделяет внимания информированию сотрудников, тем больше респондентов считают, что на их предприятии существует эффективная система социального контроля за информационной безопасностью. Как видно из уравнения регрессии $y = a + b \cdot x$ (a - константа; b - регрессионный коэффициент при значении, которое определяет показатели эффективности системы контроля за информационной безопасностью) $y = 25,436 + 0,823x$, значение коэффициента регрессии независимой переменной в построенной модели составляет 0,823, т.е. «Показатель информированности о проводимых на предприятии мероприятиях по обеспечению информационной безопасности» равняется 0,823.

В ходе авторского исследования были определены следующие оценочные показатели эффективности управления системой защиты от информационно-психологического воздействия: целевой, деятельностный, содержательный, результативный, организационный. Целевой характеризуется системой целей защиты, разработанной администрацией организации. Деятельностный определяет характер взаимоотношений между сотрудниками, социальными и творческими группами. Содержательный отражает степень соответствия содержания защиты реальным условиям угроз. Организационный критерий определяет наличие специально разработанных технологий защиты или её отдельных элементов. Результативный содержит сведения о достижениях целей и задач защиты личности и социальной организации.

Как показывает практика, для осуществления защиты от ИПВ оппонентов имеющихся в современных социальных организациях сил недостаточно. В большинстве грузовых портов специальные силы и средства в ограниченном составе созданы лишь в сфере защиты информации, связанной с сохранением государственной и коммерческой тайны, конфиденциальной информации. Проблема информационно-психологической защиты (ИПЗ) психики личности и психологии социальной организации не актуализирована.

В этой связи, автор считает необходимым: во-первых, в вузах страны на социологических и психологических факультетах организовать подготовку (переподготовку на курсах) специалистов по предмету «информационно-психологическая защита личности» и «информационная безопасность»; во-вторых, в службах по работе с персоналом социальных организаций ввести отделы (штатные должности), с функциями организации работы по ИПЗ личности и информационной безопасности предприятия; в-третьих, на местном и региональном уровнях управления в структурах исполнительной власти (социологических отделах, службах, центрах) создать постоянно действующие Советы по

информационно-психологической защите населения. «В настоящее время существует проблема подготовки кадров, обусловленная командной системой формирования развития структур управления. Результаты социальной практики доказывают, что этот способ в управлении образованием оказался неэффективным, сдерживающим развитие этой сферы деятельности [1, С. 205].

Особую трудность в функционировании социальной организации представляет ликвидация последствий ИПВ оппонента. На этом этапе система защиты должна обеспечивать проведение реабилитационных мероприятий; восстановление управляемости, организованности и трудовой способности коллектива; анализ и оценку результатов работы по защите от ИПВ оппонента, определение сильных и слабых сторон системы защиты; оптимизацию деятельности в ходе последующих ИПВ оппонентов и др.

Таким образом, для снижения уровня информационно-психологического поражения (дезорганизации) сотрудников в системе ИПЗ необходимы: перспективное планирование информационно-психологических мероприятий по защите от ИПВ оппонентов; организация взаимодействия с местными органами управления, организациями гражданского общества, правоохранительными органами (полицией, ФСБ, МЧС и др.); обучение членов социальной организации способам индивидуальной и коллективной социально-психологической защиты; строгое следование корпоративному регламенту грузового порта.

Список литературы

1. Гостев А.Н., Семенова В.Г., Серикова В.П. Отечественные традиции в системе подготовки управленческих кадров института образования // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки, - 2015.- № 1. - С. 201-206.
2. Доктрина информационной безопасности Российской Федерации // Российская газета от 6 декабря 2016 г. [Электронный ресурс] / Режим доступа: URL [http:// www.garant.ru](http://www.garant.ru).
3. Доценко Е.Л. Психология манипуляции: феномены, механизмы и защита. - М.: МГУ, - 2000, – 100 с.

ПОЛИТИЧЕСКИЕ НАУКИ

УДК 341.1/8

ПРОБЛЕМЫ БЕЖЕНЦЕВ И ВЫНУЖДЕННЫХ ПЕРЕСЕЛЕНЦЕВ: МИРОВАЯ СТАТИСТИКА И РОЛЬ МЕЖДУНАРОДНЫХ ГУМАНИТАРНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ

ВОЛОХИНА АЛЕКСАНДРА ИГОРЕВНА

Магистрант
Российская академия народного хозяйства
и государственной службы
при Президенте Российской Федерации

Аннотация: В статье освещается современная ситуация кризиса беженцев и вынужденных переселенцев. Рассмотрена роль международных гуманитарных организаций в осуществлении помощи пострадавшим. Представлен анализ статистических данных о международных миграционных потоках. Приведены рекомендации по решению гуманитарного кризиса.

Ключевые слова: вынужденные переселенцы, вынужденная миграция, беженцы, просители убежища, международные гуманитарные организации.

REFUGEES AND FORCED MIGRANTS PROBLEMS: WORLD STATISTICS AND ROLE OF INTERNATIONAL HUMANITARIAN ORGANIZATIONS

**Volokhina Aleksandra Igorevna,
Master's Degree student**

Abstract: The article highlights the current situation of the crisis of refugees and internally displaced persons. The role of international humanitarian organizations in the implementation of assistance to victims is examined. The analysis of statistical data on international migration flows is presented. The recommendations on the solution of the humanitarian crisis are given.

Key words: Internally displaced persons (IDPs), forced migration, refugees, asylum-seekers, international humanitarian organizations.

В то время как вынужденная миграция людей происходила на протяжении всей истории человечества, беспрецедентно большое количество беженцев и вынужденных переселенцев, образовавшихся в результате Второй мировой войны, бросило вызов мировому сообществу, которому необходимо было провести институционализацию юридических прав в рамках помощи пострадавшим. В 1950 году Организация Объединенных Наций учредила Агентство по делам беженцев (УВКБ), который был уполномочен предоставлять им гуманитарную помощь и международную защиту. В следующем году Организация Объединенных Наций одобрила Конвенцию 1951 года о статусе беженцев, многосторонний договор, в котором излагаются права беженцев и обязанности государств, предо-

ставляющих им убежище. Конвенция 1951 года и Протокол к ней 1967 года стали основой для международного правового режима статуса беженцев и вынужденных переселенцев. На тот момент никто и не мог представить, что спустя столько лет в мире возникнет новый кризис беженцев беспрецедентный по своему масштабу.

Согласно Международной организации по миграции (МОМ), принудительная (вынужденная) миграция представляет собой «миграционное движение, в котором существует элемент принуждения, включая угрозы жизни и средствам к существованию, будь то в результате природных или техногенных причин» [4]. Беженцы же, согласно 1 статье Конвенции ООН 1951 года, – это лица, которые бегут из своей страны из-за «обоснованного страха» [1] преследования по причинам расы, религии, национальности, политических убеждений, и которые находятся за пределами своей страны. В группу беженцев так же относятся так называемые «просители убежища» [6] – это лица, которые добиваются международной защиты и чьи требования о статусе беженца еще не определены. В свою очередь категория внутренне перемещенных лиц или вынужденных переселенцев (ВПЛ) включает в себя «лиц или группу лиц, которые были вынуждены или обязаны бежать, или покинуть свои дома или места обычного проживания, в частности в результате или во избежание последствий вооруженного конфликта, нарушений прав человека, стихийных бедствий или антропогенных катастроф, но которые не пересекли международно-признанную государственную границу» [2]. В правовом аспекте разница между беженцами и ВПЛ огромна. Ведь переселенец не теряет статуса гражданина в своей стране, а беженцу приходится сталкиваться со следующими проблемами: подтверждение своего статуса в рамках оформления вида на жительство, адаптация к новой культурно-языковой среде, выстраивание профессиональной трудовой деятельности и так далее.

Современная мировая обстановка провоцирует небывалый по своим масштабам кризис вынужденной миграции. Так согласно официальной статистике УВКБ, число насильственно перемещенных лиц как внутри стран, так и за рубежом выросло с 39,5 миллионов человек в 2006 году до 65,6 млн. в 2016 году (рис. 1) [7, с. 16].



Рис. 5. Динамика изменения количества беженцев и ВПЛ за 10 лет (2006-2016 гг.).

Источник: Управление по координации гуманитарных вопросов ООН (ОСНА) [7]

Из этой цифры 61% или 40,3 млн. человек – это вынужденные переселенцы (ВПЛ), 39% составляют 22,5 миллиона беженцев и 2,8 миллиона просителей убежища. Резкое увеличение числа вынужденных переселенцев, произошедшее за последние десять лет, было сосредоточено в период между 2012 и 2015 годами (45,1 млн. человек до 65,3 млн.), в основном, из-за сирийского конфликта, других конфликтов в регионе и кризисных ситуаций в странах Африки к югу от Сахары.

Если вынужденные переселенцы образуют миграционный поток внутри своей страны, то беженцы провоцируют колебание демографической и социальной стабильности принимающих государств. Увеличение потока беженцев, особенно во втором десятилетии 21 века (рис. 2.) привел к по-

литическим, идеологическим потрясениям в Европейском регионе.



Рис. 2. Динамика количества беженцев в период с 2006 по 2016 года. Источник: the World Bank [5].

Больше половины беженцев поступает из раздираемых войной стран – Сирии, Афганистана, Южного Судана и Сомали (рис. 3). Сирийская война стала масштабным гуманитарным кризисом для миллионов людей. Опасности пересечения Средиземного моря не уменьшились. Но для Европы вторичный поток беженцев из «соседей» Сирии представлял собой не только демографический и экономический кризис (число просителей убежища, прибывающих в Европу, составляет примерно половину одного процента от общей численности населения континента), но и кризис управления. Сложившаяся ситуация в Европе представляет собой политический провал, заключающийся в неспособности европейских государств управлять и разделять ответственность за миграционный поток, так и в обеспечении основных европейских ценностей прав человека – уважение к индивидуальному достоинству и надлежащей правовой процедуре. Это также угрожает политической и социальной гармонии Европейского Союза, и будущее свободного передвижения в рамках Шенгенского соглашения поставлено на карту.

Однако сердце кризиса находится далеко не в Европе. Так как 86% беженцев размещаются в лагерях таких стран как Ливан, Иордания, Турция, Пакистан и Кения [3]. Азия так же обеспокоена миграционной волной, несмотря на отсутствие крупных войн в этом регионе. Так по данным УВКБ в Юго-Восточной Азии проживает более 500 000 беженцев и просителей убежища.

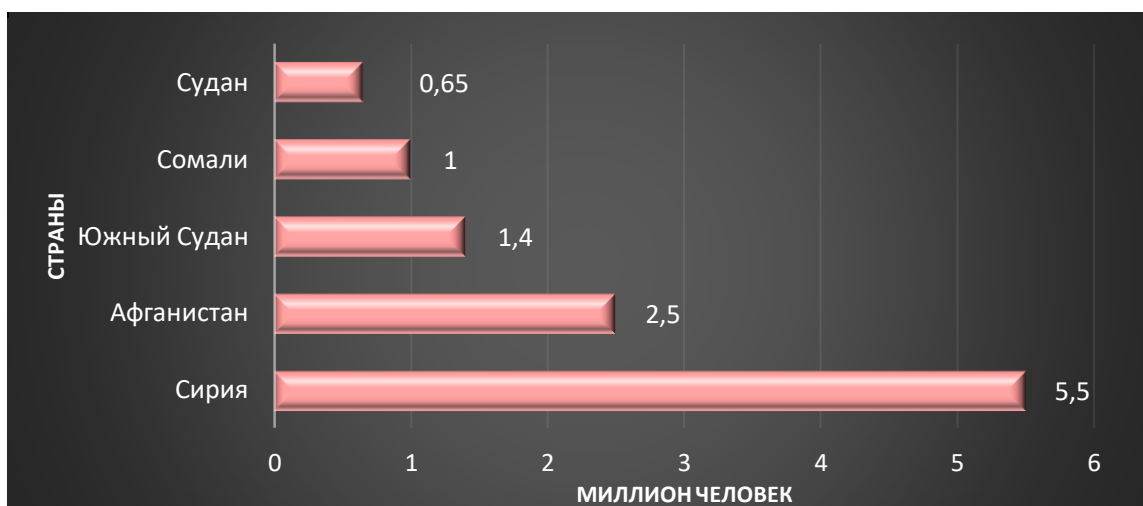


Рис. 3. Топ стран, из которых зафиксирован наибольший поток беженцев на 2016 год.

Источник: Управление по координации гуманитарных вопросов ООН (ОСНА) [7]

Международные гуманитарные организации, в том числе специальные подразделения ООН, Европейского Союза, Организации Исламского сотрудничества, а также неправительственные блоки – Международный комитет Красного Креста, Врачи без границ, OXFAM и другие, призваны обеспечить гуманитарную помощь нуждающимся. В рамках этой деятельности организации предоставляют качественную воду и продукты, гигиенические принадлежности, временные лагеря размещения, медицинскую помощь и так далее. Однако организации не смогут справиться с кризисом только по средствам собственных усилий. Ограниченность ресурсов, в том числе и финансирования, не позволит международным гуманитарным агентствам полностью купировать сложившуюся ситуацию.

Безусловно, решение сложной задачи обеспечения безопасности и защиты населения с массовым перемещением во всем мире требует комплексных мер. Однако все эти меры не отрицают тот факт, что предотвращение массового перемещения населения начинается дома. Помощь государствам и обществам в предотвращении эскалации конфликтов, ведущих к широкомасштабного насилия, может помочь предотвратить и контролировать разворачивающуюся гуманитарную трагедию XXI века.

Список литературы

1. Конвенция о статусе беженцев (Принята 28 июля 1951 года). – Электрон. дан. – Режим доступа: http://www.un.org/ru/documents/decl_conv/conventions/refugees.shtml (дата обращения 02.03.18).
2. Лица, перемещенные внутри страны // Официальный сайт Агентства ООН по делам беженцев. – Электрон. дан. – Режим доступа: <http://unhcr.org/ua/uk/khto-mi-dopomagaemo/litsa-peremeshchennye-vnutri-strany> (дата обращения 05.03.18).
3. Doyle, M.W. Global Refugee Crisis // Forced migration forum. 13.02.17. – Электрон. дан. – Режим доступа: <https://forcedmigrationforum.com/2017/02/13/global-refugee-crisis/> (дата обращения 12.03.18).
4. Key Migration Terms // Official website of IOM. – Электрон. дан. – Режим доступа: <https://www.iom.int/key-migration-terms> (дата обращения 02.03.18).
5. Refugee population by country or territory of origin // Official website of the World Bank. – Электрон. дан. – Режим доступа: <https://data.worldbank.org/indicator/SM.POP.REFG.OR?end=2016&start=2000&view=chart> (дата обращения 05.03.18).
6. UNHCR Population Statistics Database // Official website of UNHCR. – Электрон. дан. – Режим доступа: <http://popstats.unhcr.org/en/overview> (дата обращения 02.03.18).
7. World Humanitarian Data and Trends 2017 // Official website of OCHA. – Электрон. дан. – Режим доступа: http://interactive.unocha.org/publication/datatrends2017/resources/WHDT2017_Final_Singles.pdf (дата обращения: 09.02.18.).

НАУЧНОЕ ИЗДАНИЕ

**ФУНДАМЕНТАЛЬНЫЕ И ПРИКЛАДНЫЕ НАУЧНЫЕ
ИССЛЕДОВАНИЯ: АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ, ДОСТИЖЕНИЯ И
ИННОВАЦИИ**

Сборник статей

XI Международной научно-практической конференции

г. Пенза, 15 апреля 2018 г.

Под общей редакцией

кандидата экономических наук Г.Ю. Гуляева

Подписано в печать 21.03.2018.

Формат 60×84 1/16. Усл. печ. л. 17,7

МЦНС «Наука и Просвещение»

440062, г. Пенза, Проспект Строителей д. 88, оф. 10

www.naukaip.ru