



VI Международная научная конференция

# ЭКОНОМИКА УПРАВЛЕНИЕ ФИНАНСЫ



Краснодар

Главный редактор: *И. Г. Ахметов*

Редакционная коллегия сборника:

*М. Н. Ахметова, Ю. В. Иванова, А. В. Каленский, В. А. Куташов, К. С. Лактионов,  
Н. М. Сараева, О. А. Авдеюк, О. Т. Айдаров, Т. И. Алиева, В. В. Ахметова, В. С. Брезгин, О. Е. Данилов,  
А. В. Дёмин, К. В. Дядюн, К. В. Желнова, Т. П. Жуйкова, Х. О. Жураев, М. А. Игнатова, В. В. Коварда,  
М. Г. Комогорцев, А. В. Котляров, В. М. Кузьмина, С. А. Кучерявенко, Е. В. Лескова, И. А. Макеева,  
Т. В. Матроскина, М. С. Матусевич, У. А. Мусаева, М. О. Насимов, Г. Б. Прончев, А. М. Семахин,  
А. Э. Сенцов, Н. С. Сенюшкин, Е. И. Титова, И. Г. Ткаченко, С. Ф. Фозилов, А. С. Яхина, С. Н. Ячинова*

Руководитель редакционного отдела: *Г. А. Кайнова*

Ответственный редактор: *Е. И. Осянина*

Международный редакционный совет:

*З. Г. Айрян (Армения), П. Л. Арошидзе (Грузия), З. В. Атаев (Россия), Б. Б. Бидова (Россия),  
В. В. Борисов (Украина), Г. Ц. Велковска (Болгария), Т. Гайич (Сербия),  
А. Данатаров (Туркменистан), А. М. Данилов (Россия), А. А. Демидов (Россия),  
З. Р. Досманбетова (Казахстан), А. М. Ешиев (Кыргызстан), С. П. Жолдошев (Кыргызстан),  
Н. С. Игисинов (Казахстан), К. Б. Кадыров (Узбекистан), И. Б. Кайгородов (Бразилия),  
А. В. Каленский (Россия), О. А. Козырева (Россия), Е. П. Колпак (Россия),  
В. А. Куташов (Россия), Лю Цзюань (Китай), Л. В. Малес (Украина),  
М. А. Нагервадзе (Грузия), Ф. А. Нурмамедли (Азербайджан), Н. Я. Прокопьев (Россия),  
М. А. Прокофьева (Казахстан), Р. Ю. Рахматуллин (Россия), М. Б. Ребезов (Россия),  
Ю. Г. Сорока (Украина), Г. Н. Узаков (Узбекистан), Н. Х. Хоналиев (Таджикистан),  
А. Хоссейни (Иран), А. К. Шарипов (Казахстан)*

**Экономика**, управление, финансы: материалы VI Междунар. науч. конф. (г. Краснодар, февраль 2016 г.). — Краснодар: Новация, 2016. — vi, 124 с.  
ISBN 978-5-905557-76-7

В сборнике представлены материалы VI Международной научной конференции «Экономика, управление, финансы». Рассматриваются общие вопросы экономики, вопросы финансовой и денежно-кредитной системы, учета, анализа и аудита, экономики и организации предприятия и пр.

Предназначен для научных работников, преподавателей, аспирантов и студентов экономических специальностей, а также для широкого круга читателей.

УДК 330  
ББК 65

## СОДЕРЖАНИЕ

## 3. ОБЩИЕ ВОПРОСЫ ЭКОНОМИЧЕСКИХ НАУК

**Шеховцова Ю.А.**

Методика мониторинга инвестиционной безопасности государства ..... 1

## 4. ЭКОНОМИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ И РОСТ

**Баландина А.С., Герб А.А.**

Сущность налогового мониторинга в России и особенности его осуществления в зарубежных странах .. 5

**Лапина Н.В.**

Проблемы и перспективы развития Российской экономики..... 7

**Муханов А.Н.**

Проблемы и перспективы инвестиционных площадок Самарской области в контексте развития автомобильной промышленности ..... 10

**Пименова В.В.**

Государственная поддержка малого предпринимательства в Евразийском экономическом союзе (на примере Российской Федерации и Республики Казахстан) ..... 15

**Саркисова Р.А.**

Взаимодействие валютных курсов и уровня экономического развития..... 18

## 6. ОРГАНИЗАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ ХОЗЯЙСТВОМ СТРАНЫ

**Зубарев М.Г.**

Система управления знаниями внутри компании ..... 21

**Скворцов Е.Н.**

Процесс кластеризации в мировой экономике ..... 23

## 7. ОТРАСЛЕВАЯ ЭКОНОМИКА

**Водин Д.В.**

Жизненный цикл машиностроительной продукции как один из факторов экономической эффективности ..... 26

**Водин Д.В.**

Снижение затрат на режущий инструмент как фактор конкурентоспособного развития предприятия в машиностроении ..... 28

**Гайсумова Л.Д., Мукаева Л.А.**

Особенности развития лесного хозяйства горной части Чеченской Республики ..... 30

**Мусагалиева Г.М., Байгалиева А.С.**

Перспективы развития инвестирования агропромышленного комплекса Западно-Казахстанской области ..... 34

## 8. МИРОВАЯ ЭКОНОМИКА

**Шоев А.Х., Махкамова Ф.М.**

Нефтяной фактор в развития геополитики в современном мире. .... 37

## 9. ФИНАНСЫ, ДЕНЬГИ И КРЕДИТ

**Букреев И.А., Бубенко О.А.**

Конкурентоспособность АБ «Россия» и его рейтинг среди остальных банков России. .... 40

**Букреев И.А., Новик Л.В.**

Тенденции в банковском секторе. .... 44

**Курбанова О.Э.**

Понятийные аспекты категории «кредит» в сельском хозяйстве. .... 47

**Смоленская О.В.**

Применение новых маркетинговых технологий в сфере потребительского кредитования. .... 51

## 10. УЧЕТ, АНАЛИЗ И АУДИТ

**Бондаренко А.А.**

Проблемы учетно-аналитического обеспечения контроллинга на современных предприятиях. .... 54

**Волгапова А.Н.**

Экономический анализ и его роль в системе управления деятельностью спортивной организации. .... 56

**Гарифуллина А.А.**

Аттестация аудиторов в РФ. .... 59

**Костикова А.М.**

Актуальные вопросы организации системы внутреннего контроля на предприятии. .... 62

**Малышенко К.А., Малышенко В.А., Новик Л.В.**

Системно-стратегический экспресс-анализ. .... 65

## 11. МАРКЕТИНГ, РЕКЛАМА И КОММУНИКАЦИИ

**Безуглова М.Н., Зубенко А.А.**

Медиапроект как бизнес цифровой эпохи. .... 68

**Морозова П.А.**

HR-брендинг как фактор, формирующий имидж организации. .... 70

**Санинский С.А., Лобанова А.С., Аверьянова Л.Л.**

Краудсорсинг и краудфандинг – современные механизмы интеграции рыночных субъектов. .... 76

**Колесниченко М.Н.**

Положение службы занятости населения на современном рынке труда. .... 79

**Уразбахтин Ю.Г.**

Финансовое стимулирование в системе мотивации воинской деятельности. .... 81

## 14. ЭКОНОМИКА И ОРГАНИЗАЦИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ, УПРАВЛЕНИЕ ПРЕДПРИЯТИЕМ

**Абдуллаев Ж.Ж.**

The role of entrepreneurship in Uzbekistan: issues on doing business, importance of management in small business. .... 84

**Вовнянко Е.А., Парамонова Л.А.**

Пути совершенствования бухгалтерского учета расчетов с покупателями и заказчиками. .... 87

**Жилина Е.В.**

Управление конкурентоспособностью на основе оценки качества обслуживания розничного торгового предприятия. .... 90

**Ильченко А.В.**

Синтез организационной структуры и стратегии организации. .... 93



**Малышенко К.А., Малышенко В.А., Толмачёва А.А.**

Оценка внешней среды деятельности корпоративных объединений предприятий СКК Б. Ялты. . . . . 95

**Чемарина А.О., Никаноров А.В.**

Эффективная модель создания международного авиационного стратегического альянса . . . . . 98

**15. РЕГИОНАЛЬНАЯ ЭКОНОМИКА****Анисимова Ю.В.**

Межрегиональная интеграция как фактор развития внутреннего туризма . . . . . 102

**Клочко С.Н., Пурьжова Л.В.**Исследование факторов устойчивого развития региональной экономики  
(на примере Калининградской области) . . . . . 104**Шевченко И.В., Шевченко А.Н.**Khanty-Mansi Autonomous District – Yugra. The current state of the oil industry as well as promising  
directions of region development . . . . . 107**16. ДЕМОГРАФИЯ****Мукаева Л.А., Гайсумова Л.Д.**

Демографические факторы формирования трудовых ресурсов в Чеченской Республике. . . . . 109

**17. ВНУТРЕННЯЯ И ВНЕШНЯЯ ТОРГОВЛЯ****Киселев Р.Д.**

Особенности поддержки экспорта в России. . . . . 113

**19. ЛОГИСТИКА И ТРАНСПОРТ****Зеленова Е.С., Быкова Ю.А.**

Страхование как метод минимизации рисков при транспортировке . . . . . 116

**Федоров В.А.**Транспортная система СССР – инфраструктура Победы в Великой Отечественной войне  
1941–1945 годов. . . . . 118



### 3. ОБЩИЕ ВОПРОСЫ ЭКОНОМИЧЕСКИХ НАУК

#### Методика мониторинга инвестиционной безопасности государства

Шеховцова Юлия Анатольевна, кандидат экономических наук, доцент  
Саратовский военный Краснознаменный институт внутренних войск МВД России

*Настоящая методика разработана в целях совершенствования процесса информационного обеспечения деятельности по нейтрализации угроз инвестиционной безопасности государства. Согласно данной методике, мониторинг инвестиционной безопасности государства представляет собой совокупность нескольких взаимосвязанных стадий, отличающихся целями, применяемыми методами и результатами. Для выполнения каждой из этих стадий (наблюдения, анализа, оценки и прогноза) разработаны детальные рекомендации. Следование этим рекомендациям позволит своевременно получать всю необходимую информацию об угрозах инвестиционной безопасности государства, о причинах их возникновения, о возможных последствиях мер по нейтрализации указанных угроз.*

**Ключевые слова:** мониторинг, наблюдение, анализ, оценка, прогноз, инвестиционная безопасность, угроза.

Понятие «мониторинг» происходит от латинского слова «*mōnēre*», которое можно перевести как «предостерегающий, предупреждающий» [2, с. 551]. Предостерегать и предупреждать можно лишь о чем-то нежелательном, негативном. Исходя из сказанного, задачу мониторинга можно определить как предостережение, предупреждение о каких-либо нежелательных, негативных событиях. В случае, если наступление нежелательного, негативного события в обозримой перспективе не предвидится, мониторинг не должен оставлять нас в неведении относительно того, наступит это событие или нет. В этом случае мониторинг должен однозначно указывать на невозможность наступления данного события в заданном периоде времени, это тоже задача мониторинга.

Информация о предстоящих нежелательных, негативных событиях (равно как и информация об отсутствии таких событий в обозримой перспективе) необходима для принятия решений о том, нужно ли предпринимать те или иные меры для нейтрализации этих событий. Получается, что цель мониторинга состоит: в подготовке информации, необходимой для обоснования мер по нейтрализации какого-либо нежелательного, негативного события.

Если говорить непосредственно о цели мониторинга инвестиционной безопасности государства, то, очевидно, она состоит в подготовке информации, необходимой для обоснования мер по нейтрализации угроз инвестиционной безопасности государства.

Что касается объекта мониторинга, то, очевидно, им должны стать те негативные явления, о наступлении (либо не наступлении) которых должен предупреждать мониторинг. В случае мониторинга инвестиционной безопасности

государства такими явлениями являются угрозы инвестиционной безопасности государства, к которым мы относим угрозы деградации материально-технической базы российской экономики, угрозы ее технологического отставания от экономик развитых стран, угрозы потери национального контроля над имеющимися в стране капитальными благами.

Какая же информация необходима для нейтрализации этих угроз? Думается, что для нейтрализации угроз инвестиционной безопасности государства в первую очередь необходима информация о самих этих угрозах (их внешних проявлениях, актуальности, динамике изменения). Также необходима информация о причинах возникновения этих угроз, а еще лучше — о причинах возникновения указанных причин. В самом деле, надежно обеспечить безопасность можно лишь тогда, когда нейтрализованы не только внешние проявления угроз, но и причины их возникновения, а также причины причин возникновения этих угроз. Кроме того, для нейтрализации угроз инвестиционной безопасности государства необходима информация о вероятных последствиях мер по их нейтрализации. Располагая такой информацией, можно подобрать наилучшую комбинацию указанных мер, а также своевременно отказаться от реализации тех из них, что не обеспечивают нейтрализацию рассматриваемых угроз, либо способны причинить ущерб объекту безопасности, вместо того, чтобы защитить его.

Информацию об угрозах инвестиционной безопасности государства, о причинах их возникновения и вероятных последствиях реализации мер по нейтрализации вышеупомянутых угроз будем считать предметом мониторинга инвестиционной безопасности государства.

На начальном этапе становления теории и практики мониторинга считалось, что информацию, являющуюся предметом мониторинга, можно получать путем наблюдения за его объектом. Такая точка зрения находила отражение и в нормативных, и в научных определениях понятия «мониторинг». Так, в постановлении Правительства Российской Федерации от 18 июля 1994 года № 846 понятие мониторинг определялось как «система непрерывного наблюдения хода основных социально-трудовых процессов» [4]. Аналогичное определение мониторингу было дано в работе А. Ревайкина, С. Быстрицкого и Е. Телушкиной, опубликованной в 1994 году: «мониторинг — это организованное системное наблюдение за ходом и характером качественных изменений в системе» [7, с. 55].

Со временем, однако, стало понятно, что простого наблюдения недостаточно. Нужны еще анализ и оценка информации, поступающей в ходе наблюдения, а также прогнозирование тенденций изменения наблюдаемых данных. Поэтому в определениях мониторинга стало превалировать расширительное толкование этого понятия. Например, мониторинг карантинного фитосанитарного состояния территории Российской Федерации в настоящее время определяется как «система наблюдений, анализа, оценки и прогноза распространения по территории Российской Федерации карантинных объектов» [6].

Исходя из современного понимания сущности мониторинга, *мониторинг инвестиционной безопасности государства можно определить как наблюдение, анализ, оценку, прогнозирование инвестиционной безопасности государства*. Наблюдение, анализ, оценка и прогнозирование составляют содержание мониторинга, являются его стадиями. Рассмотрим отдельные стадии мониторингового процесса более подробно.

**Наблюдение.** Наблюдение представляет собой «преднамеренное и целенаправленное восприятие» [9, с. 392]. Последнее же, по словам А. Ю. Сторожука, «предполагает активный поиск и сбор релевантной информации» [8, с. 30]. Какую же информацию следует искать и собирать в рамках мониторинга инвестиционной безопасности государства? Представляется, что это должна быть информация об угрозах инвестиционной безопасности государства, в том числе информация об их внешних проявлениях, актуальности, динамике изменения.

Информацию об угрозах инвестиционной безопасности государства рекомендуется собирать в форме качественного описания указанных угроз, а также в форме показателей, характеризующих состояние материально-технической базы российской экономики, интенсивность процессов, протекающих в ее инвестиционной сфере, уровень технологического развития национального хозяйства, объемы, структуру и результаты инвестиционных вложений нерезидентов.

**Анализ.** Как уже отмечалось ранее, к информации, необходимой для нейтрализации угроз инвестиционной безопасности государства, относится, в числе прочего,

и информация о причинах возникновения этих угроз. Представляется, что получить эту информацию можно именно на аналитической стадии мониторинга инвестиционной безопасности государства. Для этого необходимо всесторонне исследовать показатели, собранные на его предыдущей стадии, стадии наблюдения.

Для исследования этих показателей целесообразно воспользоваться методом относительных величин, методом сравнения, графическим методом.

1. Метод относительных величин, в том числе метод относительных величин структуры, координации, интенсивности, динамики. С помощью этого метода можно выявлять диспропорции в образовании и распределении инвестиционных ресурсов, судить о масштабах тех или иных экономических явлений, скорости протекания тех или иных экономических процессов. Метод относительных величин рекомендуется использовать для анализа таких показателей как инвестиции в основной капитал, финансовые инвестиции, взносы иностранных юридических и физических лиц в уставный капитал, в процентах к совокупному уставному капиталу организаций в Российской Федерации, внешний и внутренний долг государства, долговые обязательства частного сектора и др.

2. Метод сравнения, в том числе метод сравнения с зарубежными аналогами, с нормативами, с предыдущим значением. С помощью этого метода можно судить о степени достижения целевых значений тех или иных показателей (в качестве целевых могут выступать, например, значения, достигнутые экономически развитыми странами). Кроме того, метод сравнения дает возможность отслеживать изменения в значениях анализируемых показателей и своевременно выявлять нежелательные изменения. Метод сравнения рекомендуется использовать для анализа таких показателей как распространенность технологий 5-го и 6-го технологических укладов (в Российской Федерации и за рубежом), фондовооруженность труда, степень износа основных фондов и др.

3. Графический метод, в том числе графический метод анализа динамики, структуры, статического сравнения, динамического сравнения. Данный метод рекомендуется использовать в качестве дополнения к первым двум. С помощью этого метода можно получить наглядное представление о составе, структуре, динамике и тенденциях изменения тех или иных экономических явлений, что существенно упрощает их анализ.

**Оценка.** Под оценкой в настоящей работе будем понимать установление «степени, уровня чего-нибудь» [5, с. 486]. Взяв за основу эту трактовку оценки, одноименную стадию мониторинга инвестиционной безопасности государства определим как установление степени, уровня инвестиционной безопасности государства.

Для оценки уровня инвестиционной безопасности государства рекомендуется использовать оценочный аппарат, разработанный при помощи индикативного метода, а также метода дискриминантного анализа. Этот аппарат включает в себя:



— индикаторы инвестиционной безопасности государства и их пороговые значения;

— классифицирующие дискриминантные функции, позволяющие однозначно идентифицировать состояние государства как безопасное или как опасное с точки зрения его инвестиционной безопасности [11, с. 283–285].

Использование этого аппарата для оценки инвестиционной безопасности государства предполагает выполнение трех процедур.

1. Сопоставление фактических индикаторов инвестиционной безопасности с их пороговыми значениями (табл. 1).

Таблица 1

Пороговые и фактические значения индикаторов инвестиционной безопасности государства

Индикатор	Фактическое значение в 2013 году	Пороговое значение
Стоимость основных фондов на душу населения, млн. руб./чел. (в текущих ценах) на 2013 год	0,9	5,1
Стоимость основных фондов на душу населения, млн. руб./чел. (в ценах 2009 года) на 2035 год	-	5,4
Коэффициент обновления основных фондов, %	4,7	15
Коэффициент выбытия основных фондов, %	0,7	5
Темп прироста инвестиций в основной капитал, %	–0,2	10
Коэффициент инвестирования, %	9,9	23
Средний возраст машин и оборудования, лет	13	7–9

2. Сопоставление фактических значений двух классифицирующих дискриминантных функций  $I_{ИБ}^O$  и  $I_{ИБ}^B$ :

$$I_{ИБ}^O = 198,192k_e + 25,400k_o - 145,512$$

$$I_{ИБ}^B = 986,255k_e + 128,563k_o - 3623,401$$

где  $k_e$  — коэффициент выбытия основных фондов;

$k_o$  — коэффициент обновления основных фондов.

3. Интерпретация результатов произведенных сопоставлений. Интерпретировать результаты произведенных сопоставлений можно следующим образом.

Если значения всех индикаторов инвестиционной безопасности государства не выходят за рамки своих пороговых значений, а значение функции  $I_{ИБ}^O$  больше, чем значение функции  $I_{ИБ}^B$ , инвестиционную безопасность государства можно считать надежно обеспеченной.

Если хотя бы один из индикаторов инвестиционной безопасности государства выходит за рамки своих пороговых значений, или значение функции  $I_{ИБ}^O$  меньше, чем значение функции  $I_{ИБ}^B$ , инвестиционную безопасность государства на текущий момент нельзя считать обеспеченной. Необходимо предпринимать неотложные меры по нейтрализации угроз инвестиционной безопасности.

**Прогноз.** Слово прогноз происходит от греческого слова «προϋποση» [10, с. 649], и означает «вероятностное суждение о будущем состоянии какого-либо процесса или явления» [3, с. 358].

Если говорить конкретно о прогнозе как стадии мониторинга, то эта стадия, как и любая другая, должна быть подчинена общей цели мониторинга, а именно, подготовке информации, необходимой для нейтрализации нежелательных событий. При этом указанная информация (судя по приведенному выше определению прогноза) должна

относиться к будущему, то есть содержать суждения о будущих процессах и явлениях.

Существует множество методов прогнозирования. Однако в экономической науке и практике используются, как правило, только два — экспертный метод и метод экстраполяции. Остальные применяются гораздо реже, в том числе и метод теории катастроф. Между тем, данный метод может быть весьма полезным при решении крупномасштабных проблем, требующих осуществления глобальных экономических реформ. Дело в том, что такие реформы зачастую сопровождаются скачкообразными изменениями динамики экономических показателей. Эти «изменения, возникающие в виде внезапного ответа системы на плавное изменение внешних условий» [1, с. 8] носят название катастроф.

В большинстве случаев катастрофы имеют нежелательный характер. Поэтому, начиная любые, даже самые градуалистические реформы, необходимо убедиться в том, что они не приведут к скачкообразному росту (снижению) жизненно важных экономических показателей (инфляции, безработицы, уровня жизни населения). Если же методы теории катастроф указывают на возможность скачкообразных изменений вышеупомянутых показателей, необходимо выбрать другую стратегию реформ, другой набор мер решения той или иной экономической проблемы, в том числе и проблемы обеспечения инвестиционной безопасности государства.

Таким образом, прогностические методы теории катастроф позволяют получать информацию, крайне необходимую для обоснования мер по нейтрализации угроз инвестиционной безопасности государства. Это информация о том, какие из указанных мер позволят достичь поставленной цели, не вызывая ухудшения текущего состояния

ее объекта. Учитывая важность этой информации, именно методы теории катастроф мы и рекомендуем использовать на прогнозной стадии мониторинга инвестиционной безопасности государства.

Итак, предложенная методика мониторинга инвестиционной безопасности государства позволяет получить информацию, необходимую для обоснования мер по нейтрализации угроз инвестиционной безопасности. Это ин-

формация и о самих угрозах, и о причинах их возникновения, и о возможных последствиях реализации мер по нейтрализации указанных угроз. Практическое применение данной методики будет способствовать совершенствованию процесса информационного обеспечения деятельности по нейтрализации угроз инвестиционной безопасности государства, а значит, и повышению эффективности этой деятельности.

#### *Литература:*

1. Арнольд, В. И. Теория катастроф. М.: Наука, 1990. 128 с.
2. Латинско-русский словарь/Сост. И. Х. Дворецкий, Д. Н. Корольков/Под общей редакцией С. И. Соболевского. М.: Государственное издательство иностранных и национальных словарей, 1949. 956 с.
3. Новая философская энциклопедия: в 4 т./Институт философии РАН. М.: Мысль, 2010. Т. III. 692 с.
4. Об организации всероссийского мониторинга социально-трудовой сферы: постановление Правительства Российской Федерации от 18 июля 1994 года № 846. Доступ из справ.-правовой системы «КонсультантПлюс».
5. Ожегов, С. И., Шведова Н. Ю. Толковый словарь русского языка: 80000 слов и фразеологических выражений/Российская академия наук. Институт русского языка им. В. В. Виноградова. М.: ООО «А ТЕМП», 2006. 944 с.
6. О карантине растений: Федеральный закон от 21 июля 2014 г. № 206-ФЗ: принят Гос. Думой Федер. Собр. Рос. Федерации 5 июля 2000 г.: одобр. Советом Федерации Федер. Собр. Рос. Федерации 7 июля 2000 г. Доступ из справ.-правовой системы «КонсультантПлюс».
7. Ревайкин, А., Быстрицкий С., Телушкина Е. Мониторинг — инструмент наблюдения и анализа экономики // Экономист. 1994. № 2. с. 55—60.
8. Сторожук, А. Ю. Наблюдение о наблюдении // Вестник Новосибирского государственного университета. 2006. Т. 4. № 1. с. 30—37.
9. Философский энциклопедический словарь./Гл. редакция: Л. Ф. Ильичев, П. Н. Федосеев, С. М. Ковалев, В. Г. Панов. М.: Сов. Энциклопедия, 1983. 840 с.
10. Хориков, И. П., Малеев М. Г. Новогреческо-русский словарь/Под ред. П. Пердикиса и Т. Папдопулоса. М.: Русский язык, 1980. 856 с.
11. Шеховцова, Ю. А. Методика оценки инвестиционной безопасности государства // Вестник Московского университета МВД России. 2013. с. 280—286.

## 4. ЭКОНОМИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ И РОСТ

### Сущность налогового мониторинга в России и особенности его осуществления в зарубежных странах

Баландина Анна Сергеевна, кандидат экономических наук, доцент;  
Герб Анна Александровна, магистрант  
Национальный исследовательский Томский государственный университет

**Н**алоговый мониторинг как форма налогового контроля был введен Федеральным законом № 348-ФЗ от 4 ноября 2014 года. Налоговый мониторинг — форма налогового контроля, осуществляемая в добровольном порядке в соответствии с регламентом информационного взаимодействия налогоплательщика и налоговой инспекции по представлению информации или доступа к информационным системам организации. Цель налогового мониторинга соответствует основной цели налогового контроля — проверка правильности исчисления, полноты и своевременности уплаты налогов и сборов, но, естественно, существует ряд особенностей, характерных именно для этой формы контроля. Главной из них является то, что инициатором проведения мониторинга является не налоговые органы, а сами предприятия. Преимущество для налогоплательщиков заключается в том, что процедура мониторинга избавляет от возможности подвергнуться выездным или камеральным налоговым проверкам. Для того чтобы осуществить мониторинг, предприятию необходимо направить в налоговую инспекцию заявление не позднее 1 июля текущего года. Однако не все компании могут претендовать на налоговый мониторинг. Налоговым кодексом определены три критерия: [6]

1) совокупная сумма НДС, налога на прибыль, НДПИ, акцизов (без налогов, связанных с перемещением товаров через таможенную границу Таможенного союза) должна быть не менее 300 млн. рублей за календарный год, предшествующий году подачи заявления;

2) суммарный объем полученных доходов по данным годовой бухгалтерской (финансовой) отчетности за календарный год, предшествующий году подачи заявления, должен быть не менее 3 млрд. рублей;

3) совокупная стоимость активов организации по данным бухгалтерской (финансовой) отчетности по состоянию на 31 декабря календарного года, предшествующего году подачи заявления, должна быть не менее 3 млрд. рублей.

Организации имеют право отозвать заявление до принятия налоговым органом решения о проведении мониторинга, которое принимается последним не позднее 1 ноября.

Предполагается, что введение процедуры налогового мониторинга сократит затрачиваемое на налоговые проверки время и позволит работникам налоговых органов расходовать его более эффективно.

Немало плюсов в нововведении и для самих предприятий. Самый явный из них — это возможность избежать выездной налоговой проверки, которая является несомненным стрессом для компании. Модель налогового мониторинга устраняет саму процедуру проверки и спор по ее результатам — длительной административной и судебной тяжбы. Все спорные ситуации решаются в процессе. [2]. Второе несомненное преимущество — планировать организацию деятельности с помощью тесной координации с налоговыми органами. Деятельность компании согласуется с позицией налоговых органов путем мотивированных мнений. Мотивированные мнения компания может запросить самостоятельно, имея сомнения или налоговые риски и в последующем действуя исходя из позиции налогового органа, либо предоставить свои аргументы для согласования. Компании, регулярно подвергающиеся налоговому контролю, могут рассчитывать на увеличение инвестиционной привлекательности.

Однако компаниям-претендентам на прохождение процедуры налогового мониторинга стоит помнить о ряде проблем, с которыми они могут столкнуться. Первое это то, что по критериям отбора пройти могут только крупные налогоплательщики с большим объемом доходов и солидной стоимостью активов, то есть имеющие существенную налоговую базу. Неудобства может составить наличие множества отсылочных норм в тексте закона, которые имеют меньшую юридическую силу по сравнению с основным текстом закона, что может вызвать множество споров и разночтений.

Однако главным недостатком для фирм является обязанность раскрывать информацию: организации используют различные электронные системы учета, хранения и передачи данных, которые охраняются правилами информационной безопасности.

Следует обратить внимание на то, как осуществляется налоговый контроль в разных странах мира. В развитых странах собираемость налогов и сборов превышает по-

казатели развивающихся стран в разы. В России по ряду оценок экономистов показатель собираемости варьируется от 40–60 %, при том, как в ведущих индустриальных странах со сложившейся и успешно функционирующей системой налогообложения показатели составляют примерно 90–92 %.

Самой первой страной, которая ввела горизонтальный налоговый мониторинг в систему осуществления налогового контроля, была Нидерланды. В 2005 году налоговая служба впервые предложила налогоплательщикам взаимодействие по поводу правильности исчисления налогов по средствам добровольного заключения соглашений. Соглашения охватывали все виды налогов и устанавливали обязательство субъекта налогообложения сообщать в налоговые органы обо всех операциях, содержащих возможные налоговые риски, давать собственную оценку юридическим последствиям сделки. В свою очередь, налоговая служба в оперативном порядке сообщает свое мотивированное мнение относительно такой операции, оценивает сумму налога, обсуждает возможные риски с хозяйствующим субъектом. [5, с. 36,37] Опыт внедрения налогового мониторинга был позитивным — большинство компаний, заключивших соглашения захотели продолжить сотрудничество с налоговыми органами по средствам соглашений.

Согласно налоговому законодательству Франции, у налогоплательщика есть право отправить запрос в налоговый орган для уточнения правомерности планируемой операции и получить консультацию по интересующим вопросам, связанным с налогообложением. В случае отсутствия ответа от налоговых органов в предусмотренные сроки, налогоплательщик совершает действия с позиции их полной правомерности и в этом случае налоговые органы не имеют права расценивать это действие как правонарушение. [4, с. 68]

Наиболее примечателен опыт США, т.к. система налогообложения этого государства признана одной из самых эффективных — при низких административных издержках, налоговая служба добивается высоких результатов собираемости налогов и высокой дисциплины налогоплательщиков в части добровольности уплаты налоговых платежей. [7, с. 39,40] Органом, осуществляющий контроль и администрирование в США является Служба внутренних доходов (СВД) — крупнейшее подразделение Министерства финансов США. Налоговый мониторинг отсутствует как таковой, но имеются механизмы, действующие аналогично. Каждый налогоплательщик может получить консультацию, по имеющемуся вопросу, в том числе по сделке, которую он намеревается заключить в форме информационных писем. [1,

с. 34] Ответы, полученные налогоплательщиком, могут быть использованы в судах, при решении спорных ситуаций.

В Великобритании бухгалтеры и налоговые консультанты обязаны уведомлять налоговые и таможенные органы при смене действующего порядка организации бизнеса. [3, с. 42]

В странах СНГ так же уже несколько лет успешно применяется налоговый мониторинг. Как и в России, распространяется он на крупные предприятия. В Казахстане в список проверяемых входит триста крупнейших компаний, на Украине всего пять, которые впоследствии отказались от сотрудничества с налоговыми органами. [5, с. 38]

Интересен опыт организации системы мониторинга в Белоруссии. Данная форма налогового контроля была введена в 2012 году и была ориентирована на компании, злоупотребляющие занижением доходов для целей налогообложения. Налоговые органы курируют деятельность таких налогоплательщиков. В случае выявления недоимок, такие предприятия обязаны предоставить корректировочную декларацию и доплатить налог, в таком случае никакой ответственности за правонарушение она не понесет. Это характеризует большую степень доверия государства к субъектам хозяйственной деятельности. Однако если такой субъект не прислушается к рекомендациям налоговых органов и не устранил нарушения в срок, то нести ответственность он будет в полном объеме.

С 2014 года в Белоруссии введен повышенный контроль по отношению к крупнейшим налогоплательщикам. Список таковых утверждается до 1 октября и действует в течение следующих двух лет. Организации, попавшие в список, будут обязаны предоставлять помимо стандартной отчетности дополнительные сведения о ходе ведения деятельности. Решение о проведении мониторинга в отношении этих организаций исходит от налоговых органов и является принудительным для субъектов хозяйственной деятельности.

В заключение можно сделать вывод, что с введением налогового мониторинга как формы налогового контроля, Россия приблизилась к модели организации налогового администрирования ведущих стран мира. Налоговая система Российской Федерации еще молодая и ей есть куда стремиться, поэтому необходимо использовать положительный опыт зарубежных стран в части успешно функционирующих механизмов налогового контроля, стремиться к совершенствованию законодательства и выработке налоговой дисциплины у налогоплательщиков.

#### Литература:

1. Васильева, М.В., Надточий Е.В. Зарубежный опыт организации сотрудничества налогоплательщиков и налоговых органов в сфере налогового контроля [Текст]/М.В. Васильева/Е.В. Надточий // Финансы и кредит. — 2010. — № 4 (388). — с. 31–36.

2. Дмитрий Кириллов: Кому и зачем нужен налоговый мониторинг. URL: <http://www.vedomosti.ru/opinion/articles/2015/01/26/komu-i-zachem-nuzhen-nalogovyj-monitoring>. Дата обращения: 20.01.2016 г.
3. Линовицкий, Ю. А. Практика налогового контроля в зарубежных странах [Текст]/Ю. А. Линовицкий // Налоги и налогообложение. — 2009. — № 11. — с. 40–44.
4. Максимовских, Д. В. Перспективы совершенствования налогового контроля в Российской Федерации: сближение механизмов налогового контроля в России и за рубежом [Текст]/Д. В. Максимовских // Академический вестник. — 2015. — № 2 (32). — с. 57–70.
5. Мониторинг как новая форма налогового контроля: обзорная информация [Текст] // Вестник Приднестровского республиканского банка. — 2014. — № 3. — с. 32–39.
6. Налоговый кодекс РФ. Часть 1 (в ред. Федерального закона от 29.12.2015 № 386-ФЗ). Доступ из справ.-правовой системы «Консультант Плюс». Дата обращения: 12.01.2016 г.
7. Пономарева, Н. В. США: опыт организации контрольной работы в налоговых органах [Текст]/Н. В. Пономарева // Международный бухгалтерский учет. — 2012. — № 28. — с. 37–42.

## Проблемы и перспективы развития Российской экономики

Лапина Наталия Владимировна, магистрант  
Уральский государственный экономический университет

Как известно, российская экономика переживает в настоящее время непростые времена, называемые многими специалистами финансово-экономическим кризисом 2014–2015 годов. По мнению первого вице-премьера Российской Федерации Игоря Шувалова, кризис в экономике России начался еще в 2008-м, сейчас он лишь стал очевиднее.

После кризиса 2008–2009 гг. казалось, что принятые меры вывели страну из очередного испытания и в 2010–2011 гг. страна вступает в полосу подъема. Однако с 2012 г. проявился тренд к снижению темпов экономического роста, а затем и к определенной рецессии — рост цен на нефть в 2012-м «испортил» структурные реформы в российской экономике.

К началу 2014-го в российской экономике накопились негативные тенденции, ставшие следствием проблем, не разрешенных в предыдущие годы: недоверие бизнеса и низкая деловая активность, переход экономики к затяжной стагнации в условиях опережающего роста потребления и спада инвестиций; хронический отток капитала; необеспеченный рост бюджетных обязательств, разрастание в экономике неэффективного государственного сектора, при ослаблении рыночных и правовых институтов [1].

В январе 2015 г. на экономическом форуме в швейцарском Давосе Игорь Шувалов заявил: «Внешне мы проявления наблюдаем такие, как будто бы это мягче, чем в 2008–2009 годах. Но это только кажущаяся легкость — на самом деле, по глубине и по сложности мне представляется, что мы уже год находимся в состоянии, когда мы входим в более затяжной и сложный кризис».

Толчком к ухудшению ситуации в российской экономике в 2014 году стало падение мировых цен на нефть

(к концу года цены на нефть упали примерно вдвое) и введение экономических санкций против России в связи с известными событиями на Украине. Почему же эти события так значительно повлияли на экономику России? Более глубокое рассмотрение причин кризиса российской экономики 2014–2015 гг. позволяет выделить две основные: агрессивная внешняя политика США с одной стороны и зависимость российской экономики от конъюнктуры мировых рынков — с другой.

Экономические причины агрессивной внешней политики США. По мнению многих экономистов, агрессивная внешняя политика США обусловлена «сменой технологических укладов и вековых циклов накопления, в ходе которых происходит глубокая структурная перестройка экономики на основе принципиально новых технологий и новых механизмов воспроизводства капитала» [2]. В такие периоды «происходит резкая дестабилизация системы международных отношений, разрушение старого и формирование нового миропорядка, которое сопровождается мировыми войнами между старыми и новыми лидерами за доминирование на мировом рынке» [2].

Действительно, Первая и Вторая мировые войны, а затем Холодная война между США и СССР позволили захватить США глобальное лидерство за счет превосходства в развитии нового, основанного на микроэлектронике информационно-коммуникационного технологического уклада и установления монополии на эмиссию мировых денег.

В настоящее время вперед вырывается Китай на волне роста нового технологического уклада, а накопление капитала Японией создает возможности для перемещения центра мирового воспроизводства капитала в Юго-Восточную Азию.



Сталкиваясь с перенакоплением капитала в финансовых пирамидах и устаревших производствах, а также с утратой рынков сбыта своей продукции и падением доли доллара в международных операциях, США стремятся удержать лидерство за счет развертывания мировой войны для ослабления, как конкурентов, так и партнеров.

Сценарий развязывания мировой войны против России чрезвычайно выгоден США, которые решают задачу сохранения глобального доминирования за счет Русского мира и Европы без существенных затрат со своей стороны [2].

В научном докладе Российской академии наук экономист Сергей Глазьев утверждает: «В худших традициях английской геополитики прошлого и позапрошлого веков в качестве ключевого объекта агрессии вновь выбирается Россия в силу своего размера и географического положения, а в качестве направления первого удара — Украина, отсечение которой от России уже двести лет рассматривается как необходимое условие поражения последней» [2].

Экономические санкции в отношении России из-за присоединения Крыма, а также вооруженного конфликта на востоке Украины, развязанного не Россией и в котором Россия не участвует — результат русофобии и агрессивной политики США. По мнению главы МИД Российской Федерации Сергея Лаврова, экономическими санкциями США мстят за независимую политику России, проводимую президентом Владимиром Путиным.

Санкции заключаются в запрете экономического сотрудничества компаниям названных стран с различными российскими компаниями, банками и предприятиями ВПК. Объявлена также экономическая блокада Крыма.

Наиболее существенное негативное влияние на состояние российской экономики оказывают западные санкции, связанные с ограничениями на привлечение финансовых ресурсов. Они затрудняют предприятиям и банкам доступ на внешний долговой рынок, не позволяя полностью рефинансировать внешний долг, и изымают тем самым ресурсы для инвестиций.

27 апреля 2015 года президент Владимир Путин на заседании Совета законодателей в Санкт-Петербурге заявил, что российская экономика из-за санкций недополучила 160 млрд. долларов США. Вследствие введения западных санкций в 2015 году прямые иностранные инвестиции в Россию сократились на 70 %.

Причины зависимости экономики России от конъюнктуры мировых рынков. По мнению многих экономистов, зависимость российской экономики от конъюнктуры мировых рынков объясняется структурным кризисом российской экономики и ее излишней финансовой открытостью.

Дело в том, что в последние годы произошло значительное увеличение доли топливно-энергетического комплекса в промышленной структуре российской экономики,

выступающего не только в качестве основы экспортного потенциала, но и в качестве базового комплекса экономики в целом.

Нефтяная «игла» стала для экономики нашей страны жизненно важной — от мировых цен на нефть зависит валютный курс российского рубля, а экспорт нефти является главным критерием устойчивости и выживаемости экономики. Достаточно сказать, что практически все бюджетные расходы и доходы рассчитываются на основе прогнозных оценок Минфина и Минэкономразвития РФ относительно мировых цен на нефть, в том числе и российскую.

Степень зависимости России от внешней торговли на сегодняшний день — более 50 %. В 2014 году всего 1 % международных резервов РФ размещалось в России; 34,3 %, 27,6 % и 17,6 % размещалось, соответственно, во Франции, США и Германии.

Сырьевая ориентация российской экономики и ее сильная зависимость от ценовых условий международной торговли сделали колебания внешнеэкономической конъюнктуры решающим фактором, определяющим темпы экономического роста.

Многие экономисты критикуют и проводимую в России денежно-кредитную политику. Отырбой А. и Кобяков А. считают, что «политика, проводимая уже четверть века Банком России и Правительством, заключается в создании благоприятных условий иностранному капиталу в освоении российской экономики и национальных богатств России» [3]. В рамках этой политики преимущество получает иностранный капитал, связанный с эмиссионными центрами мировых валют.

Результатом такой политики стала глубокая внешняя зависимость российской экономики от внешнего рынка, ее сырьевая специализация, деградация инвестиционного сектора и упадок обрабатывающей промышленности, подчиненность финансовой системы интересам иностранного капитала.

Решение проблем и скорость выхода из кризиса тесно связаны с выбором экономической политики. По мнению Акиндиновой Н. В. и Ясина Е. Г. [1] возможны следующие сценарии развития российской экономики в 2016 г.:

— Инерционный сценарий, который не сможет обеспечить модернизацию экономики и опережение стран Евросоюза и США.

— Мобилизационный сценарий — в стремлении оторваться от инерционного сценария сейчас предпринимается попытка мобилизации путем консолидации общества вокруг идеи развития страны, независимого от западного мира. При этом сценарии можно предположить рывок по темпам в попытке приблизиться к динамике, характерной для 2000-х годов, в течение короткого периода, а затем — исчерпание ресурсов и переход к более глубокой рецессии или спаду.

— Решительный рывок — трудно реализуем из-за неготовности общества к восприятию либеральных идей и реализации институциональных реформ.

— Постепенное развитие — связано с эволюционным построением системы сдержек и противовесов, позволяющей балансировать интересы нефтегазовой силовой олигархии, стремящейся к концентрации ресурсов и дискриминации остальных участников. Только на этом пути возможен переход к более высоким темпам экономического роста, достаточным для модернизации или по крайней мере избежания длительного спада или темпов роста ниже европейских стран.

Этот сценарий, особенно при проведении пакета институциональных реформ, в том числе в правовой и политической сферах, позволяет в приемлемые сроки выйти на темпы, превышающие уровень роста в Европе, а возможно, и в США.

18 июня 2015 года состоялся Петербургский международный экономический форум (ПМЭФ) — деловое мероприятие проводимое ежегодно в городе Санкт-Петербурге с 1997 года, затрагивающее экономическую сферу, и являющееся одним из самых крупных инвестиционных мероприятий в РФ. Завершился XIX Международный экономический форум 20 июня 2015 года.

Организаторы мероприятия заявляют, что в этом году его посетили рекордные 10 тысяч участников, состоялось

более 150 саммитов, брифингов и дискуссий. Глава Оргкомитета форума Антон Кобяков сообщил, что в рамках мероприятия было подписано около 200 крупных контрактов и соглашений, общая сумма которых превысила 293 млрд. рублей. К наиболее значимым из них следует отнести меморандум о сотрудничестве в реализации прокладки газопровода «Северный поток-2», подписанный между «Газпромом» и европейскими партнёрами. Другими важными документами, подписанными в ходе ПМЭФ 2015, стали договоры по сотрудничеству в строительстве греческой ветки газопровода «Турецкий поток» и новой линии проекта «Сахалин-2». «Роснефть» достигла соглашения с партнёрами по документам, регламентирующим поставки нефти в Венесуэлу. Крупные контракты с зарубежными компаниями заключили также РЖД, «Росатом», ЛукОйл, «Россети».

Подводя итоги можно с уверенностью сказать, что интерес международного бизнеса к России по-прежнему очень высок. А приведенные рекордные цифры свидетельствуют о том, что не смотря на санкции говорить о международной изоляции России излишне.

#### *Литература:*

1. Акиндинова, Н. В., Ясин, Е. Г. Новый этап развития экономики в постсоветской России: докл. к XVI Апр. международ. науч. конф. по проблемам развития экономики и общества, Москва, 7–10 апр. 2015 г./Н.В. Акиндинова, Е. Г. Ясин; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». — М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2015. — 35 с.;
2. Глазьев, С. Ю. О внешних и внутренних угрозах экономической безопасности России в условиях американской агрессии: Научный доклад/Российская академия наук, Москва, 2014.; Глазьев С. Ю., Батчиков С. А., Кобяков А. Б. Встать в полный рост (доклад Изборскому клубу) — Режим доступа: [http://www.trinitas.ru.](http://www.trinitas.ru;);
3. Отырба, А., Кобяков А. Как побеждать в финансовых войнах. Альманах «Однако». Июнь-июль 2014 г.
4. Тулин, Д. В. В поисках сеньоража, или легких путей к процветанию (Обзор полемики вокруг политики Банка России)/«Деньги и кредит» — № 12–2014; режим доступа: [http://www.icpress.ru.](http://www.icpress.ru;);
5. Официальный сайт Правительства России — Режим доступа: [http://government.ru.](http://government.ru;);
6. Официальный сайт Министерства экономического развития Российской Федерации — Режим доступа: [http://economy.gov.ru.](http://economy.gov.ru;);
7. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики — Режим доступа: [www.gks.ru.](http://www.gks.ru;);
8. Информационный сайт АНО Левада-Центр — Режим доступа: [http://www.levada.ru.](http://www.levada.ru)

## Проблемы и перспективы инвестиционных площадок Самарской области в контексте развития автомобильной промышленности

Муханов Алексей Николаевич, аспирант  
Тольяттинская академия управления

*Резкий скачок валютных курсов в 2014 году обострил давнюю проблему российской экономики — сильную зависимость от импорта. При стабильном курсе рубля и значительном объеме валюты, поступающей в страну, отсутствуют предпосылки для естественного развития производства, поэтому центральной темой антикризисной программы стало импортозамещение. Автомобильная промышленность не стала исключением и в полной мере ощутила влияние девальвации. Помимо общего падения продаж марки, не имеющие производства в России, оказались не в состоянии удержать рост цен.*

**Ключевые слова:** локализация производства, импортозамещение, автомобильная промышленность, особые экономические зоны.

Наличие локализованного производства позволяет компании более гибко реагировать на изменение ситуации. Под локализацией в рамках данной работы нужно понимать организацию на территории страны производства продукции изначально иностранного происхождения. [1] Локализация является одной из составляющих стратегии глокализации, используемой транснациональными компаниями, когда производство размещается, как можно ближе к рынку сбыта, позволяя адаптировать глобальный продукт под локального потребителя. В случае с автопромом развитие данного процесса происходило вместе с бурным ростом автомобильных рынков развивающихся стран. В такой ситуации производители размещая сборочные заводы, например в Бразилии, Индии или Таиланде экономили на более дешевой рабочей силе, а поскольку правительство этих стран было заинтересованно в развитии промышленности, росте уровня занятости, а также в импорте технологий такие заводы получали целый ряд льгот.

Одним из основных требований к автопроизводителям для получения преференций является уровень локализации производства. Под уровнем локализации понимается доля используемых комплектующих, произведенная внутри страны в узком смысле и доля всех затрат осуществленных внутри страны в более широком смысле. Поскольку местные предприятия, особенно в странах с неразвитым отечественным автопромом, в большинстве случаев были не в состоянии обеспечить требуемое качество, то следом за автосборочными заводами в стране начинали появляться и предприятия мировых концернов по производству компонентов. Поощряя приток иностранных инвестиций и развитие промышленности, государства начали активно создавать на своей территории особые экономические зоны (ОЭЗ). Сама практика применения ОЭЗ не нова, в Китае подобные механизмы начали применяться несколько веков назад. [2] Резиденты ОЭЗ получают налоговые льготы, период действия которых в некоторых странах может превышать 20 лет, сниженные ставки по таможенным пошлинам, а также льготные условия на приобретение земли

и подключение к инфраструктуре. Поскольку ОЭЗ имеет четкую привязку к территории с их помощью можно решать не только экономические проблемы, но и проблемы развития отдельных регионов. [3]

В России массовое развитие ОЭЗ началось в 2005 году после принятия Федерального закона ФЗ-116 от 22 июля 2005 г. «Об особых экономических зонах». В этом же году несколькими месяцами ранее было принято постановление Правительства № 166 от 29 марта 2005 г. «О внесении изменений в таможенный тариф российской федерации в отношении автокомпонентов, ввозимых для промышленной сборки». Именно с этих двух документов началось изменение в российской автомобильной отрасли. Согласно ФЗ-116 в России могут создаваться четыре типа ОЭЗ:

- промышленно-производственные особые экономические зоны;
- технико-внедренческие особые экономические зоны;
- туристско-рекреационные особые экономические зоны;
- портовые особые экономические зоны.

Первый тип ОЭЗ в достаточно сжатые сроки может дать положительный эффект в сфере организации производства и последующего выпуска промышленной продукции. Зоны технико-внедренческого типа позволяют создавать и передавать в производство новые технологии. Туристско-рекреационные зоны почти так же быстро, как и промышленные, могут стать основой развития экономики, но уже в сфере услуг. Создания портовых особых экономических зон связано с организацией соответствующей инфраструктуры и требует эффективного расходования бюджетных средств на эти работы. [4]

Базой для развития автопрома послужила первая категория ОЭЗ. На сегодняшний день насчитывается шесть особых экономических зон промышленно-производственного типа:

- ОЭЗ ППТ «Липецк», Липецкая область;
- ОЭЗ ППТ «Алабуга», Республика Татарстан;
- ОЭЗ ППТ «Моглино», Псковская область;
- ОЭЗ ППТ «Тольятти», Самарская область;

- ОЭЗ ППТ «Людиново», Калужская область;
- ОЭЗ ППТ «Титановая долина», Свердловская область.

При этом у четырех ОЭЗ («Липецк», «Алабуга», «Тольятти» и «Люддино») в числе приоритетных направлений находятся производство автомобилей или автокомпонентов.

К этому числу необходимо добавить несколько десятков индустриальных парков, реализацию которых осуществляют субъекты федерации. Поскольку такие проекты реализуются на региональном уровне, то объем налоговых льгот ограничен региональными и муниципальными налогами, но при этом, ниже входной барьер для инвесторов. Также потенциальному резиденту проще вести переговоры с руководством региона. В качестве примеров таких индустриальных парков можно отметить такие проекты как: «Калуга-ЮГ» или камский индустриальный парк «Мастер».

Последовательное развитие автомобильной промышленности по средствам стимулирования повышения уровня локализации и создания особых экономических зон и индустриальных парков привело к формированию трех крупных автомобильных кластеров: Северо-Западного, Центрального и Приволжского. Причем за последнее время структура автомобильной отрасли заметно изменилась. Если в 2008 году на Поволжье приходилось более 70% всего производства, то в 2014 году его доля сократилась до 42%. За этот же период доля Северо-Западного (Калининград и Санкт-Петербург) региона выросла с 9% до 32%, Центрального (Калужская обл. и Москва) с 12% до 22%. [5]

Фактически Поволжье уже нельзя считать центром автомобилестроения. Это связано с тем, что мировые концерны в качестве площадки для строительства заводов выбирали Северо-Западный и Центральный федеральные округа. Здесь стоит отдельно рассматривать деятельность завода Автотор в г. Калининграде, занимающегося контрактной сборкой иномарок, поскольку государству необходимо проводить особую политику в отношении анклава. В Приволжском ФО иностранные компании работают по принципу совместных предприятий или контрактной сборки.

Если автомобильная отрасль была исторически развита в Поволжье, то создание и рост Центрального и Северо-Западного кластеров связан именно с привлечением в страну иностранных инвестиций. В этих регионах отрасль создавалась фактически «с нуля». Как пример такого развития: в промышленной зоне «Каменка» в Санкт-Петербурге рядом с заводом Хендэ Мотор Мануфактуринг Рус появился «Промышленный парк поставщиков Hyundai», в котором расположились 7 предприятий. Немаловажное значение оказала и активная позиция федеральных и региональных властей в сфере привлечения инвестиций.

В Приволжском кластере, где изначально располагались заводы АВТОВАЗ, ГАЗ и КАМАЗ находилось и большое число производителей автомобильных деталей, главной задачей которых стало встраивание в производственных процесс иностранных компаний. Как результат здесь не случилось такого бурного роста числа новых заводов. Производство иномарок организовывалось на базе

совместных предприятий (Ford-Sollers, ФУЗО КАМАЗ Тракс Рус) или по принципу контрактной сборки (ГАЗ, АВТОВАЗ). Схожая ситуация наблюдалась и в секторе автокомпонентов.

Фактически сейчас в России образовался избыток площадей для инвестиций в производство и в частности в автомобильную отрасль. Такая ситуация привела к конкуренции за инвесторов. Учитывая, что индустриальные парки реализуются руководством региона, а также предмет исследования данной работы, конкуренцию надо рассматривать не только между тремя крупными кластерами, но и между регионами внутри них.

Сейчас в Приволжском федеральном округе действует несколько крупных автомобильных заводов, основные из них приведены в Таблице 1.

К этому списку также можно добавить несколько более мелких предприятий, а также целый ряд компаний, занимающихся производством спецтехники, установкой кузовов и надстроек. На основании приведенных данных, можно судить о том, что внутри большого Приволжского автомобильного кластера, существуют как минимум три более мелких, в Самарской области, Татарстане и Нижегородской области.

Основной проблемой инвестиционных площадок в Самарской области (ОЭЗ Тольятти и индустриальный парк Преображенка) стало их позднее открытие. Как можно видеть в приложении особая экономическая зона в Тольятти начала строиться только в 2010 году в качестве антикризисной меры и решения проблемы моногорода. Площадки в Липецкой области и Татарстане были запущены на 5 лет раньше, в период значительного роста российского автомобильного рынка. Как результат — их успешное функционирование в настоящее время, значительный объем освоенных инвестиций, большое число созданных рабочих мест, наличие «якорных» резидентов. Аналогичную ситуацию можно наблюдать и среди индустриальных парков, тут необходимо отметить отдельно успехи Калужской области. В регионе сейчас работают заводы таких автомобильных марок как Peugeot-Citroen, Mitsubishi, Volkswagen, Volvo Trucks и Renault Trucks. Самарский регион также все эти годы привлекал иностранные компании, но в сфере производства автокомпонентов. На данный момент в Тольятти на общих условиях и по соглашению о промборке работает целый ряд иностранных производителей и совместных предприятий с иностранным участием (Таблица 2).

Как можно увидеть из приведенной таблицы, часть компаний начала свою деятельность в Тольятти уже после начала работы над ОЭЗ «Тольятти».

На территории инвестиционных площадок в Самарской области сейчас нет автосборочных предприятий, которые могли бы стать якорными резидентами и основой для дальнейшего развития ОЭЗ и индустриального парка. Учитывая наличие условий для организации производства, как в Татарстане, так и в Нижнем Новгороде, поставщикам, заинтересованным в сотрудничестве с Ford-Sollers или ГАЗом, выгоднее запустить завод ближе к потреби-



Таблица 1

## Основные автосборочные предприятия ПФО

Название	Регион	Город	Собираемые модели
Ford Sollers	Республика Татарстан	Елабуга	Ford Transit, Ford Tourneo Custom, Ford Transit Custom, Ford S-MAX, Ford Galaxy, Ford Explorer, Ford Kuga
Ford Sollers	Республика Татарстан	Набережные Челны	Ford EcoSport
КАМАЗ	Республика Татарстан	Набережные Челны	Вся модельная линейка КАМАЗ
МБ Тракс Восток	Республика Татарстан	Набережные Челны	Mercedes-Benz Actros, Mercedes-Benz Axor
ФУЗО КАМАЗ ТраксРус	Республика Татарстан	Набережные Челны	Mitsubishi Fuso CANTER
АВТОВАЗ	Самарская область	Тольятти	Вся модельная линейка Lada, Renault Logan, Renault Sandero, Nissan Almera
GM-AVTOVAZ	Самарская область	Тольятти	Chevrolet Niva
ИжАвто	Удмуртская Республика	Ижевск	Lada Granta, Nissan Sentra, Nissan Tiida
УАЗ	Ульяновская область	Ульяновск	Вся модельная линейка УАЗ, Isuzu Elf, Isuzu Forward, Isuzu Giga
ГАЗ	Нижегородская область	Нижний Новгород	Газель, Соболь, Валдай, Gazelle Next, Gazon Next, контрактная сборка: Mercedes-Benz Sprinter, Mercedes-Benz Sprinter Classic, Škoda Yeti, Škoda Octavia, Volkswagen Jetta, Chevrolet Aveo

телю. Самарская область интересна в первую очередь поставщикам АВТОВАЗа.

Начавшееся в 2014 году сокращение российского автомобильного рынка также негативно сказывается на перспективах инвестиционных площадок Самарской области. По данным Ассоциации Европейского Бизнеса (АЕБ) в 2014 году продажи легковых и легких коммерческих автомобилей в России снизились на 10,3% [6]. А по итогам 2015 года — на 35,7% [7]. Стоит отметить, что в первой половине прошлого года участники рынка ожидали снижения продаж на 40–50%, этого удалось избежать благодаря мерам государственной поддержки (утилизация, trade-in, льготное кредитование и лизинг). Рост курсов валют вынудил производителей поднять цены на новые автомобили, что вызвало на рынке ажиотаж в конце 2014 года и полное затишье в начале 2015. В сложившейся ситуации в выигрыше оказываются компании с высокой степенью локализации производства, поскольку на продукцию имеющую высокую долю рублевых затрат в себестоимости легче удержать цену.

На рынке можно наблюдать структурные изменения, о практически полном уходе с российского рынка заявил концерн GM. Продажи Opel в нашей стране прекратились, представленными остались премиальные модели Chevrolet и марка Cadillac. По последней информации производство новой Chevrolet Niva, завод кузовов для которой строиться в ОЭЗ Тольятти будет запущенно. Стоит отметить, что уровень локализации на заводе GM

в Санкт-Петербурге составлял около 20%, а цены на продукцию компании в 2014 году выросли почти на 60%.

Другой концерн — PSA Peugeot Citroën, уровень локализации на калужском заводе которого составляет 35% напротив заявил о намерении увеличить этот показатель до 50%. У компании имеется 185 деталей и узлов, которые им хотелось бы локализовать в нашей стране. При этом для 100 из них локальные поставщики пока не найдены. [8] Однако и в этом случае логичнее будет ожидать запуск новых производств в Калужской области, ближе к заводу ПСМА, в Самарском регионе это хорошая возможность для уже действующих компаний.

Таким образом, в настоящее время для резидентов ОЭЗ «Тольятти» и индустриального парка «Перображенка» основными потребителями в сфере автомобильной промышленности смогут стать только АВТОВАЗ и GM-AVTOVAZ. АВТОВАЗ в настоящее время полностью включился в систему мирового автопрома, здесь собирается продукция под четырьмя брендами: Lada, Renault, Nissan и Datsun. Помимо сборки автомобилей альянса у завода большие планы по обновлению собственной модельной линейки. Что касается совместного предприятия с GM, учитывая, что следующее поколение Chevrolet Niva является полностью новым автомобилем, существует большой задел по привлечению новых поставщиков.

Для успешного развития инвестиционных площадок в Самарской области потребуются более активные действия со стороны региональных властей. В зависимости от отрасли



Таблица 2

Компании производители автомобильных компонентов с иностранным участием  
работающие на территории г. Тольятти

Название	Год основания	Направление деятельности
АНВИС Рус	2009	Антивибрационные компоненты
Аутолив	н/д	Автомобильные системы безопасности
Брозе Руссланд	2012	Электромеханические системы и электропривода
CIMOS-ZKS	2009	Блок педалей и стояночный тормоз
Форесия-Металлопродукция Икзост Системс	2010	Системы выхлопа
Федерал-Могул ПауэрТрейн Восток	н/д	Детали цилиндропоршневой группы
Гестамп Тольятти	2011	Штампованные компоненты
Халла Вистеон Рус	2013	Системы отопления, вентиляции и кондиционирования
ДСК Пластик Омниум Инержи	2011	Топливные баки
Эберспехер-Автовазгрегат Выхлопные Системы	2010	Выхлопные системы
Джонсон Контролз Аутомотив	н/д	Сиденья
Мефро Уилз Руссия Завод Тольятти	2012	Колесные диски
Теннеко Аутомотив Волга	2003	Выхлопные системы
Ти Ай Аутомотив	2013	Топливные системы
Валео Сервис Россия	2013	Климатические системы
Дайформ	н/д	Топливопроводы

их можно разделить на три направления: автомобильная промышленность, крупный бизнес, малый и средний бизнес.

В рамках первого направления основной задачей должно стать привлечение в Самарскую область новых автопроизводителей. Такими, например, могут стать китайские компании, не имеющие собственных производств у нас в стране. В настоящее время Lifan планирует запустить производство в 2017 году в Липецкой области, а в Тульской области строиться завод Great Wall. Также в рамках этого направления необходимо тесное взаимодействие с АВТОВАЗом. Все переговоры по привлечению новых поставщиков на завод должны проходить при поддержке администрации ОЭЗ и руководства области.

Для развития направления крупного бизнеса необходимо помимо работы по привлечению в регион новых инвесторов наладить коммуникацию с существующими крупными предприятиями. Компании, планирующие расширение производства вполне могут организовать его на территории ОЭЗ или промышленных парков Самарской области.

Малому и среднему бизнесу в текущем виде инвестиционные площадки недоступны из-за высокого входного барьера. Для работы таких компаний, возможно, создать модульные производственные, складские и офисные помещения, которые будут предоставляться в аренду. Это позволит снизить для компаний капитальные затраты и существенно сократить сроки запуска производства, а также даст возможность работать предприятиям различных масштабов.

И, безусловно, в качестве надстройки над этим всем должна быть организована система по привлечению и коммуникации с потенциальными и действующими инвесторами. Без работы по продвижению инвестиционных площадок и получения обратной связи от резидентов для постоянного улучшения работы в текущих условиях обеспечить развитие и диверсификацию промышленности и экономики области будет практически невозможно.

Текущий кризис, при всех негативных эффектах дает хорошую базу для развития промышленного производства. Для многих компаний, не только из автомобильной отрасли, наша страна является одним из приоритетных рынков сбыта. Одним из инструментов, позволяющим получить конкурентные преимущества в России и снизить зависимость от колебания валютных курсов является локализация производства внутри страны. В этом же заинтересованно руководство страны, выбравшее курс на импортозамещение. По опыту стимулирующих программ, реализуемых на автомобильном рынке (утилизация и льготное кредитование), можно судить о том, что в качестве «отечественных» производителей рассматриваются все компании, в том числе и иностранные, имеющие производство в России. Падение курса рубля способно простимулировать развитие и экспорта промышленной продукции из нашей страны, причем не только в страны ЕАЭС и СНГ, но и Европу. Грамотно используя эти возможности, при наличии долгосрочных планов развития, будет возможно обеспечить экономическое благополучие Самарского региона.

Приложение А.  
Анализ деятельности отдельных особых экономических зон на основании данных открытых источников по состоянию на конец 2015 года

Название	Площадь	Кол-во резидентов	Действ. пр-ва	Пр-ва автомобильной отрасли	Год основ.	Залпан. гос. инвест. и (млрд. руб)	Оущ. гос. инвест. (млрд. руб)	Объем закон-трактов. инвест. (млрд. руб)	Объем осущ. инвест. (млрд. руб)	Кол-во созд. рабочих мест
Алабуга	4000 га.	45	22	8	2005	25	23	118,9	86,9	5346
Липецк	1024 га.	41	15	4	2005	17,8	7,6	131,7	29,5	2898
Тольятти	660 га.	16	5	12	2010	7,2	1,6	18,5	3,5	465
Калуга	1042 га.	4	-	-	2012	2,6	н/д	20,7	н/д	н/д

Приложение Б.  
Анализ деятельности отдельных промышленных парков на основании данных открытых источников по состоянию на конец 2015 года

Название	Площадь	Кол-во резидентов	Действующие пр-ва	Пр-ва автомобильной отрасли	Год основания
Преображенка (Самарская обл.)	170 га.	5	2	1	2013
КИП Мастер (Республика Татарстан)	64,3 га.	254	н/д	66	2004
Грабцево (Калужская область)	649 га.	14	12	9	2009
Калуга-Юг (Калужская область)	145 га.	12	6	4	2009
Заволжье (Ульяновская область)	706,2 га.	17	7	4	2008

*Литература:*

1. Вазьянский, А. М. Локализация производства как одно из условий развития социально-экономических систем [Электронный Ресурс]/А. М. Вазьянский // Клуб субъектов инновационного и технологического развития России — Режим доступа: [http://innclub.info/wp-content/uploads/2011/08/Вазьянский\\_конк\\_рег\\_д\\_ИТР.doc](http://innclub.info/wp-content/uploads/2011/08/Вазьянский_конк_рег_д_ИТР.doc) (Дата обращения: 20.12.2015)
2. Ruis, M. The Anatomy of Special Economic Zones [Электронный Ресурс]/M. Ruis // Colloquial — Режим доступа: <http://www.clql.com/wp-content/uploads/SpecialEconomicZones.pdf> (Дата обращения: 20.12.2015)
3. Громова, А. С. Оценка эффективности функционирования особых экономических зон в Российской Федерации [Текст]/А. С. Громова, С. В. Кускова // Вестник науки Сибири. — 2014. — № 3 (9). — с. 132–139.
4. Дегтярева, И. В. Эффективность функционирования особых экономических зон: международный и российский подходы [Текст]/И. В. Дегтярева, М. Ю. Неучева // Региональная экономика.
5. Целикова, С. Автомобильные кластеры в России с 2008 по 2014 год [Электронный Ресурс]/С. Целикова // Автостат — Режим доступа: <http://www.autostat.ru/news/view/18829/> (Дата обращения: 20.12.2015)
6. Продажи легковых и легких коммерческих автомобилей в России в декабре 2014 г. [Электронный Ресурс] // Ассоциация Европейского Бизнеса — Режим доступа: [http://www.aebrus.ru/upload/iblock/514/rus\\_car-sales-in-december-2014.pdf](http://www.aebrus.ru/upload/iblock/514/rus_car-sales-in-december-2014.pdf) (Дата обращения: 20.12.2015)
7. Продажи легковых и легких коммерческих автомобилей в России в декабре 2015 г. [Электронный Ресурс] // Ассоциация Европейского Бизнеса — Режим доступа: [http://www.aebrus.ru/upload/iblock/4ba/rus\\_car-sales-in-december-2015.pdf](http://www.aebrus.ru/upload/iblock/4ba/rus_car-sales-in-december-2015.pdf) (Дата обращения: 20.01.2016)
8. Лобода, В. «Peugeot-Citroen» к 2016 году хочет повысить уровень локализации до 50 % [Электронный Ресурс]/Лобода, В. // Автостат — Режим доступа: <http://www.autostat.ru/news/view/20480/> (Дата обращения: 20.12.2015)

## Государственная поддержка малого предпринимательства в Евразийском экономическом союзе (на примере Российской Федерации и Республики Казахстан)

Пименова Виктория Викторовна, магистрант  
Санкт-Петербургский государственный университет

*В статье рассмотрено текущее состояние малого бизнеса в Российской Федерации и Республике Казахстан, его функции в социально-экономическом развитии страны, методы государственного регулирования и поддержки, а также теоретические разработки ведущих экономистов о роли малого бизнеса в экономическом росте государства и наиболее эффективных способах его развития.*

**Ключевые слова:** малый бизнес, импортозамещение, государственное регулирование, инновационная экономика, гибкость экономики, субсидии, Российская Федерация, Республика Казахстан, ЕАЭС, экономический рост.

Малый бизнес является базисом экономического развития любого государства с рыночной экономической системой. Малый и средний бизнес выполняет множество функций: стимулирует экономическое развитие страны, обеспечивает занятость значительной части населения, а также способствует созданию благоприятных социальных и экономических условий среды.

Учитывая создания ЕАЭС, то развития малого бизнеса стран, входящих в это объединение, может иметь взаимные положительные воздействия на экономики стран-членов (на данный момент в ЕАЭС входят Россия, Казахстан, Белоруссия, Армения, Киргизия).

Согласно федеральному закону в Российской Федерации на данный момент действительна следующая классификация предприятий [6]:

- 0–15 человек, оборот предприятия до 60 млн. руб. — микропредприятие;
- 16–100, оборот предприятия до 400 млн. руб. — малое предприятие;
- 101–250, оборот предприятия до 1 млрд. руб. — среднее предприятие.

Несмотря на широкий спектр государственных мер — имеют место отрицательные тенденции. Количество малых предприятий в последнее года сокращается, насе-

ление не реализует свой предпринимательский потенциал, и зачастую не доверяет подобным фирмам. На данный момент доля малого и среднего предпринимательства вносит незначительный вклад в экономику как России, так и Казахстана. И если посмотреть на успешный опыт развитых стран, то там доля субъектов малого предпринимательства превышает 50 % (например, в Японии и США).

Согласно данным на 1 января 2014 года в Российской Федерации действует 5,6 млн. субъектов малого и среднего предпринимательства, что обеспечивает 25 % занятости по стране [14]. На данный момент в России действует 5,5 млн. предприятий, которые относятся к сектору малого предпринимательства.

Также к негативным тенденциям, характеризующим ситуацию с малым бизнесом, можно отнести развитие нелегальной занятости и теневой экономики, неравномерность распределения субъектов предпринимательства на территории Российской Федерации, а также слабый инновационный потенциал российских компаний.

В Казахстане ситуация еще менее благоприятная. На территории Казахстана зарегистрировано 840 тыс. предприятий-субъектов малого предпринимательства. Малое и среднее предпринимательство составляет всего около 20 % от общего ВВП страны [10]. Тем не менее, в Республике Казахстан также уделяется внимание развитию малого предпринимательства, ключевые задачи которого изложены в документе «Стратегия «Казахстан 2050»». Также в 2014 году, президентом Казахстана, Нурсултаном Назарбаевым, поставлена задача увеличить долю товаров и услуг, произведенных малым и средним бизнесом, в структуре ВВП Казахстана до 50 %. Отдельное внимание в этой политике уделено предоставлению финансирования и развитию предпринимательской активности населения [15].

В России принимается широкий спектр мер на поддержание малого бизнеса, особенно это актуально в современных неблагоприятных экономических реалиях и политике импортозамещения. Поддержка малого бизнеса регулируется ФЗ-209 и рядом других нормативно-правовых актов. Существуют государственные программы поддержки, а также программы регионального уровня. Стоит отметить, что субъекты малого предпринимательства распределены по территории очень не равномерно, с большой концентрацией в центральном регионе. В некоторых российских регионах малый бизнес практически не развит. Наиболее популярные меры поддержки малого бизнеса включают выделение льготных кредитов, субсидий, льготное налогообложение, создание бизнес-инкубаторов. Однако, в 2016 значительно сокращены средства на поддержку малого бизнеса с 17 млрд. руб. 2015 года, до 11 млрд. руб.

Так как поставлена задача расширить до 2030 года долю составляющей ВВП, получаемой от малого предпринимательства, до 45 % (на данный момент это 21 %), то необходимо создание новых эффективных мер поддержки.

В Республике Казахстан используются аналогичные меры. Всесторонняя поддержка малого бизнеса объявлена

приоритетным направлением экономической политики Казахстана [4]. Среди новых мер, в 2015 году, по указу президента Казахстана, был наложен мораторий на плановые проверки субъектов малого предпринимательства; согласно словам президента, что в случае если предприниматель, владеющий малым бизнесом, выполняет все требования законодательства, органы проверки не должны приходить к нему вообще.

Для эффективного решения этого вопроса необходимо рассмотреть значение и роль малого бизнеса с точки зрения наиболее известных теоретиков.

О значении именно малых предприятий исследователи задумались в середине прошлого века. Одним из первых такие исследователей был Дэвид Бери, который увидел в них новый драйвер, который пришел на замену прежним крупным предприятиям. Ученый отметил, что данная тенденция — пример глубокой трансформации, которая происходит раз в 150–200 лет.

Арнольд Купер, лауреат Нобелевской премии по экономике 1997 г., отметил, в свою очередь, что основными носителями экономического роста выступают малые фирмы. Проанализировав опыт США, Арнольд Купер пришел к выводу, что именно небольшим компаниям принадлежит большая доля инновационных разработок, несмотря на то что расходы крупных и малых фирм на научно-технические разработки несопоставимы, результативность последних куда более высока. По мнению Арнольда Купера, факторы производства определяются квалификацией персонала, отношением технического персонала к своей деятельности и скоростью коммуникации и координации в организации. Очевидно, что данные факторы производства характерны скорее для небольшой компании. Не менее важным преимуществом малых предприятий является их гибкость, в результате чего и вся экономика становится более гибкой. Это особенно важно, если обратить внимание на политическую и экономическую обстановку стран ЕАЭС, и в частности Российскую Федерацию.

Серьезный вклад в разработке данной проблематики внесли также исследователи Золтан Аке и Дэвид Одрети. Они обратили внимание на возникновение мини-заводов в сталелитейной отрасли промышленности. В результате они пришли к выводу, что подобные предприятия выступают в роли агентов изменений, что положительно сказывается на экономическом развитии. Однако, данная тенденция не является универсальной, и характерна лишь для некоторых отраслей. В других отраслях эффективно себя зарекомендовали крупные предприятия, и они являются источником инноваций в своей отрасли.

Уильям Баумол изучал взаимодополняемость инновационной активности малых и крупных предприятий. В результате он утверждал, что инновационная политика должна быть направлена на сбалансированное развитие как малых, так и крупных компаний. Также Уильям Баумол подчеркивал значительную роль университетов [16].

Малый и средний бизнес выполняют множество как социальных, так и экономических функций (обеспечение за-

нятости населения, развитие человеческого капитала, развитие производства, инновационное развитие экономики, обеспечение рынка качественными товарами и услугами).

Для России и Казахстана характерен относительно низкий уровень развития малого и среднего бизнеса, и неблагоприятные условия внешней среды. Из этого следует, что малый и средний бизнес особенно сильно нуждаются в государственной поддержке и государственном регулировании.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что меры, принимаемые правительствами стран ЕАЭС (на примере рассмотрения России и Казахстана), только пассивно влияют на развитие малого предпринимательства. Вливание финансовых средств и льготное налогообложение может помочь развитию предприятия, но мало эффективны к созданию новых. Необходимо создать хорошую, во всех отношениях, инфраструктуру, создать в сознании граждан доверие к органам власти, развивать в молодежи предпринимательские способности. Также необходимо продолжать работу по снижению финансовых, и особенно административных барьеров, которые значи-

тельно тормозят развитие сектора малого предпринимательства.

В заключение необходимо отметить, что именно развитие малого предпринимательства позволит достичь экономического роста и благополучия, перейти от сырьевого типа экономики к инновационному, обеспечить высокий уровень занятости, а также создать среду для развития человеческого капитала. Помимо этого, это может обеспечить развитие перспективных экономических отношений в рамках ЕАЭС, и производить свои отечественные, которые будут конкурентоспособны, и тем самым избежать заполнения рынка стран ЕАЭС дешевыми, некачественными китайскими товарами (такая угроза существует, так как в Киргизии рынок перенасыщен ими, а режим свободной беспощинной торговли с другими странами обеспечивает их свободное передвижение). Также малый бизнес за счет обеспечения гибкости экономики может, с одной стороны, обеспечить развитие отношения с другими нашими потенциальными партнерами, с другой стороны минимизировать негативное влияние, связанное с неблагоприятной внешней обстановкой.

#### Литература:

1. Административные барьеры на пути развития малого бизнеса/Е.В. Бессонова [и др.]; Рос. акад. нар. хоз-ва и гос. службы при Президенте РФ; отв. ред. Н.А. Волчкова. — М.: Дело, 2010. — 75 с.
2. Бессонов, И.С. Количественные характеристики малого бизнеса в России/И.С. Бессонов// Российское предпринимательство. — 2014. — № 19. — с. 4–12.
3. Буров, В.Ю. Основы предпринимательства: учеб. Пособие/В.Ю. Буров. — Чита.: ..., 2011. — 441 с.
4. Джакупов, К.К. Приоритеты новой экономической политики Казахстана «НурлыЖол» в условиях Евразийского экономического союза/К.К. Джакупов// Евразийский международный научно-аналитический журнал. — 2015. — № 3.-С. 10–12.
5. Доклад о мерах поддержки малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации. М.: Кремль, — 2015. — 82 с. URL: <http://smb.gov.ru/statistics/navy/analytic/?q=%D0%B4%D0%BE%D0%BA%D0%BB%D0%B0%D0%B4>
6. Закон Российской Федерации от 22.07.2007 г. № 209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в РФ», URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_52144/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_52144/)
7. Институциональный анализ и экономика России/под ред. В.Т. Рязанова, — М.: Экономика, — 2012. — 495 с.
8. Кондраков, Н.П. Основы малого и среднего предпринимательства/Н.П. Кондраков, И.Н. Кондраков. — М.: Инфра-М, — 2014. — 448 с.
9. Концепция долгосрочного развития Российской Федерации-2020, URL: <http://economy.gov.ru/minrec/activity/sections/strategicPlanning/concept/>
10. Кулбарытов, Н.Н. Факторный анализ текущего состояния бизнес-климата в регионах Казахстана/Н.Н. Кулбарытов// Евразийский международный научно-аналитический журнал. — 2014. — № 4. — с. 322–326.
11. Малый бизнес/В.Я. Горфинкель [и др.]; под ред. В.Я. Горфинкеля. -М.: Кнорус, 2014. — 495 с.
12. Пахомова, Н.В. Экономика отраслевых рынков и политика государства/Н.В. Пахомова, К.К. Рихтер. — М.: Экономика, — 2009. — 815 с.
13. Переходько, М. Развитие инновационной деятельности малых предприятий на современном этапе/М. Переходько// Аналитический журнал РИСК. — 2014.-III. — с. 80–82.
14. Статистический сборник: малое и среднее предпринимательство в России.—2014 URL: [http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat\\_main/rosstat/ru/statistics/publications/catalog/doc\\_1139841601359](http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/publications/catalog/doc_1139841601359)
15. Стратегия «Казахстан-2050», URL: <http://www.kazembassy.ru/ru/presssluzhba/allnews/5-politika/5774-visgo-slic124>
16. Чепурейко, А.Ю. Современные классики теории предпринимательства. Лауреаты Международной премии за вклад в исследования предпринимательства и малого бизнеса/А.Ю. Чепурейко, — М.: Издательский дом Высшей школы экономики, — 2013. — 526 с.



## Взаимодействие валютных курсов и уровня экономического развития

Саркисова Роксана Абеловна, студент

Саратовский социально-экономический институт (филиал) Российского экономического университета имени Г.В. Плеханова

*Данная работа посвящена исследованию взаимосвязи валютного курса и экономического развития. Цель: анализ факторов, влияющих на валюту и уровень экономического развития в России.*

**Ключевые слова:** валютный курс, инфляция, экономический рост, санкции.

Курс национальной валюты играет важную роль в экономике страны. Его изменения оказывают влияние на все сферы общественной жизни. Экономический рост и цена на иностранную валюту тесно взаимосвязаны, так как все экономические показатели и валютные курсы взаимосвязаны.

Валютные котировки находятся в постоянном движении, которое обусловлено влиянием ряда факторов. Валютные курсы и экономический рост взаимосвязаны и обусловлены рядом фактором. Все они могут быть разделены на четыре группы:

1) Финансовые факторы. К ним относятся ставка рефинансирования, а также уровень инфляции. Снижение ставки рефинансирования Центральным Банком приводит к тому, что возрастает количество потребительских кредитов, увеличивается количество средств, находящихся в обращении, и, как следствие, увеличивается потребление товаров и услуг в стране. Это повышает уровень жизни населения, но негативно сказывается на национальной валюте, так как предложение денег по более низкой цене ведет к обесцениванию национальной единицы по сравнению с иностранными валютами. Аналогично, при высокой ставке процента уменьшается потребление товаров и услуг, что приводит к снижению уровня жизни населения страны. Однако, такие изменения положительно влияют на стоимость национальной валюты, т. к. люди стремятся получить выгодный процент по своим вкладам в банки, сохраняя свои сбережения именно там. [1, с. 6] Так какой уровень процентной ставки является оптимальным? Ответ сложен и неоднозначен, до сих пор не существует единого ответа на этот вопрос. На мой взгляд, уровень ставки рефинансирования должен быть немного выше инфляционного уровня, дабы стимулировать рост национальной валюты при этом, не оказывая негативного воздействия на уровень жизни населения.

2) Общеэкономические факторы. К ним относятся такие показатели, как внутренний валовый продукт (ВВП), уровень занятости и безработицы в стране, доходность капитала, индекс потребительских цен, индекс промышленных цен, склонность к потреблению и сбережению, заработная плата и другие. Как эти факторы влияют на валюту — очевидно. Чем выше показатели факторов, которые положительно влияют на экономику страны (ВВП, уровень занятости, доходность капитала, заработанная плата и т. п.) и ниже показатели факторов, негативно влияющих на экономику (уровень безработицы, индексы промышленный

и потребительских цен и т. п.), тем выше стоимость денежной единицы. К данной группе также относятся сопредельные рынки, т. е. рынок государственных казначейских обязательств, нефтяной рынок и рынок драгоценных металлов. Чем выше цены на предлагаемые сопредельными рынками товары, тем выше стоимость национальных валют государств-экспортеров, работающих на данных рынках.

Как известно, экономический рост, выраженный через внутренний валовый продукт, представляет собой сумму нескольких слагаемых, а именно: потребительских расходов, инвестиций, государственных расходов и чистого экспорта (разницей между экспортом и импортом). Таким образом, чем выше каждый из данных слагаемых, тем выше ВВП, и, следовательно, выше уровень экономического роста. Так как экспорт и стоимость национальной валюты находятся в обратной зависимости, мы можем с уверенностью заявить, что чем слабее национальная валюта, тем выше уровень чистого экспорта и, соответственно, уровень ВВП. То есть, чем сильнее денежная единица государства, тем меньше чистый экспорт, который в свою очередь, оказывает негативное влияние на экономический рост в данном государстве.

3) Политические факторы. Очевидно, что при нестабильности в стране начинается колебание стоимости национальной денежной единицы. Войны, террористические акты, отношения с другими государствами, революции, народные движения внутри страны, выборы главы государства — все это оказывает влияние на валюту. В моменты неопределенности и политических конфликтов происходит девальвация.

4) Природные катаклизмы. В периоды природных бедствий и катастроф валютная единица страны может упасть до минимума. [2, с. 6]

Как всем известно, в период кризиса с декабря 2014 года по январь 2016 года рубль упал в 2,5 раза. Что вызвало такое сильное падение национальной валюты?

Во-первых, одной из наиболее важных причин падения рубля, является политический фактор, а именно санкции, введенные в отношении России иностранными государствами. Санкции были введены вследствие аннексии России на территорию Восточной Украины, а также введения Крыма в состав России. В ответ на санкции в России ввели «антисанкции». Принятые меры с обеих сторон заключаются, прежде всего, в запрете экономических отношений между странами. Таким образом, нарушились важные, как для России, так и для зарубежных государств,

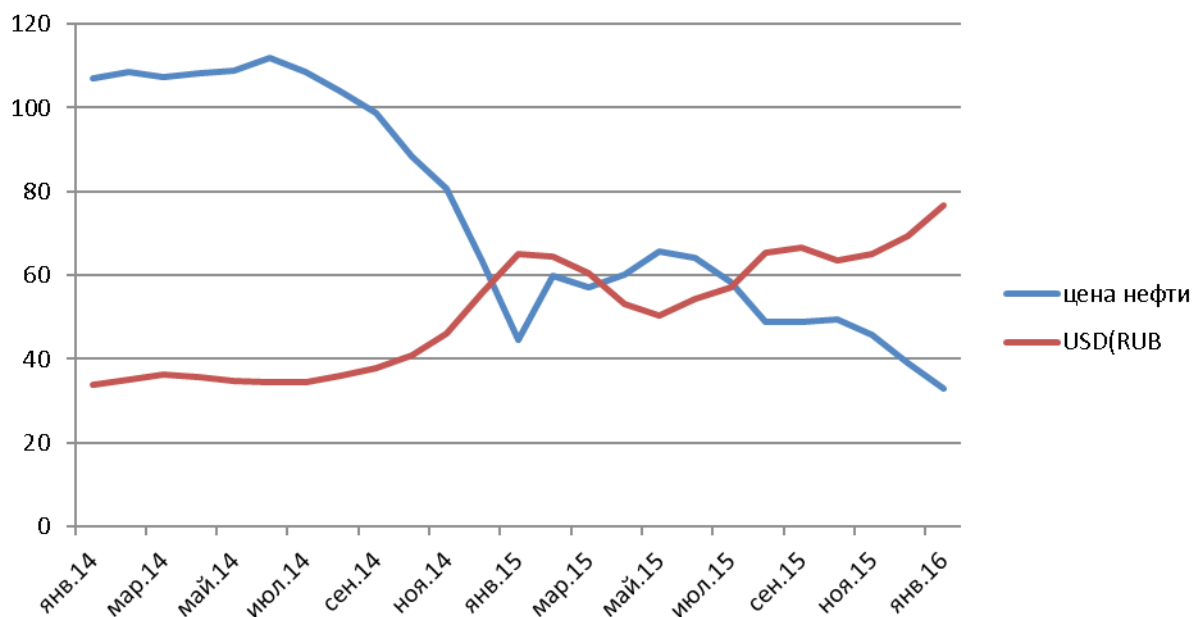


Рис. 1. Взаимодействие цен на нефть и доллар

внешнеторговые отношения. То есть мы видим связь политических и общеэкономических факторов. В 2014 году экспорт снизился на 6%, а за январь-июль 2015 г. — экспорт России упал на 30,6% по сравнению с соответствующим периодом 2014 г.

Стоимость рубля зависит от цены нефти за баррель, так как экспорт нефти составляет наиболее прибыльную часть бюджета РФ. В настоящее время Министерство финансов делает все возможное, чтобы изменить уровень привязанности экономики страны к стоимости нефти. На рисунке 1 видно, что цена за баррель и цена на доллар обратно пропорциональны: чем ниже цена на нефть за баррель, тем выше стоимость доллара.

Безработица в нашей стране возрастает. В 2014 г. она увеличилась на 5,6%, а в 2015 г., по предварительным данным, — на 5,4%. При этом, уровень реальной заработной платы в 2014 году увеличился всего на 1,4%, а в 2015 — сократился на 7% (по предварительным данным).

Стабильность национальной валюты напрямую влияет на уровень внешних и внутренних инвестиций в данной стране. Для того, чтобы экономика развивалась, нужны высокие инвестиции. Чтобы их привлечь, необходимы: благоприятная политическая обстановка, прозрачное ведение бизнеса, стабильность национальной денежной единицы. Если государство желает привлечь инвесторов, необходимо контролировать курс национальной валюты. В обратной ситуации очень велики риски оттока капитала. При нестабильности в экономике многие инвесторы (в частности те, кто вкладывает деньги в ценные бумаги), стараются скорее избавиться от своих инвестиций.

Отток капитала из России составил более 150 млрд. долларов США по оценкам Банка России в 2014 году

и более 80 млрд. — в 2015 году. По прогнозам специалистов, оттоки капитала в 2016 г. составят примерно 55 млрд. долларов.

Девальвация курса национальной валюты оказывает прямое негативное влияние на уровень инфляции в стране. Чем слабее валюта, тем выше инфляция. Это обусловлено влиянием, в большей степени, импортной инфляции (как нам известно, импорт и уровень национальной валюты находятся в прямой взаимозависимости). Также инфляция обусловлена тем, что уровень заработной платы и других выплат не индексируется в соответствии с изменениями в экономике, и реальный доход людей становится ниже.

Уровень инфляции в стране возрастает. Россия перешла на стадию галопирующей инфляции. В 2014 г. уровень инфляции составил 11,6%, в 2015 году — 12,71%. В таблице 1 приведены данные об уровне месячной и годовой инфляции в России за 2014–2015 гг.

Прогнозы Правительства РФ на экономическое положение в 2016 году являются оптимистичными: экономика стабилизируется к концу 2016, и рост ВВП составит 2,3%. Однако, эксперты предполагают, что Россия будет находиться в состоянии кризиса на протяжении всего 2016 г.

До недавнего времени Министерство финансов высказывало мнение, что «кризис миновал, и России пора привыкать жить в новых условиях». Однако, после очередного падения цен на нефть в январе 2016 г. позиция министерства изменилась, и было выдвинуто новое предположение, согласно которому кризис в России отступит к 2018 году. Проект бюджета-2016 был составлен исходя из предположения, что цена нефти составит 50 долларов США за баррель, а среднегодовой курс за доллар составит 63,3 рубля за доллар. Хотя, по словам А.Г. Си-

Таблица 1

## Индексы потребительских цен 2014–2015 гг., %

	2014	2015
<b>К концу предыдущего месяца</b>		
Январь	100,6	103,85
Февраль	100,7	102,22
Март	101,0	101,21
Апрель	100,9	100,46
Май	100,9	100,35
Июнь	100,6	100,19
Июль	100,5	100,80
Август	100,2	100,35
Сентябрь	100,7	100,57
Октябрь	100,8	100,74
Ноябрь	101,3	100,75
Декабрь	102,6	100,77
<b>К декабрю предыдущего года</b>		
Декабрь	106,5	112,71

луанова в первой половине 2016 г. не стоит ожидать цены на нефть выше \$ 40. Прогнозируемый уровень инфляции в первой половине 2016 г. будет находиться на уровне 6 %, а инфляция за весь 2016 г. по оптимистичным прогнозам может составить 4 %. Согласно составленному проекту дефицит бюджета составит 2 трлн. 360,2 млрд. рублей, или 3 % ВВП. Резервный фонд 2015 г. будет по большей части израсходован на покрытие бюджетного дефицита в 2016 г. При этом, по словам А. Г. Силуанов и Т. Г. Нестеренко, если цены на нефть и валютный курс будут ниже запланированного уровня, резервный фонд может быть полностью израсходован в 2018 г. [3, с. 6]

Мнения экспертов менее оптимистичны: рост ВВП в 2016 г. будет большим достижением для российской экономики, однако, возможно продолжение рецессии, но кризис может отступить в связи с тем, что к концу 2016 г. санкции,

принятые в отношении России будут отменены. По мнению многих экспертов, если цена на нефть опустится ниже 16 долларов за баррель, а цена доллара превысит 90 рублей, необходимо будет провести политику интервенции иностранной валюты. Необходимо заметить, что это последний шаг в процессе регулирования курса валюты.

Таким образом, основными факторами, препятствующими стабилизации экономики России, выступают:

- 1) Санкции;
- 2) Низкие цены на нефть;
- 3) Отток капитала;
- 4) Безработица.

Страна может выйти из кризиса, если будут предприняты серьезные структурные реформы, направленные на повышение эффективности использования бюджета и производительности труда.

*Литература:*

1. Клишин, А. И. Факторы, влияющие на изменение валютного курса / А. И. Клишин // Экономические науки. — 2014. — № 4. — с. 170–173.
2. Даражанов, А. В. Форекс. Учимся зарабатывать. / А. В. Даражанов [и др.]. — СПб.: Admiral Markets, 2009. — 206 с.
3. Бедняков, Павел. Силуанов: 2016 год может стать последним для Резервного фонда [Электронный ресурс] / П. Бедняков. — Электронные текстовые данные. — М.: ТАСС, 2015. Режим доступа: <http://tass.ru/ekonomika/2381242>, свободный.

## 6. ОРГАНИЗАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ ХОЗЯЙСТВОМ СТРАНЫ

### Система управления знаниями внутри компании

Зубарев Максим Геннадьевич, аспирант  
Волгоградский государственный университет

Необходимость повышения конкурентоспособности и инновационности малого и среднего бизнеса — одна из главных задач для экономики России. В таких странах как США, Канада, Япония, Финляндия и Швеция активно использует систему управления знаний в своих компаниях. Создаются департаменты, которые в свою очередь занимаются оценкой, накоплением, хранением и поиском информации. Данная об-

ласть хорошо зарекомендовала себя как инструмент, позволяющий увеличить продуктивность и конкурентоспособность компании. Целью опроса является понять отношение сотрудников Российских фирм к сфере управления знаниями.

В опросе участвовали 56 респондентов. Сотрудники компаний являются специалисты в области продаж, маркетинга, IT-технологий и менеджмента.

Список вопросов.

1 Знакомо ли Вам такое понятие, как "Управление знаниями"	▼
2 Есть ли в Вашей компании сотрудники, в обязанности которых входит сбор, обработка, классификация и распространения информации?	▼
3 Проводятся ли тренинги внутри компании?	▼
4 Считаете ли вы эффективным проведение тренингов?	▼
5 Известно ли в компании, куда обращаться за конкретной информацией?	▼
6 При возникновении трудностей в рабочем процессе, к какому источнику вы обращаетесь за помощью в первую очередь?	▼
7 Какие электронные инструменты обмена знаниями имеются в компании?	▼
8 Часто ли Вам приходится обращаться к внешним источникам получения информации, в ходе рабочего процесса? (Например Интернет)	▼
9 Какой формат источника знаний для Вас является более авторитетным?	▼
10 Считаете ли Вы необходимым создание портала внутри компании для хранения и обмена знаниями среди сотрудников	▼
11 Часто ли сотрудники компании обращаются за помощью именно к Вам?	▼
12 Считаете ли Вы, что основная часть корпоративных знаний существует в неявной форме в виде знаний и опыта «в головах» сотрудников?	▼
13 Считаете ли Вы перспективными процессы управления знаниями в компании?	▼
14 По Вашему мнению, теряются ли знания при уходе ценного сотрудника из компании?	▼
15 При возникновении у Вас новой идеи по улучшению какого-либо процесса	▼
16 Существует ли в компании система поощрений за выдвижение новых идей?	▼

17 Влияет ли атмосфера внутри компании на отношение между сотрудниками, и на рабочий процесс в целом? ▾

18 Случалось ли, что Вы не делились знаниями с другими сотрудниками, для поддержания своего "статуса эксперта" ▾

Более 60 % респондентов сталкивались с таким понятием, как «Управление знаниями».

Опрос показал, что в 64 % случаях у компании существуют сотрудники, в обязанности которых входит сбор, обработка, классификация и распространения информации.

Более половины опрошенных выделили корпоративное обучение — как лучший способ повысить эффективность конкретного подразделения и организации в целом. У 48 % в компаниях тренинги не проводятся вовсе.

В ряде случаев, когда сотрудникам компании требуется помощь в получении конкретной информации им известно к кому обратиться. Так ответило 62 % опрошенных.

На вопрос «При возникновении трудностей в рабочем процессе, к какому источнику вы обращаетесь за помощью в первую очередь?» ответы распределились следующим образом:

- Сотрудники 55 %
- Интернет 25 %
- Вышестоящее руководство 20 %

В роли электронных инструментов в области обмена и накопления знаний в компании являются:

- Корпоративный портал 21,4 %
- Система электронного документооборота 46,4 %
- Корпоративная база знаний 10,7 %

В 21,4 % случаев такой инструмент отсутствует.

Сотрудникам компаний приходится обращаться к внешним источникам получения информации, в ходе рабочего процесса (например Internet) достаточно часто, а именно:

- Редко 16,1 %
- Часто 46,6 %
- Каждый день 28,6 %
- Обращаются только в редких исключениях 10,7 %

В качестве авторитетности источников знаний ответы распределились следующим образом:

- Форумы 26,8 %
- Блоги 17,9 %
- Wiki 23,2 %
- Соц. Сети 10,7 %
- Другое 21,4 %

Формат опроса предусматривает комментарии к ответу «Другое». Собственные ответы респондентов:

Официальные сайты. Сайты, специализирующиеся на конкретной тематике (интересующей меня в конкретный момент). Около половины ответов указали «Консультант плюс», как наиболее авторитетный источник.

На вопрос о необходимости создания портала внутри компании для хранения и обмена знаний 60,7 % считают необходимым, в 30,4 % случаев такой портал уже существует, остальные 8,9 % не считают это необходимостью.

Часто ли сотрудники компании обращаются за помощью именно к Вам?

- Часто 32,1 %
- Иногда 60,7 %
- Практически никогда 7,1 %

Исследования Майкла Полани<sup>1</sup> показывают то, что большинство знаний сотрудников существуют в неявной форме и являются интеллектуальным капиталом компании. На вопрос «Считаете ли Вы, что основная часть знаний скрыты и представлены опытно-стью сотрудников?» ответы показали следующие результаты:

- Да, я часто что-то делаю машинально 51,8 %
- Нет, я иногда обращаюсь за помощью 23,2 %
- Затрудняюсь ответить 21,4 %

Более половины опрошенных, а именно 64 % считают перспективными создание новых процессов в области управления знаниями компании.

35 % уверены, что при увольнении сотрудников знания не теряются, т.к. они передаются новому человеку, пришедшему на его место. 60 % считают что знания все-таки теряются, и 5 % в качестве своего ответа предполагают, что удостовериться в передаче знаний можно лишь, в тот момент когда новый сотрудник уже приступит к должностным обязанностям.

При возникновении новой бизнес-идеи в 62,5 % случаев этот вопрос обсуждается с коллегами, в 26,8 % — с руководством, 7,1 % — никак не обсуждается. Всего один опрошенный (что соответствует 1,8 %) ответил, что в компании существует отдел, отвечающий за новизну решений.

Как показал вопрос, связанный с новаторством идей, далеко не все компании согласны поощрять своих сотрудников за предложения, оптимизации процессов.

В 19,6 % сотрудники поощряются денежной премией.

1,8 % опрошенных показывает, что эффективным также являются разные способы нематериальной мотивации

Остальная доля 78,6 % считает подобную мотивацию бесполезной.

82,1 % опрошенных ответили, что положительное настроение коллектива благоприятно сказывается на отношении между сотрудниками, и на рабочий процесс в целом. 17,9 % считают, что каждый должен выполнять свою работу, независимо от настроения других.

<sup>1</sup> Майкл Полани. Автор понятия «Личностное знание»



На вопрос «Случалось ли, что Вы не делились знаниями с другими сотрудниками, для поддержания своего «статуса эксперта»» ответы распределились следующим образом:

- Я всегда делюсь тем, что знаю 82,1 %
- Пусть сотрудники сами находят ответы, это поможет им в дальнейшем 7,1 %
- Ко мне редко обращаются за советом 7,1 %

Опрос показывает, что наиболее распространенными инструментами управления знаниями являются специализированные сайты, форумы, Википедия. Что касается консультантов компании, обучающего персонала — их компании используют очень редко.

#### Литература:

1. Нестик Тимофей Александрович, ВШМБ РАНХиГС, Институт психологии РАН. «Модели управления знаниями в российских организациях: социально психологический анализ».

## Процесс кластеризации в мировой экономике

Скворцов Евгений Николаевич, аспирант

Мордовский государственный университет имени Н.П. Огарева

**В** управленческих кругах разного уровня широкое распространение получило мнение, что кластерная концепция — это в первую очередь новая управленческая технология, которая как повышает рейтинг штата (региона) или отрасли, так и страны в целом. Данное мнение подтверждается рядом исследований, которые выявили, что кластерные образования являются более конкурентоспособными, чем одиночно или дисперсно расположенные фирмы в схожих отраслях. Например, опрос 160 региональных кластеров, проведенный М. Энрайтом, выявил, что около 60 % кластеров являются мировыми или национальными лидерами и только чуть более 20 % — образованиями со слабой конкурентоспособностью [3, с. 8].

Кластеризацией уже охвачено более 60 % экономик ведущих стран, она выступает как новый вектор развития мировой экономической системы. Рост конкурентоспособности в результате внедрения кластерных инициатив становится ключевым инструментом долгосрочной стратегии развития развитых и развивающихся стран. Практически все кластерные инициативы, реализованные за последние десятилетия, показывают, что конкурентоспособность развитых стран (США, Западная Европа, Япония) заключается в ограниченном числе кластеров — «локомотивах экономики».

Большинство исследователей в качестве основных мотивов создания кластера рассматривают следующие аргументы:

- эффективное внедрение новых технологий;
- повышение инновационной активности в регионе;

Технологии в области накопления и обмена знаниями пока не получили широкого распространения в российских компаниях.

Руководители зачастую не знают о существующих техниках и приемах, применяемой в данной области, однако более существенным и труднопреодолимым барьером является «характерная для российских организаций недооценка значимости совместного опыта, привычка обращаться к его анализу лишь после серьезного провала, чрезвычайной ситуации или при наличии внешней угрозы [1]». Именно поэтому управление знаниями еще не стало общепринятым направлением деятельности в российских компаниях

- привлечение инвестиций (внешних) в экономику региона;
- подготовка квалифицированного персонала;
- создание новых рабочих мест;
- выход региональных производителей на межрегиональный и экспортный рынки.

В последние годы главным аргументом при создании кластеров являются повышение инновационной активности и эффективное применение результатов данной активности. Активное участие компаний кластера в процессе создания инноваций подтверждена многими статистическими исследованиями. Исследования, проведенные в ЕС показали, что роль кластеров в развитии инноваций достаточно велика. Как показала статистика 60 % кластерных компаний активно занимаются инновационной деятельностью (разработка новых продуктов или услуг), в сравнении с компаниями, которые не состоят в кластерах (лишь 40–45 %).

Специфика управления кластерами по сравнению с вертикально-интегрированными холдингами заключается в более гибкой системе управления. Управление кластерам осуществляется за счет косвенных связей, как правило, без прямого подчинения. Данная специфика управления усиливает инновационные процессы в кластерах и повышает активность его участников, что повышает конкурентоспособность кластера и его участников в частности.

Первым признанным инновационным кластером по праву считается «Кремниевая долина» (так же ис-

пользуется название «Силиконовая долина») которая располагается на территории штата Калифорния (США). Данная агломерация включает более 87 тысяч компаний и около 50 научно-исследовательских центров и университетов. По мимо этого на территории кластера действует более 200 венчурных фондов, более 800 коммерческих банков [4].

Показателен опыт Японии по формированию промышленных кластеров, еще в 1983 г. японским правительством была принята концепция развития технополисов. Реализация данной концепции показала, динамика экономического роста в пределах данных технополисов выше среднестатистических показателей. В начальной стадии реализации данной концепции по всей Японии было создано около 100 технопарков. По своей сути Технопарки стали точкой соприкосновения научно-исследовательских организаций и промышленных предприятий, в первую очередь в сфере коммерциализации инновационных разработок. Успешность данного взаимодействия так же объясняется активным участием государственных органов власти. На данной стадии был заложен фундамент будущих кластеров. На второй стадии с целью ускорения развития территорий (на которых базируются кластеры) были созданы специальные региональные центры, задачей которых является поиск и поддержка стратегически важных для региона проектов. Данные центры решают так же вопросы кооперации усилий в процессах создания инноваций (проведение исследований, обучение персонала, технический консалтинг). Центры занимаются организацией различных встреч (круглые столы) и конференций для участников кластера, в рамках которых решаются все вопросы, связанные с развитием кластеров. Для Японии характерны «Лучевые дистрикты» (по типологии Э. Маркузен), крупная компания является ядром кластера вокруг которой (в относительной территориальной близости) сосредоточено множество небольших компаний, осуществляющих субподряды.

В отличие от вертикально-интегрированных холдингов, небольшие компании кластера связаны с якорным предприятием контрактами на поставку товаров и услуг. Для примера можно рассмотреть кластер компании «Тойота» самого крупного производителя автомобилей в Японии. Данный кластер имеет развитую сеть из более 130 крупных поставщиков и около 36 тыс. небольших субподрядных компаний. [2, с. 147].

Следует отметить, что автомобильная промышленность, производителей при выпуске автомобилей затрагивает большой перечень отраслей. Автомобильная отрасль является индикатором состояния всей промышленности, так как она оказывает самый большой мультипликативный эффект на экономику стран. В связи с этим в регионах с высокой концентрацией компаний занятых производством или обслуживающих автомобильную промышленность возникают кластеры. С 2009 года на территории Евросоюза располагается более 30 автомобильных кла-

стеров. Глобализация мировой экономики привела с переносу производства товаров в страны с более дешевыми ресурсами (природные ресурсы, труд и т.д.). Данная тенденция привела к формированию новых автомобильных кластеров на территории стран Восточной Европы и стран Юго-Восточной Азии.

Для примера рассмотрим специфику формирования автомобильных кластеров в Западной Европе. В Австрии отправной точкой создания кластера послужила государственная программа развития кластеров. Данная программа была направлена на ликвидацию барьеров на пути инновационного процесса. Координаторами программы выступили Австрийский институт экономических исследований и Национальный исследовательский центр. Координаторы программы в рамках своей деятельности провели сбор информации о потенциальных кластерах, результатом анализа данной информации послужили рекомендации по созданию и развитию инновационных кластеров.

Программа развития кластеров имела достаточно распространенную форму (в сравнение с кластерными инициативами, реализуемыми в других странах), и состояла из следующих блоков: создание механизмов стимулирования создания инноваций; рост производительности на предприятиях; создание новых рабочих мест; изменение технических регламентов (приведение к мировым стандартам); консалтинг участников программы.

Учитывая многочисленный состав кластера, консолидацией его участников занимались две структуры Национальная консалтинговая компания Австрии и Австрийское деловое агентство. Данные структуры имеют разветвленную сеть филиалов по всей Австрии, что значительно упростило задачу по формированию кластеров.

Автомобильный кластер Штирии — объединение, включающее более 100 компаний автомобильной промышленности и около 200 компаний из смежных отраслей. Участники кластера охватывают весь технологический цикл от производства автомобилей и комплектующих до утилизации старых автомобилей. Продукция кластера обеспечивает более 50 автоконцернов по всему миру.

Интересно рассмотреть французский опыт формирования кластеров [1, с. 36]. В решении этой задачи французское правительство исходило из того факта, что малые и средние предприятия, сконцентрированные в определенных географических областях выпускают однородную продукцию и создают значительное количество рабочих мест (значительная доля населения локации занята на данных предприятиях). Объединения таких предприятий в форме кластеров делают их способными извлекать выгоду из совместной работы и избегать излишних расходов.

Во Франции насчитывается около 200 территориальных кластеров. На конкурсной основе выделено 60 кластеров, которым оказывается национальная поддержка. Согласно принятой в обществе точке зрения федеральное, региональное и местное правительства могут и должны создавать благоприятную среду для стабиль-

ного функционирования и развития кластеров. Государственная техническая политика, реализуемая в таких развивающихся странах, как Индия, Индонезия, Малайзия, Мексика и др., также направлена на объединение в кластеры малых и средних предприятий.

Так, в Индии действуют около 2000 кластеров, в их числе 388 — промышленных и 1657 кластеров, которые объединяют небольшие частные предприятия. Доля кластеров в экспорте Индии составляет более 60 %, при этом определенные кластеры являются монополистами в своих отраслях. Специфика размещения малых индийских компаний заключается в их концентрации вблизи крупных промышленных организаций, которые как правило находятся в крупных городских агломерациях (Бомбей, Дели, Калькута и т. д.). Ключевым фактором размещения в данном случае является значительные трудовые ресурсы — дешевая рабочая сила (высокая плотность населения в сочетании с низким уровнем жизни). В 15 самых крупных городских агломерациях Индии располагаются более 80 крупнейших кластеров, в состав которых входят более 25 тыс. предприятий, из числа которых 7 тыс. предприятий являются экспортерами. Индийские кластеры имеют различную специфику, как правило состав данных кластеров колеблется от 30 до 2000 участников. Индийское правительство при поддержке кластеров в отличие от правительства других стран руководствуется одним критерием. Если кластер является экспортно-ориентиро-

ванным, то его поддержка имеет высокий приоритет, если нет то приоритет низкий.

В противовес мировому опыту в России процессы кластеризации стали развиваться сравнительно недавно (с 2010 года). В промышленных регионах России создание инновационных промышленных кластеров является стратегической задачей. Наличие на территории данных районов потенциала в виде предприятий бывших территориально-производственных комплексов является уникальной компетенцией для успешного создания кластеров. Данные предприятия являются уже созданными крупными промышленными центрами со всей необходимой инфраструктурой, в ряде случаев они являются градообразующими предприятиями. В подобных моногородах более 80 % населения занято на данных предприятиях, создана уникальная инфраструктура, налажены долгосрочные кооперационные связи. Промышленные моногорода, большинство из которых стали наукоградами, являются центрами созданных (в период СССР) территориально-производственных систем. Предприятия данных систем объединяют производственные, технологические, организационные, административные и другие виды связей. Создание промышленных кластеров на базе бывших территориально-производственных комплексов это наиболее логичный (зарекомендовавший себя в западных странах) и эффективный подход к реализации региональных стратегий долгосрочного развития.

#### *Литература:*

1. Дранев, Я. Н. Кластерный подход к экономическому развитию территорий/Практика экономического развития территорий: опыт ЕС и России. М.: «Сканрус», 2001.
2. Ускова, Т. В., Барабанов А. С., Попова О. И., Иогман Л. Г., Ильин В. В. Производственные кластеры как инструмент повышения конкурентоспособности региона/Коллектив авторов под рук. Т. В. Усковой. — Вологда: Ин-т социально-экономического развития территорий РАН, 2010. — 246 с.
3. Enright, M. J. Survey on the Characterization of Regional Clusters: Initial Results. Working Paper, Institute of Economic Policy and Business Strategy: Competitiveness Program, University of Hong Kong, 2000. — 21 p.
4. Solvell, O., Lindqvist G., Ketels Ch. The Cluster Initiative Greenbook. The Competitiveness Institute/VINNOVA, Gothenburg, 2003.

## 7. ОТРАСЛЕВАЯ ЭКОНОМИКА

### Жизненный цикл машиностроительной продукции как один из факторов экономической эффективности

Водин Дмитрий Владимирович, магистрант

Научный руководитель: Соколов М.В., доктор технических наук, профессор

Тамбовский государственный технический университет

*Проанализировано понятие, сущность, основные стадии и методы продления жизненного цикла машиностроительной продукции и их влияние на экономическую эффективность.*

**Ключевые слова:** *жизненный цикл, машиностроительная продукция, экономическая эффективность, основные стадии жизненного цикла, конкуренция.*

Главным для машиностроительной продукции является её жизненный цикл. Это путь, который начинается с момента проектирования и производства, а заканчивается утилизацией. От длительности стадий жизненного цикла изделия зависит его экономическая эффективность. Главным для этого будет уменьшение сроков научно-технической подготовки производства и выполнения отдельных этапов. Анализирование этапов жизненного цикла способствует уменьшению издержек на доработку изделия и увеличению экономической эффективности.

**Жизненный цикл машиностроительной продукции** — это совокупность процессов, выполняемых от момента выявления потребностей общества в определенной продукции до момента удовлетворения этих потребностей и утилизации данного продукта. Жизненный цикл машиностроительной продукции — это период, в течение которого происходит производство этой продукции до момента ее замены, т.е. до начала выпуска новой модифицированной продукции. Жизненный цикл указывается в количестве полных лет. Когда продукция не подвергалась изменениям или модификации, указывается общая продолжительность с начала ее выпуска до отчетного периода. Машиностроительная продукция и её жизненный цикл играют важную роль в конкурентной борьбе предприятия за выживание на рынке. Жизненный цикл в природе и жизненный цикл в экономике различаются, хотя идут параллельно. Для любой продукции и машиностроительной продукции в целом характерны определенные стадии жизненного цикла. Анализ жизненного цикла продукта, является главным элементом выработки стратегии предприятия относительно производимой продукции [1]. Для отдельных видов продукции характерны различные по общей продолжительности и по соотношению фаз жизненные циклы. Выделяют следующие их основные характеристики:

— любой продукт или продукция имеет ограниченное время жизни на рынке;

— жизненный цикл продукта или продукция состоит из отдельных фаз, следующих одна за другой в определенном порядке;

— каждая фаза жизненного цикла продукции играет огромную роль в жизни и развитии предприятия.

Жизненный цикл промышленных изделий включает ряд этапов, начиная от зарождения идеи нового продукта до утилизации по окончании срока его использования.

К основным стадиям жизненного цикла относятся этапы проектирования, технологической подготовки производства (ТПП), собственно производства, реализации продукции, эксплуатации, ремонта и утилизации (в число этапов жизненного цикла могут также входить маркетинг, закупки материалов и комплектующих, предоставление услуг, упаковка и хранение, монтаж и ввод в эксплуатацию) [2].

**На этапе проектирования** выполняются проектные процедуры — формирование принципиального решения, разработка геометрических моделей и чертежей, расчеты, моделирование процессов, оптимизация и т.п. **На этапе подготовки производства** разрабатываются маршрутная и операционная технологии изготовления деталей, реализуемые в программах для станков ЧПУ; технология сборки и монтажа изделий; технология контроля и испытаний. **На этапе производства** осуществляются: календарное и оперативное планирование; приобретение материалов и комплектующих с их входным контролем; механообработки и другие требуемые виды обработки; контроль результатов обработки; сборка; испытания и итоговый контроль [3]. После производства выполняются следующие операции: консервация, упаковка, транспортировка, монтаж, эксплуатация, обслуживание, ремонт и утилизация. Выделяют следующие фазы жизненного цикла:

- выход продукции на рынок;
- рост;
- зрелость;

— уход с рынка.

Первая фаза выхода продукции на рынок характеризуется тем, что продукт новый и для него создается рынок и на это требуются большие затраты [4]. Нужно прикладывать усилия, чтобы бы продукция была воспринята на рынке и чтобы была достигнута точка безубыточности. На второй фазе жизненного цикла продукции осуществляется быстрое её расширение на рынке. Покупатель принимает продукцию, расширяются продажи, и появляется возможность получения прибыли для предприятия. На второй фазе спрос на продукт резко возрастает и у предприятия не должно возникать вопросов: делай прибыль, окупая затраты. Однако на этой фазе возникает ряд трудностей, которые связаны с тем, что конкуренты предлагают аналогичный продукт. Поэтому текущей задачей является привлечение интереса к продукции своей марки. На второй фазе идет конкурентная борьба за захват покупателей и борьба за долю предприятия на рынке [5].

Третья фаза жизненного цикла продукции называется фазой зрелости, которая характеризуется насыщением рынка данной продукции и стабилизация и снижение прибыли от реализации. Для данной фазы характерно усиление ценовой конкуренции, медленное снижение цен, способствующее снижению прибыльности продукции в конце фазы [6]. Четвертая фаза жизненного цикла продукции называется фазой ухода с рынка продукции. Спрос на продукцию падает и это приводит к падению её прибыльности. Предприятие сосредоточенно на том чтобы как наиболее выгодно или с наименьшими потерями снять продукцию с производства и увести с рынка [7]. Жизненный цикл продукции характеризуется периодом активных продаж от первого до последнего покупателя.

Международная организация по стандартизации выделяет одиннадцать этапов жизненного цикла продукции:

- 1) маркетинг, поиск и изучение рынка;
- 2) разработка технических требований и разработка продукции;
- 3) материально-техническое снабжение;
- 4) подготовка и разработка производственных процессов;
- 5) производство;
- 6) контроль, проведение испытаний;
- 7) упаковка и хранение;
- 8) реализация продукции;
- 9) монтаж и эксплуатация;
- 10) обслуживание и эксплуатация;
- 11) утилизация.

Основные методы, способствующие продлению жизненного цикла продукции:

- 1) эффективный маркетинг и красивая, качественная упаковка, выступающая в роли «немного продавца»;
- 2) объем вложений инвестиций в развитие и продвижение продукции на рынке;
- 3) наличие конкурентов и конкуренции на рынке: чем их меньше и они менее агрессивны на рынке, тем длиннее жизненный цикл;
- 4) качество маркетинговых исследований;
- 5) новизна и применение новейших технологий.

На кафедре «Компьютерно-интегрированные системы в машиностроении» ФГБОУ ВПО «ТГТУ» активно развивается следующее направление научной деятельности: получение и обработка композиционных материалов, выбор и создание новых интеллектуальных САПР-ТП, адаптация систем автоматизированного проектирования технологических процессов механической обработки и сборки.

#### Литература:

1. Водин, Д. В., Соколов, М. В., Однолько, В. Г. Снижение затрат на режущий инструмент как фактор повышения эффективности отрасли «машиностроение». Процессы глобальной экономики. Global economic processes: сб. науч. тр. СС Всероссийской науч.-практ. конф. с междунар. участием.-СПб.: Изд-во Политехн. Ун-та, 2015—331 с.;
2. Еленева, Ю.А. Экономика машиностроительного производства: учебник для студ. высш. учеб. заведений/Ю.А. Еленева. — 3-е изд., перераб. — М.: Издательский центр «Академия», 2010. —256 с.;
3. Экономика машиностроения: учеб. пособие/В.Д. Жариков, Р.В. Жариков, Е.Б. Попова. — Тамбов: Изд-во Тамб. гос. техн. ун-та, 2009. — 80 с.;
4. [postref.ru/document\\_89a4779d3836ea432f7ea074e522a17e.html](http://postref.ru/document_89a4779d3836ea432f7ea074e522a17e.html) 20 %;
5. [fan.ru/wievjob.php?id=22400](http://fan.ru/wievjob.php?id=22400);
6. Пестрецов, С. И. Применение систем автоматизированного проектирования процессов резания при создании управляющих программ для станков с числовым программным управлением/С. И. Пестрецов, А. М. Муравьев, М. В. Соколов // Вопросы современной науки и практики. Университет им. В. И. Вернадского. — 2014. — Вып. 1 (50). — с. 146—152;
7. Алтуни, К.А. Концепция создания информационного обеспечения интеллектуальной системы автоматизированного проектирования процессов резания в технологии машиностроения: монография/К.А. Алтуни, М. В. Соколов — Тамбов: Студия печати Павла Золотова, 2015. — 112 с.



## Снижение затрат на режущий инструмент как фактор конкурентоспособного развития предприятия в машиностроении

Водин Дмитрий Владимирович, магистрант

Научный руководитель: Соколов М.В., доктор технических наук, профессор

Тамбовский государственный технический университет

*Рассмотрено снижение затрат на режущий инструмент как один из факторов конкурентоспособного развития предприятия в машиностроении.*

**Ключевые слова:** режущий инструмент, машиностроение, конкуренция, конкурентоспособность предприятия, ультразвуковая обработка, ультразвук, ультразвуковая колебательная система.

Современная рыночная экономика — это самый сложный организм, состоящий из огромного количества производственных, коммерческих, финансовых и информационных структур, взаимодействующих на фоне разветвленной системы правовых норм бизнеса и объединяемых единым понятием рынок. Среди движущих сил экономики особую роль играет конкуренция. В условиях конкуренции побеждает тот, кто создает, качественную продукцию использует наименьшие издержки производства и применяет новейшие технологии. Ключевым понятием, выражающим сущность рыночных отношений, является понятие конкуренции.

**Конкуренция** — это центр тяжести всей системы рыночного хозяйства, тип взаимоотношений между производителями по поводу установления цен и объемов предложения товаров на рынке. Конкуренция является, движущей силой развития экономики проявляется, прежде всего, в том, что она создает важные стимулы для научно-технического прогресса. Конкуренция играет роль регулятора темпов и объемов производства, стимулируя при этом производителя внедрять научно-технические достижения, повышать производительность труда, совершенствовать технологию и организацию труда. Она способствует выживанию из производства неэффективных предприятий, эффективному использованию ресурсов, снижает давление производителей (монополистов) по отношению к потребителю. Применение новейшей техники и технологий способствует снижению затрат на режущий инструмент при металлообработке, обеспечивает предприятию значительные преимущества перед конкурентами. Игнорирование технического прогресса приводит к банкротству. Применение современного высокопроизводительного инструмента, способствует снижению производственных расходов на предприятиях. Затраты на режущий инструмент в цеховой себестоимости продукции, не превышают 5–10% [1]. Основными факторами, которые влияют на снижение затрат, связанные с приобретением, обслуживанием и работой режущего инструмента являются:

- подбор режущего инструмента, исходя из соотношения «цена — качество»;

- правильное применение режущего инструмента, в зависимости от оборудования и технологии;

- состояние основного технологического оборудования;

- уровень общей культуры производства;

- наличие обученного и квалифицированного персонала;

- организация хранения, учета и обслуживания режущего инструмента.

Приобретая инструмент, нельзя ориентироваться на самый дешевый. Каждый производитель в условиях постоянной конкуренции стремится снизить стоимость своей продукции до минимума, учитывая при этом эффективность дорогостоящего инструмента. Обработка металлов резанием является основной частью процесса производства большинства деталей. Как и другие технологические процессы, она должна быть конкурентоспособной. Получение прибыли и снижение затрат на режущий инструмент при металлообработке зависит от экономической эффективности процесса обработки. Процесс обработки металлов резанием может быть усовершенствован за счет рационального применения выбранного высокопроизводительного режущего инструмента. Одним из методов повышения стойкости режущего инструмента и сокращения затрат при металлообработке является ультразвуковая обработка. В настоящее время в машиностроении применяется ультразвуковая обработка как один из перспективных методов повышения износостойкости металлорежущего инструмента. Основой ультразвуковой обработки является применение упругих волн с частотой колебаний от 20 кГц до 1 ГГц и они неслышимы на слух. В настоящее время ультразвуковая обработка может конкурировать с другими методами обработки и при этом оказывает влияние на повышение производительности и снижение износа металлорежущего инструмента [2]. Ультразвуковая обработка применяется с помощью ультразвука с возможностью получения направленного излучения высокой интенсивности. Ультразвуковая обработка, имеет ряд параметров, которые способствуют ухудшению состояния окружающей среды и воздуха активной зоны технологического оборудования [3]. Данные загрязнения влияют на технический уровень оборудования и качество технологического процесса. Все эти факторы влияют на эффективность продукции машиностроительных предприятий.

Основными преимуществами ультразвуковой обработки являются:

- применение высокопроизводительной обработки различных материалов;
- повышение износостойкости и прочности металлорежущего инструмента;
- высокие показатели упрочнения металлорежущего инструмента;
- высокая точность обработки;
- высокий уровень производительности.

К основным недостаткам ультразвуковой обработки относятся:

- сокращение производительности рабочих;
- малая глубина обработки;
- негативное воздействие на состояния окружающей среды и воздуха активной зоны;
- негативное воздействие на человеческий организм.

Ультразвуковая обработка основана на применении ультразвуковой колебательной установки, в состав которой входят:

- источник энергии;
- преобразователь;
- трансформатор (концентратор);
- опоры и корпус;
- рабочий инструмент, который создает ультразвуковое поле в обрабатываемом объекте или непосредственно воздействует на него.

Главный показатель ультразвуковой колебательной системы — это резонансная частота. Применение технологических процессов с использованием колебательной установки основано на получении наибольших значений амплитуд ультразвуковых волн, возникающих на резонансных частотах. Номиналы резонансных частот колебательных систем должны быть в пределах разрешенных диапазонов (18, 22 и 44 кГц). Совершенствование технологии ультразвуковой обработки и создание малогабаритных, высокоэффективных и многофункциональных станков и колебательных установок, относятся к основным требованиям современного машиностроительного производства. Разработки более совершенных ультразвуковых колебательных установок с использованием новых схем преобразователей, концентраторов, рабочих инструментов, материалов для их изготовления и высоким коэффициентом полезного действия направлены на увеличение эффективности ультразвуковой обработки [4].

Для эффективной ультразвуковой обработки необходимо усовершенствование технологии и методики её применения. Генератором ультразвуковых колебаний и колебательную систему необходимо рассматривать как единое

целое, так как они тесно связаны. Наибольшая эффективность работы ультразвукового оборудования осуществляется при тесном взаимодействии всех узлов и компонентов [5].

Качество работы любой колебательной системы зависит от величины внутренних и механических потерь. Потери в ультразвуковой колебательной системе зависят от материала, из которого они сделаны, но это не является единственным фактором, определяющим потери. Одними из главных являются особенности качества конструкции колебательной системы и отдельных ее элементов [6]. Ультразвук нельзя услышать, но он, тем не менее, воздействует на барабанные перепонки, и может причинять острую боль. Ультразвук применяется в производственных процессах при металлообработке.

Работники, которые длительное время обслуживают, ультразвуковое оборудование часто жалуются на головную боль, головокружение, общую слабость, сонливость, нарушение сна, раздражительность, ухудшение памяти, чувствительность к звукам, боязнь яркого света. Для индивидуальной защиты от действия ультразвука применяют наушники, резиновые перчатки, звукоизолирующие материалы, кожухи, экраны, звукопоглощающие устройства. Ультразвуковая обработка является эффективным и перспективным методом повышения износостойкости металлорежущего инструмента. [7]. Правильно выбранный режущий инструмент позволяет быстрее окупить затраты на новое оборудование и повысить производительность при этом его эффективность проявится как на новом, так и на старом оборудовании. Чем больше период стойкости режущего инструмента, тем меньше его эксплуатационные расходы. Увеличение стойкости режущего инструмента способствует экономии, как на самом инструменте, так и на металлообработке в целом. Сокращение затрат на современный режущий инструмент приводит к экономии металлообработки и способствует развитию машиностроения как отрасли экономики. Работоспособность и надежность режущего инструмента оказывают влияние на экономическую эффективность отрасли «Машиностроение», которое играет ведущую роль в развитии экономики нашей страны.

На кафедре «Компьютерно-интегрированные системы в машиностроении» ФГБОУ ВПО «ТГТУ» активно развивается следующее направление научной деятельности: получение и обработка композиционных материалов, выбор и создание новых интеллектуальных САПР-ТП, а также адаптация систем автоматизированного проектирования технологических процессов механической обработки и сборки.

#### Литература:

1. Водин, Д. В. Ультразвуковая обработка как перспективный метод повышения износостойкости металлорежущего инструмента. «Технические науки в России и за рубежом»: материалы V Междунар. науч. конф. (г. Москва, январь 2016 г.). — Москва: Меркурий, 2016. — с.

2. Водин, Д. В., Соколов, М. В., Однолько, В. Г. Снижение затрат на режущий инструмент как фактор повышения эффективности отрасли «машиностроение». Процессы глобальной экономики. Global economic processes: сб. науч. тр. СС Всероссийской науч.-практ. конф. с междунар. участием. -СПб.: Изд-во Политехн. Ун-та, 2015—331 с.;
3. Еленева, Ю.А. Экономика машиностроительного производства: учебник для студ. высш. учеб. заведений/Ю.А. Еленева. — 3-е изд., перераб. — М.: Издательский центр «Академия», 2010. —256 с.;
4. Экономика машиностроения: учеб. пособие/В.Д. Жариков, Р.В. Жариков, Е.Б. Попова. — Тамбов: Изд-во Тамб. гос. техн. ун-та, 2009. — 80 с.
5. <http://www.dslib.net/avtomatizacia-upravlenia/avtomatizacija-upravlenija-jekologicheskimi-pokazateljami-tehnologicheskikh-processov.html>;
6. [cinref.ru/razdel/04400proizvodstvo/14/251789.htm](http://cinref.ru/razdel/04400proizvodstvo/14/251789.htm);
7. [www.BestReferat.ru/referat-251789.html](http://www.BestReferat.ru/referat-251789.html) и [www.BestReferat.ru/referat-251789.txt](http://www.BestReferat.ru/referat-251789.txt) и [www.BestReferat.ru/referat-251789.biz](http://www.BestReferat.ru/referat-251789.biz) и [www.BestReferat.ru/referat-251789.eferat=549823&page=1](http://www.BestReferat.ru/referat-251789.eferat=549823&page=1)
8. Пестрецов, С. И. Применение систем автоматизированного проектирования процессов резания при создании управляющих программ для станков с числовым программным управлением/С. И. Пестрецов, А. М. Муравьев, М. В. Соколов // Вопросы современной науки и практики. Университет им. В. И. Вернадского. — 2014. — Вып. 1 (50). — с. 146—152;
9. Алтунин, К.А. Концепция создания информационного обеспечения интеллектуальной системы автоматизированного проектирования процессов резания в технологии машиностроения: монография/К.А. Алтунин, М. В. Соколов — Тамбов: Студия печати Павла Золотова, 2015. — 112 с.

## Особенности развития лесного хозяйства горной части Чеченской Республики

Гайсумова Лиза Джунидовна, кандидат экономических наук, доцент;

Мукаева Луиза Айндиевна, кандидат географических наук, доцент

Чеченский государственный университет

**П**ознание закономерностей изменения природной среды в условиях возрастающего антропогенного воздействия на нее — наиболее актуальная задача современной геоэкологии. При этом основное внимание уделяется исследованию устойчивости геосистем, которое проводится как на локальном, так и на региональном уровне. Заметной становится интенсивная и разнообразная хозяйственная деятельность на значительной части Чеченской Республики.

Лесное хозяйство в условиях непрерывного воспроизводства, выраженное выращиванием, сохранением и защитой древесных пород, означает непрерывное возобновление производства тех продуктов и услуг леса, на которые ставится цель хозяйствующего субъекта. Кроме производства обмена, распределения и потребления произведенных благ, представляющих цикл последовательно взаимосвязанных и сменяющих друг друга этапов происходит воспроизводство и всех используемых факторов производства — земли, труда и капитала.

Лесная промышленность республики представлена леспромхозами, лесокосбинатами (коммерческие предприятия), занимающимися лесовосстановлением, и заготовкой древесины, но эти виды деятельности не являются для них основными и в общем объеме реализации продукции (работ) соответствующих организаций составляют незначительный удельный вес.

В современных условиях разделение функций по лесовосстановлению и лесозаготовкам имеет вполне опре-

деленное практическое значение: независимость лесхозов от лесозаготовительных предприятий позволяет осуществлять должный контроль за соблюдением требований, предъявляемых к возобновлению лесных ресурсов как экологической, так и экономической категорий. Воспроизводство лесов Чеченской Республики пострадавших за последние десять лет требуют проведения восстановительных мероприятий, повышение продуктивности лесов путём ухода за лесом, улучшения породного состава и создания семенной базы. В экономике лесного хозяйства понятие воспроизводства рассматривается с экономической точки зрения и несёт более широкую смысловую нагрузку. Однако особенности лесного хозяйства обусловлены не перечисленными мероприятиями, а характером объекта его деятельности — лесами. Лес имеет многостороннее значение для человека, следовательно, и задачи лесхозов многогранны, а в неодинаковых условиях и в разных частях лесного фонда они могут быть различными даже в пределах одного предприятия.

Сезонность многих мероприятий, проводимых в лесном хозяйстве, — посев и посадка леса, рубки ухода, противопожарные и лесозащитные мероприятия, также требует учета при комбинировании с другими видами работ с целью обеспечения наиболее полной и равномерной занятости рабочей силы и служебного персонала в течение года. Необходимость равномерного проведения различных работ находит отражение в профессиональном составе работающих и сезонном непостоянстве кадров.

В настоящее время предприятия лесного хозяйства используют еще значительное количество временных рабочих, что в некоторой степени сдерживает увеличение доли механизированного труда в лесном хозяйстве.

Длительность производственного цикла простого воспроизводства лесов в пределах одного года исключает необходимость учета фактора времени. Выделение этого обстоятельства имеет принципиальное значение в экономических расчетах. Расчет себестоимости работ на выращивание леса в рамках простого воспроизводства в соответствии с моделью непрерывно продуцирующего леса исключает необходимость капитализации затрат и результатов методом их дисконтирования или пролонгирования.

По некоторым данным хозяйствующих субъектов отрасли из республики делового леса незаконно вывозится более чем в 3 раза больше, чем по официальной статистике. В отдельных объединениях лесопромышленного комплекса почти весь круглый лес идет на экспорт. Как известно, плата за древесину, отпускаемую на корню, — это издержки лесозаготовителя, которые являются частью себестоимости и цены его продукции. Возможное повышение ставок лесных податей может не лучшим образом сказаться на таких экономических результатах производства, как прибыль и рентабельность. Для специализации лесохозяйственного производства и организации его на зонально-типологической основе используются методы лесорастительного районирования республики показывающее географическое разнообразие лесов, лесной растительности с целью учета зональных особенностей в размещении лесов и лесного хозяйства.

Решающим условием повышения продуктивности лесов является выращивание насаждений из тех древесных пород, которые соответствуют лесорастительным условиям и лучше других отвечают экономическим требованиям народного хозяйства. При правильном выборе древесных пород будет целенаправленно, максимально полно использоваться потенциальное плодородие почвы. Насаждения, выращенные в таких условиях, будут отвечать требованиям эталона хозяйства или целевого насаждения.

Значительные площади запасов древесины сосредоточены в защитных лесах. Общий запас древесины оценивается в 46,23 млн. м<sup>3</sup>, которые распределены следующим образом: молодняки 1 класса возраста — 0,48%, молодняки 2 класса возраста — 2,9%, средневозрастные насаждения — 57%, приспевающие — 18,8%, спелые и перестойные — 21% (доля перестойных — 6,7%). Такое распределение приближается к нормальному, при котором можно при правильном ведении лесопользования и воспроизводства лесных ресурсов обеспечить принцип непрерывного и неистощительного пользования лесом.

В этих насаждения безусловным лидером по видовому составу в запасе является бук, на долю которого приходится 66% общего запаса всех насаждений.

Расчетная лесосека была установлена в последний раз в 1990 году в размере 39,5 тысяч м<sup>3</sup> и с тех пор не пере-

сматривалась. В эти же годы максимальный объем древесины получаемый при проведении рубок ухода лесом составлял около 70 тысяч м<sup>3</sup>.

Положительным моментом является наличие небольшого объема спелых и перестойных насаждений, а также значительного объема средневозрастных насаждений.

С 2000 года расчетная лесосека по Чеченской Республике не используется в связи с отсутствием лесовозных дорог, лесозаготовительной техники, наличием минированных участков леса. Уход за лесом в виде рубок ухода за лесом проводился в пределах потребности населения в древесине, необходимой для отопления, строительства и ремонта жилья. Ежегодный размер заготовки ликвидной древесины от рубок ухода за лесом и санитарных рубок не превышал 20 тысяч м<sup>3</sup>.

Отсутствие спелых и перестойных сосновых участков в лесах республики, безотходная технология переработки древесины, предполагающая заготовку живицы на территории лесничеств не производится.

Наиболее перспективным направлением использования хвои и древесной зелени является безотходная химическая переработка с получением биологически активных веществ лечебно-профилактического назначения для использования их в медицине пищевой, парфюмерно-косметической и химической промышленности.

В связи с энергоемкостью химической переработки древесного сырья, несмотря на его низкую стоимость и отсутствие соответствующего оборудования в Чеченской Республике такой вид использования лесов в настоящее время не имеет практического значения.

Леса Чеченской Республики особенно богаты пищевыми плодово-ягодными ресурсами. На территории лесного фонда имеются достаточные площади сельскохозяйственных земель для организации и ведения сельского хозяйства: сенокосы — 1,8 тыс. га, пашни — 0,8 тыс. га и пастбища — 8,5 тыс. га.

По мере развития человеческой цивилизации, увеличения численности населения, требований к качеству окружающей среды, потребностей в чистой воде, воздухе и тому подобных благах, даваемых лесом, средообразующее значение леса в жизни человечества возрастает. А самое главное — на смену простому осознанию этой роли постепенно, хотя и очень медленно, приходит готовность что-либо делать для того, чтобы роль леса в сохранении благоприятной окружающей среды никогда не иссякла.

Важное значение придаётся эффективному использованию естественных возобновительных сил природы путём применения соответствующих систем рубок, сохранения при лесозаготовках подроста, что обеспечивает естественное возобновление леса на значительных площадях. На лесных опушках любого участка леса, который конкурирует с другими типами растительного покрова, древесные породы могут внедряться (чаще вегетативным путём) в другие типы растительности.



Истребление лесов и сокращение растительного покрова крайне негативно отражается и на общем экологическом состоянии Чеченской Республики, способствует развитию таких процессов, как эрозия почв и разрушение природного экологического баланса. Даже по самым поверхностным оценкам ситуация с растительным покровом в Чечне находится на грани экологической катастрофы. Вследствие боевых действий, использования установок залпового огня, передвижения военной и гражданской техники по горным склонам и внутри лесных массивов, массовых и бесконтрольных порубок, разлива нефтепродуктов и других видов загрязнения — уничтожена или сильно деформирована растительность на значительных территориях. Резко сократились численность и ареалы распространения многих видов растений, в том числе редких и реликтовых, нуждающихся в строгой охране. На каменистых безлесных местах нужно применять посадки и посев в трещины скал, заполненные разрушениями, под камни и крупные глыбы на затененной стороне, создавая, таким образом, очаги зарастания и обсеменения. На больших безлесных пространствах, где нельзя ожидать налета семян, но возможно семенное возобновление леса, целесообразно также создавать очаги обсеменения в благоприятных местах, высаживая группы сеянцев или саженцев. В зависимости от условий группы нужно создавать по одной на гектар или несколько гектаров. Отдельные молодые деревья и группы их, которые могут играть роль в обсеменении, необходимо защищать, используя подручные средства, не только от потрав, но и от механических повреждений копытами.

Традиционно леса в Чеченской Республике в наибольшей степени страдают от антропогенного воздействия, прежде всего неконтролируемых и несанкционированных вырубок, а также перевыпаса домашнего скота. В частности, леса, расположенные в окрестностях Грозного и других населенных пунктов на равнине, в последние

годы использовались для выпаса нескольких десятков тысяч голов мелкого рогатого скота, что привело к уничтожению молодой поросли, усыханию и гибели многих деревьев. Распределение лесов зависит от природно-зональных особенностей.

При организации лесохозяйственной деятельности и санитарных рубок в горной зоне необходимо отказаться от практики их проведения в рамках лесничеств и перейти к планированию этих работ в разрезе водосборных бассейнов. На участках лесосек нужно исключить случаи выжигания древесных остатков. В зоне питания горных рек, где основное назначение лесных ландшафтов — климато-водорегулирующее, лесистость должна быть восстановлена до уровня 50–60%.

Заготовка древесины — приоритетный вид лесопользования, включающий в себя рубку в спелых и перестойных насаждениях, рубки в порядке ухода за лесом, рубки в поврежденных и погибших насаждениях, прочие виды рубок. Если заготовка древесины в спелых и перестойных насаждениях разрешена только в такой категории защитных лесов, как леса, расположенные в пустынных, полупустынных, лесостепных, лесотундровых зонах, степях, горах, то рубки в порядке ухода за лесами разрешены во всех категориях защитных лесов, за исключением зеленых зон. В зеленых зонах разрешены только рубки поврежденных и погибших насаждений. На данный момент существующие объемы лесоперерабатывающих производств обеспечиваются объемами заготовки древесины, в основном от рубок ухода за лесом. Заготовка пищевых и лекарственных растений также приоритетный вид лесопользования, поскольку леса республики обладают значительными запасами таких видов лекарственных растений как шиповник, облепиха, боярышник. Эти виды востребованы фармацевтической и пищевой промышленностью. Отдельные лесные участки во всех участковых лесничествах могут быть переданы в аренду под данный вид лесопользования.

### Литература:

1. Байраков, И. А., Гакаев Р. А. Деградация почвенно-растительного покрова Чеченской Республики. В сборнике: Наука и устойчивое развитие общества. Наследие В. И. Вернадского Сборник материалов 2-й Международной заочной научно-практической конференции. 2007. с. 104–105.
2. Вагапова, А. Б., Сатуева Л. Л., Гакаев Р. А., Убаева Р. Ш. Экологическая регуляция и оптимизация лесных ландшафтов Чечни. Сборник материалов IX Международной научно-практической конференции молодых ученых «Экологический интеллект — 2014». ДНУЗТ, г. Днепрпетровск, Украина.
3. Гайсумова, Л. Д. Повышение эффективности управления лесным хозяйством в условиях лесодефицитного региона (на материалах Чеченской Республики). Диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук/Грозненский нефтяной институт им. М. Д. Миллионщикова. Грозный, 2012.
4. Гайсумова, Л. Д., Эльмурзаев Р. С. Эколого-экономическая характеристика лесопользования Чеченской Республики. Качество науки — качество жизни. 2010. № 2. с. 24–28.
5. Гайсумова, Л. Д. Экономико-географические особенности развития межрегиональных экономических отношений Чеченской Республики [Текст]/Л. Д. Гайсумова, Р. А. Гакаев, Л. Б. Халикова // Инновационная экономика: материалы II междунар. науч. конф. (г. Казань, октябрь 2015 г.). — Казань: Бук, 2015. — с. 108–111.
6. Гайсумова, Л. Д., Бирсов А. Х. Анализ зарубежного и отечественного опыта организации лесопользования и лесопользования. Terra Economicus. 2007. Т. 5. № 4–2. с. 80–83.



7. Гакаев, Р.А. Высокогорные ландшафты Чеченской Республики и закономерности их распространения [Текст]/Р.А. Гакаев // Молодой ученый. — 2015. — № 15. — с. 327–331.
8. Гакаев, Р.А. Роль природно-ресурсного потенциала в развитии экономики Чеченской Республики. Современные проблемы науки: сборник статей 1-й международной научно-практической конференции. — Тамбов, 2008. с. 40–43.
9. Гакаев, Р.А., Зухайраева К. Я. Некоторые меры по снижению вероятности возникновения оползней в Чеченской Республике. Вестник Чеченского государственного университета. 2015. № 1. с. 179–183.
10. Гакаев, Р.А. Растительный покров высокогорных ландшафтов Чеченской Республики и его современное состояние [Текст]/Р.А. Гакаев, К. Я. Зухайраева // Молодой ученый. — 2015. — № 16. — с. 112–117.
11. Гакаев, Р.А., Байраков И.А., Багашева М.И. Экологические основы оптимальной структуры лесных ландшафтов Чеченской Республики. В сборнике: Экологические проблемы. Взгляд в будущее Сборник трудов III-й научно-практической конференции. Ответственный редактор Ю.А. Федоров. 2006. с. 50–52.
12. Косумов, Р.С. Антропогенная нагрузка на лесные ландшафты Чеченской Республики [Текст]/Р.С. Косумов, М.Д. Демельханов // Молодой ученый. — 2015. — № 24. — с. 285–288.
13. Рашидов, М.У., Гакаев Р.А. Проблемы оздоровления окружающей среды Чеченской Республики. В сборнике: Наука и устойчивое развитие общества. Наследие В.И. Вернадского Сборник материалов 2-й Международной заочной научно-практической конференции. 2007. с. 109–111.
14. Рашидов, М.У., Гакаев Р.А. К вопросу взаимоотношения общества и природы в Чеченской Республике. Вопросы современной науки и практики. Университет им. В.И. Вернадского. 2007. Т. 2. № 3 (9). с. 146–149.
15. Сатуева, Л.Л., Алахвердиев Ф.Д., Убаева Р.Ш. Эколого-экономическая оценка лесных ресурсов Чеченской Республики. Перспективы науки. 2011. № 12 (27). с. 182–186.
16. Солтахмадова, Л.Т., Мукаева Л.А. Некоторые вопросы развития АПК Чеченской Республики. В сборнике: Вопросы. Ответы. Гипотезы: наука XXI век Сборник научных докладов. Sp. z o. o. «Diamond trading tour». Warszawa, 2014. с. 31–34.
17. Устаев, А.Л. География Чеченской Республики. Природа, социальная сфера, экономика. Грозный, 2008.
18. Хасханова, Х.Х. Социально-экономические аспекты развития горных территорий Чеченской Республики [Текст]/Х.Х. Хасханова, Р.А. Гакаев, Л.Д. Гайсумова // Проблемы и перспективы экономики и управления: материалы IV междунар. науч. конф. (г. Санкт-Петербург, декабрь 2015 г.). — СПб.: Свое издательство, 2015. — с. 70–73.
19. Gakaev, R. A., Ubaeva R. A. Landslide hazard in the mountainous part of the Chechen Republic. Перспективы науки. 2012. № 6 (33). с. 199–201.
20. Gakaev, R. A. To the question of predisposition landslides in mountain landscapes of the Chechen Republic. В сборнике: Научные работы, практика, разработки, инновации 2013 года Сборник научных докладов. Sp. z o. o. «Diamond trading tour». Warszawa, 2013. с. 35–38.
21. Gakaev, R. A. Exogenous geological processes and phenomena in landscape basin of Argun river. В сборнике: Наука вчера, сегодня, завтра Сборник научных докладов конференции, посвященной 100-летию переезда Университета Варшавского в Ростов-на-Дону. Университет Варшавский, факультет права. Diamond trading tour, Высшая экономическая школа в Белостоке. Союз поляков Дона. Warszawa, 2015. с. 40–43.
22. Gaysumova, L. Dz., Batyzheva L. Sh., Davlakov M. V. Analysis of regional patterns and trends of forestry development (on the example of the Chechen Republic). Перспективы науки. 2011. № 10 (25). с. 145–147.



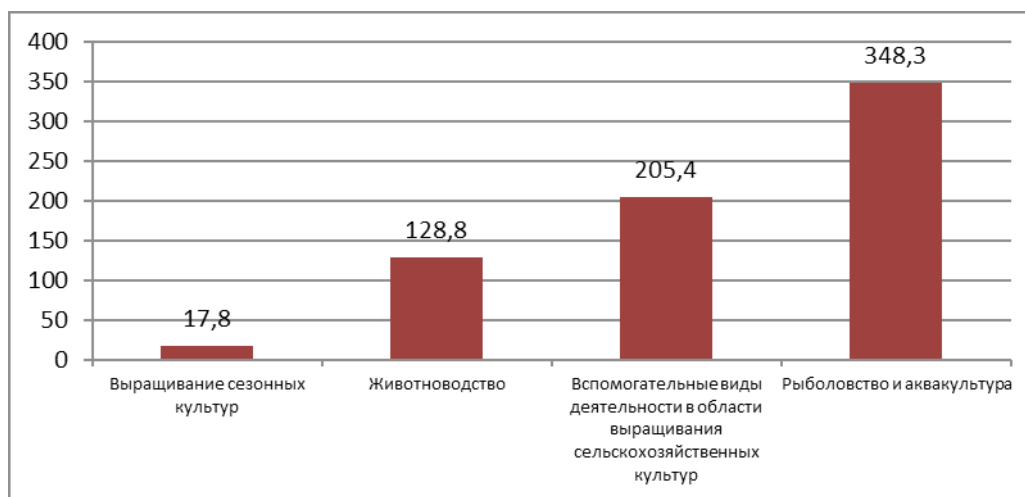


Рис. 1. Инвестиции в сельское хозяйство ЗКО по отраслям за 2015 год в млн. тг

вать поступления отдельно по отраслям, то из общего объема инвестиционных поступлений в сельское хозяйство, наибольшую долю занимает инвестиции в рыболовство и аквакультуру с 348,3 млн. тг за 2015 год. Наименьшую долю составляют инвестиции на выращивание сезонных культур — 17,8 млн. тг (Рисунок 1).

В целом инвестиционная политика в АПК Западно-Казахстанской области нуждается в формировании оптимальной структуры инвестиций в отрасль и создании факторов благоприятного инвестиционного климата. Влияние инвестиционных институтов на приток капитала в аграрную сферу остается недостаточным для обеспечения конкурентоспособности отечественного товаропроизводителя сельскохозяйственной продукции. Требуется повышенное внимание к исследованиям вопросов развития инвестиционной системы, ориентированной на обеспечение расширенного воспроизводства основных фондов сельского хозяйства.

В современных рыночных условиях в роли инвесторов агропромышленного сектора могут выступать как государство, так и различные сельскохозяйственные организации, предприятия других сфер агропромышленного комплекса, частные лица. Так же наряду с этим целесообразно привлечение зарубежного капитала.

Учитывая относительно низкую доходность комплекса, прежде всего сельского хозяйства, необходимы совместные усилия всех участников этого процесса. Так как именно комплексное применение всех видов инвестиций может привести к эффективному развитию сельского хозяйства области (Рисунок 2).

Необходимо отметить, что за последний период в стране были приняты законодательные акты и подписаны договоры, конкретизирующие разные стороны инвестиционной деятельности. Сохранен высокий инновационный потенциал региона, который можно использовать и в настоящее время. Осуществляются государственная

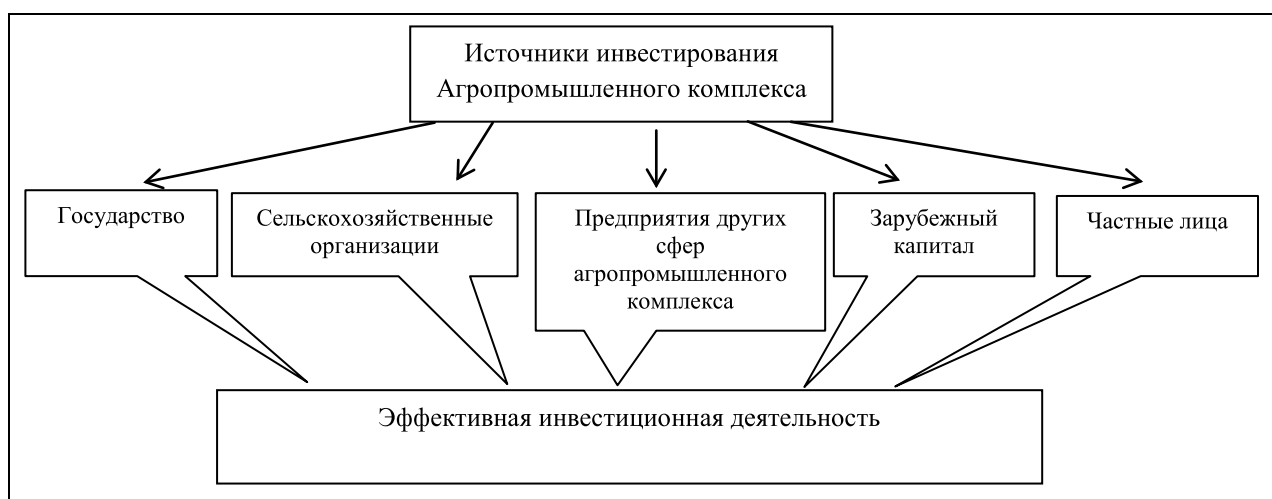


Рис. 2. Источники инвестирования агропромышленного комплекса

поддержка инвестиционных проектов ряда сельскохозяйственных формирований и реализация приоритетных национальных проектов.

В Западно-Казахстанской области разработана и целенаправленно реализуется региональная программа по развитию агропромышленного комплекса на 2013–2020 годы. Ведется поиск взаимовыгодных форм сотрудничества с другими регионами, странами ближнего и дальнего зарубежья, а также поиск и привлечение средств на возвратной основе для реализации намеченных программ.

В области развитие агропромышленного комплекса за последние годы значительно стабилизировалось. Наблюдаются позитивные сдвиги в увеличении производства сельскохозяйственной продукции и продуктов ее переработки. Растет оснащенность оборудованием и сельхозтехник.

Дальнейшее развитие АПК Западно-Казахстанской области, направленное на рост производительности и доходности его отраслей, требует модернизации и перевооружения производства, развития его инфраструктуры и формирование отраслевых кластеров. Обеспечение конкурентоспособности аграрного сектора предполагает его устойчивое развитие, основанное на индустриализации аграрного производства и росте его эффективности по основным видам продукции АПК.

Целенаправленное применение основных принципов инвестиционной деятельности и их практическая реализация будут способствовать принятию правильного решения в области формирования инвестиционной политики на различных уровнях управления АПК.

Для повышения инвестиционной привлекательности региона, достижения устойчивых темпов его экономического роста необходимо определить ключевые направления региональной политики с реализацией следующего комплекса мер:

- контроль цен естественных монополий;
- борьба с теневой экономикой;
- обеспечение «прозрачности» регионального бюджета, консолидация внебюджетных источников;
- отмена многочисленных сборов, введение упрощенной системы налогообложения;
- упрощение процедур согласования инвестиционных проектов.

Следовательно, совокупность институциональных преобразований в агропромышленном комплексе позволит главным образом расширить инвестиционный потенциал в регионе, что в целом будет способствовать дальнейшему повышению конкурентоспособности отечественного товаропроизводителя сельскохозяйственной продукции.

#### *Литература:*

1. Послание Президента Республики Казахстан Н. Назарбаева народу Казахстана — «Казахстан в новой глобальной реальности: рост, реформы, развитие»
2. Закон Республики Казахстан от 8 января 2003 года № 373-III Об инвестициях
3. Программа по развитию агропромышленного комплекса на 2013–2020 годы
4. Нурсеитов, А. А. Прямые иностранные инвестиции как фактор развития экономики в РК. В книге: национальная экономика Казахстана на рубеже нового столетия-Алматы. Экономика 2004 г.
5. Балабанов, М. Т. Основы финансового менеджмента. Учебное пособие. Финансы и статистика, 2010 г.
6. Данные Управления сельским хозяйством ЗКО за 2010–2015 гг.
7. [www.batys.stat.kz](http://www.batys.stat.kz)

## 8. МИРОВАЯ ЭКОНОМИКА

### Нефтяной фактор в развития геополитики в современном мире

Шоев Алим Халмуратович, преподаватель;  
Махкамова Феруза Мамараимовна, студент  
Гулистанский государственный университет (Узбекистан)

Современное состояние геополитики в мире весьма нестабильно, и дальнейшее её развитие непредсказуемо в связи со сложившимися экономическими, политическими и социальными аспектами налаживания связей между странами в различных регионах мира. Глобализация мировой экономики и развитие интеграции с одной стороны дало мощный импульс развитию научно-технического, экономического, гуманитарного сотрудничества между странами, с другой стороны данное обстоятельство обострило политическое напряжения в мире в связи с столкновением интересов ведущих держав в различных отраслях мировой экономики. Конкурентная борьба естественно свойственна рыночной экономике, которая всесторонне одобряет совершенную конкуренция в различных отраслях и сферах экономики. Но вопрос здесь состоит в том, какими инструментами пользуются стороны в данной борьбе. Общеизвестно что конкурентная борьба в основном осуществляется двумя методами: ценовой и неценовой, при этом каждое здраво мыслящее общество одобряет второй метод как наиболее приемлемый и справедливый в современных условиях. Хотя в нынешнем XI веке при конкурентной борьбе в основном применяется неценовая конкуренция всё ещё встречаются политика применения демпинговых цен в борьбе между отдельными корпорациями и даже целыми государствами для достижения своих целей, доминирования в мировой экономике и политике в целом. В данном случае хотелось бы аргументировать один из принципов «Узбекской» модели перехода к рынку разработанной в начале 90х годов прошлого столетия под предводительством И. Каримова (данная модель включает в себя 5 принципов: верховенство закона, государство главный реформатор, приоритет экономики над политикой, эволюционный путь перехода к рынку, сильная социальная политика), а именно приоритет экономики над политикой, согласно которому не допускается использовать экономические рычаги для достижения корыстных политических целей. Если вдуматься данный принцип перехода к рынку разработанный И.А. Каримовым с научной точки зрения очень уместен для применения не только отдельными национальными экономиками, но и мирового хозяйства в целом. Однако анализируя современную геополитическую ситуацию в мире сталкиваясь с обратным, когда основным инструментом борьбы

между ведущими державами в конечном счёте являются экономические, в частности демпинговые цены на нефть.

В 70е года прошлого столетия в мировой экономике сформировалось понятие «Нефтедоллара», когда курс американской валюты на международном валютном рынке во многом зависел от цены за баррель чёрного золота. Хотя согласно Ямайской валютной системе от 1976 года современная валютная система;

- 1) основана на нескольких валютах;
- 2) Устранен монетарный паритет доллара;
- 3) Основное средство платежа свободно-конвертируемые валюты (СКВ) и специальные права заимствования (СДР);
- 4) Отсутствуют пределы колебания курсов
- 5) Страна сама выбирает режим валютного курса, но ей запрещено выражать его через золото;
- 6) МВФ получает статус наблюдателя; [1, стр 88]

Мировое господство доллара всё же сохранилось и это ярко выражалось через экспорт и импорт нефти на мировом рынке. Именно данный экономический рычаг во многом использовался США для достижения своих политических целей. Тому немало примеров. Вспомнить только ситуацию на мировом рынке энергоресурсов в частности нефти во второй половине 80х годов XX века, когда согласно разработанному под руководством США плану «НСДД» снижение цены нефти на 1 % на мировом рынке привело к потере жизненно необходимой суммы для начатой первым секретарём компартии бывшего СССР М. Горбачёвым политики перестройки, что в конечном итоге привело к распаду союза.

Новая волна санкций запада во главе с США в связи с присоединением Крыма к России (здесь следует отметить, что право на присоединение народ Крыма выбрал добровольно) стало причиной очередного применения экономического рычага на политическое давление России. На наш взгляд резкое снижение цен на нефть и как следствие обесценение курса рубля по отношению к доллару было спровоцировано США как один из рычагов экономических санкций, запад бьёт по уязвимому месту экономики России — искусственно снижает цены на основные экспортные продукты. К сожалению согласно расчётам ФБК по данным Росстата, SIRPI в последние годы наблюдается рост доли экспорта сырья в общем объёме



экспорта страны, так если в 2000 году данный показатель составлял 53,8%, в 2014 году данный показатель составлял 70,5%. [2, стр 10], при этом львиная доля в экспорте сырья приходится на энергоносители.

В данном случае уместным считаем привести мнение Л. Багдасарова, доцента кафедры химмотологии (применения нефтепродуктов) РГУ нефти и газа им. Губкина — «Наша страна способна поставлять за рубеж нефтепродукты высочайшего качества, но нас не пускают конкуренты, этим среди прочего объясняется введение санкций. США — крупнейший в мире покупатель нефти, а Россия — один из крупнейших поставщиков. Это отвечает на вопрос: «Кому выгодно?» Для снижения цен на нефть США последние 30 лет (с 1985 г.) использовали самые разные рычаги, например, политическое воздействие на страны Ближнего востока, прежде всего Саудовскую Аравию и Кувейт, с целью увеличения поставок и снижения цен. Применяются и финансовые рычаги — благодаря бесконечным возможностям ФРС США. Кроме того, ведётся поиск новых технологических возможностей для снижения зависимости США от нефти — электромобили, спиртовые топлива, биодизель и. т. п. Самым удачным приёмом оказалось предпринятое сейчас сочетание — финансовое стимулирование сланцевой добычи В США плюс давление на Саудовскую Аравию. Пока у США остаётся контроль над мировой финансовой системой и путями транспортировки нефти, а также военное превосходство, им легко регулировать объёмы экспорта странами ОПЕК. Так, в 1985 году, когда добычи сланцевой нефти ещё не было, благодаря Саудовской Аравии удалось снизить цену барреля нефти с 40 долл. до 10. К чему это привело нашу страну в 1991 году, мы все помним. Сейчас цель та же, но результат может быть другим» [2, стр. 8].

Данное высказывание доцента Л. Багдасарова ещё раз подтверждают наши предположения об экономических аспектах политических амбиций США.

Внимательно изучив и проанализировав ход развития политических и экономических событий в мире со второй половины 2013 года по сегодняшний день мы пришли к выводу: зарождение, впоследствии повышение экономической и военной мощи ИГИЛ — результат антисанкционной экономической политики запада по отношению

к России, так как основную финансовую подпитку данное не признанное государство получает от экспорта нефти с захваченных территорий по демпинговым ценам, кому это выгодно судите сами. Политика «Двойных стандартов» запада в отношении борьбы с ИГИЛ налицо, о чём свидетельствуют хотя бы последние события на границах Сирии и Турции, а также Турции и Ирака.

Снижение цен на нефть привёл к обесценению курса рубля к доллару, а также вызвал рост спекулятивных операций на нелегальных валютных рынках в странах СНГ. Обесценение рубля по отношению к доллару в свою очередь привело к резкому сокращению денежных трансфертов мигрантов из России, что негативно сказалось на социально-экономическом положении членов семьи мигрантов в стране проживания.

Весьма интересное мнение по реальным экономическим потерям России от обесценения рубля высказал академик РАН, заведующий кафедрой РАНХиГС Абел Аганбекян: «Со второй половины 2014 года началось крутое обесценение рубля, по большей части вызванное снижением цен на нефть. Курс рубля к доллару по сравнению с ППС стал ниже в 3 раза, а по отношению к «равновесному» курсу он занижен на 40 — 50%. Таблица 1.

Временно заниженный курс валюты выгоден, если речь идёт о развивающихся странах, которым нужно стимулировать экспорт готовых товаров с высокой добавленной стоимостью и поставить заслон от чрезмерного импорта. Такой заниженный курс юаня долгое время держал Китай, развиваясь благодаря этому сверхвысокими темпами и наводняя рынки других стран своими товарами. В России сегодня положение совершенно другое и структура экономики иная. В этих условиях сильно заниженный курс рубля играет отрицательную роль. Происходит резкое удорожание импорта, в том числе машин и оборудования, что подрывает наши инвестиции — главный источник экономического роста. Рост цен на импортные товары разгоняет инфляцию и вызывает снижение реальных доходов и потребления. Высокая инфляция — одна из причин повышенной ключевой ставки ЦБ, которая препятствует кредитованию экономики. Обесцененный рубль вреден и для наших предприятий и банков. Над ними висит большой долг перед иностранными кредиторами (около 520 млрд. долл.). На-

Таблица 1

Как цены на нефть влияют на рубль

2013 г. — I половина 2014 г.		Июль 2014 г. — январь 2015 г.		Январь 2015 г. — май 2015 г.		Май 2015 г. — сентябрь 2015 г.		Сентябрь 2015 г. — октябрь 2015 г.	
Цена за баррель нефти	Курс рубля к доллару	Цена за баррель нефти	Курс рубля к доллару	Цена за баррель нефти	Курс рубля к доллару	Цена за баррель нефти	Курс рубля к доллару	Цена за баррель нефти	Курс рубля к доллару
100-110 \$	32–34 руб.	45 \$	67 руб.	68 \$	53 руб.	43 \$	68 руб.	53 \$	62 руб.

пример, в 2015 г. Им надо возвращать около 100 млрд. долл., и у предприятий не остаётся средств на развитие. Слабый рубль снижает оценку нашего фондового рынка, сокращается рыночная капитализация российских компаний». [3, стр. 13]

В данном случае наблюдается как искусственное снижение цен на нефть приводит к цепной реакции отрицательного влияния на основные макроэкономические показатели отдельных стран, которое в свою очередь реально отражается на общем благосостоянии населения, а это с гуманной точки зрения не входит ни в какие рамки международного права.

На наш взгляд для выхода из сложившейся ситуации и недопущения в будущем аналогичного необходимо:

— усилить роль и влияние международных организаций в контроле над исполнением норм и правил международного соглашения, в частности ОПЕК;

— ускорить процесс по вводу альтернативного доллару США единого платёжного средства в международных расчётах в рамках ШОС, БРИКС и ЕвразЭС;

— мировому сообществу добиться действия принципа приоритета экономики над политикой во всех аспектах социально-экономического развития мировой экономики и политики;

#### *Литература:*

1. Батманова, Е. С., Томилов П. С. «Мировая экономика и международные экономические отношения» Гоу Впо Угту—Упи Екатеринбург 2005 год
2. Газета «Аргументы и факты» № 42 (1823) 2015 год
3. Газета «Аргументы и факты» № 44 (1825) 2015 год

## 9. ФИНАНСЫ, ДЕНЬГИ И КРЕДИТ

### Конкурентоспособность АБ «Россия» и его рейтинг среди остальных банков России

Букреев Игорь Александрович, старший преподаватель;

Бубенко Оксана Анатольевна, студент

Гуманитарно-педагогическая академия (филиал) Крымского федерального университета имени В.И. Вернадского

*В условиях экономической нестабильности для руководителей предприятий, и владельцев фирм важно понимать насколько надежными являются банки в которые размещают накопленные денежные средства собственники финансовых ресурсов. В данной статье раскрыты особенности АБ «Россия», его рейтинг среди остальных банков и пути повышения конкурентоспособности в современных российских условиях.*

**Ключевые слова:** банк, конкурентоспособность, рейтинг, рентабельность.

*In terms of economic instability for business managers and owners of firms is important to understand how reliable are the banks that place the accumulated funds owners of financial resources. In this article the features of AB «Russia», its ranking among other banks and ways to improve competitiveness in the modern Russian conditions*

**Keywords:** bank, competitiveness, rating, profitability.

**Актуальность.** Актуальность выбранной темы подтверждается тем, что банковская деятельность в России в последнее десятилетие переживает период бурных изменений, которые вызваны с одной стороны радикальными преобразованиями экономической системы, а с другой — внедрением новых информационных технологий и глобализацией финансовых рынков. Одним из важнейших условий развития российского финансового рынка, укрепления рыночных основ экономики и ее интеграции в мировое финансовое сообщество является глубокое и всестороннее реформирование отечественной банковской системы

**Постановка проблемы.** Отечественная и мировая практика показывают, что большинство финансовых организаций терпят большие убытки только потому, что не предусмотрели или неправильно спрогнозировали изменения конкурентной среды, не оценили свои внутренние возможности, ошиблись в выборе стратегии обеспечения конкурентоспособности. Особенно важно управление конкурентоспособностью в тех сферах финансового бизнеса, где важно предвидение в долгосрочной перспективе.

Методология исследования конкуренции на рынке банковских услуг в условиях глобализации опирается на следующий алгоритм исследования — описание субъекта конкуренции; характеристика вида конкурентного поля — рынок продуктов и услуг, рынок капитала, рынок труда [4].

Основными ресурсами развития коммерческих банков выступают труд и капитал, которые обладают сложной внутренней структурой, изменяющейся при взаимодействии этих факторов производства.

При разработке и продвижении на рынок новых банковских продуктов, происходит реструктуризация ресурсов, а также проявляется отчетливая дифференциация, согласно которой самостоятельные формы участия в этих процессах обретают определенные составляющие системы «труд-капитал».

Для того чтобы выявить особенности развития конкурентной стратегии российских банков, следует выделить тенденции, которые уместно разделить на те, которые актуальны для банков как экономических агентов рынка финансовых услуг, и на те, которые важны для клиентов. Доминирующим трендом для отечественных банков на посткризисном рынке является укрупнение и консолидация, а также борьба за клиентов.

Что касается клиентоориентированной концепции развития банка, выступающей составной частью системы обеспечения конкурентоспособности, то наблюдается возвращение банков к кредитованию частных клиентов. Если в 2009 г. банкам нужна была ликвидность, и они, привлекая депозиты, повышали процентные ставки по вкладам, пытаясь привлечь деньги населения, и, при этом, не давали кредитов, то интерес самих банков к депозитам и кредитам в настоящее время выровнялся.

Наличие релевантной информации позволяет принимать финансовые и коммерческие решения на основе определения информационного поля и влияет на правильность таких решений, что, естественно, ведет к снижению потерь и увеличению прибыли. Надлежащее использование информации при заключении сделок сводит к минимуму вероятность финансовых потерь.

Широкомасштабное использование вычислительной техники и телекоммуникационных систем в рамках территориально-распределенных банковских систем, переход на этой основе к безбумажной технологии, увеличение объемов обрабатываемой информации и расширение круга пользователей приводят к качественно новым возможностям несанкционированного доступа к ресурсам коммерческого банка, к их высокой уязвимости.

Различные аспекты конкурентоспособности коммерческих банков исследованы в трудах многих известных экономистов, среди которых можно выделить: Г. Н. Белоглазову, Н. И. Василишен Э. Н., Вишнинская Г. Н., *Дараева Ю. А.*, **Костюченко Н. С.**, О. И. Лаврушина, И. Я. Лукасевич, Неволина Е. В. и другие.

**Целью данной статьи** является исследование современных методов оценивания конкурентоспособности банка и обоснование подхода к процессу его проведения как исходного этапа анализа конкурентоспособности АБ «Россия»

Банк — финансовая организация, основные виды деятельности которой — привлечение и размещение денежных средств, а также проведение расчетов. С экономической точки зрения банки выступают на денежном рынке посредниками между теми, у кого есть свободные денежные средства, и теми, кто нуждается в дополнительных ресурсах. [2]

На сегодняшний день в России, как и в большинстве стран мира, действует двухуровневая банковская система. Первый уровень представлен Банком России

(Центральным банком), который ведет расчеты между кредитными организациями и занимается регулированием их деятельности. Функции ЦБ регулируются Федеральным законом от 10 июля 2002 года № 86-ФЗ «О Центральном банке Российской Федерации (Банке России)» [5].

В таблице ниже приводится сравнительный рейтинг АБ «РОССИЯ» в котором с октября 2015 года до ноября 2015 года показано в денежном эквиваленте количество активов банка по сравнению с остальными банками

Исходя из таблицы 1 можно сделать вывод что АБ «РОССИЯ» занимает 18-е место из 741 банков и стремительно поднимается вверх и эти высоты достигли за месяц 11,6 млн руб, но по сравнению с «Совкомбанк» АБ «РОССИЯ» отстает так как «Совкомбанк» поднялся вверх на три позиции и занимает 17 место среди других банков, а в денежном эквиваленте это составляет 45,1 млн руб. АБ «РОССИЯ» выглядит экономически привлекательным в плане изменений на фоне банка «Русский стандарт» и предоставляет возможность пересмотреть политику данного банка по поводу качества предоставляемых услуг. «Московский Областной Банк» позиционирует себя как банк который старается обрести стабильность в рейтинге и закрепить за собой 22 место надолго, это наиболее четко отражается в столбце изменений где это проявляется в 1,09%.

Таблица 2 и 3 составлена автором на основе информационного сайта «Банки Ру». Сравнивая таблицу 2 и таблицу 3 реальная стоимость имущества у АБ «Россия» составляет 558,5 млн руб, а у РНКБ 59,6 руб. Это говорит

Таблица 1

Рейтинг АБ «РОССИЯ» среди остальных банков

№	Название банка	Показатель ноябрь 2015 г.	Показатель октябрь 2015 г.	Изменение тыс. руб.	Изменение %
18	РОССИЯ	541553435	529951922	+11601513	+2,19
19	Ак Барс	518845814	525728825	−6883011	−1,31
20	Совкомбанк	497610457	452425279	+45185178	+9,99
21	Русский стандарт	469638618	490682377	−21043759	−4,29
22	Московский Областной Банк	448273620	453205648	−4932028	−1,09

Таблица 2

Основные показатели АБ «Россия»

№ места по России	АБ «Россия»	Показатель декабрь 2015 г.	Показатель ноябрь 2015 г.	Изменение тыс. руб.	Изменение %
14	Активы нетто	558480227	541553435	+16926792	+3,13
11	Чистая прибыль	2888581	2232140	+656441	+29,41
16	Капитал (по форме 123)	57126228	56415955	+710273	+1,26
54	Вклады физических лиц	37556839	35776016	+1790823	+5,01

Таблица 3

## Основные показатели РНКБ

№ места по России	РНКБ	Показатель декабрь 2015 г.	Показатель ноябрь 2015 г.	Изменение тыс. руб.	Изменение %
93	Активы нетто	59657999	63083561	−3425562	−5,43
66	Чистая прибыль	140314	56907	+83407	+146,57
49	Капитал (по форме 123)	19860086	19774243	+85843	+0,43
70	Вклады физических лиц	24665077	24243058	+422019	+1,74

о том что РНКБ не готов предоставлять в полном объеме то количество услуг, которое предоставляет АБ «Россия». Как видно на таблицах, чистая прибыль больше у АБ «Россия», но сравнивая ноябрь и декабрь у РНКБ наблюдается резкий рост который стал выше почти в полтора раза, это серьезная ступень к повышению своего финансового состояния. В связи с тем что АБ «Россия» считается более популярным банком и занимает 16 место в рейтинге то и капитал у него будет выше чем у других банков которые ниже по рейтингу идут. РНКБ капитал втрое меньше чем у его конкурента, а это считается показателем того что АБ «Россия» завоевал большее доверие и предоставляет более качественное и выгоднее услуги чем РНКБ. По вкладам физических лиц АБ «Россия» и РНКБ, банк РНКБ не намного отстает, но в таблице заметны существенные темпы роста которые помогут в дальнейшем стать больше [8].

Сравнивая таблицу 4 и таблицу 5 можно сказать, что уровень рентабельности обоих банков с каждым месяцем только растет. Сама по себе рентабельность означает насколько эффективно были использованы трудовые, материальные и денежные ресурсы. АБ «Россия» медленно но стабильно повышает рентабельность, а вот РНКБ стремительно поднимает свои позиции вверх так как рентабельность увеличилась вдвое, что говорит о более пра-

вильном использовании материальных, денежных и трудовых ресурсов.

Рентабельность собственного капитала — показатель чистой прибыли в сравнении с собственным капиталом организации. Это важнейший финансовый показатель отдачи для любого инвестора, собственника бизнеса, показывающий, насколько эффективно был использован вложенный в дело капитал. В отличие от схожего показателя «рентабельность активов», данный показатель характеризует эффективность использования не всего капитала (или активов) организации, а только той его части, которая принадлежит собственникам предприятия. [6]

Сравнивая эти экономические предложения от 2-х банков, более выгоднее осуществлять вклад денежных средств в АБ «Россия», так предлагаемые проценты по вкладу более прибыльные. Но в РНКБ можно открывать вклад если на руках есть минимум 1000 рублей, а в АБ «Россия» минимальный взнос составляет 3000 руб, это не слишком большие деньги но проценты предлагаемые за размещение денежных средств оправдывают все ожидания. А в РНКБ самый максимальный процент — это 7 % после года нахождения денежных средств в банке. Проводя анализ можно сказать, что АБ «Россия» считается более выгодным и целесообразным банком который поможет населению России правильно распорядиться

Таблица 4

## Анализ рентабельности АБ «Россия»

№ места по России	АБ «Россия»	Показатель декабрь 2015 г.	Показатель ноябрь 2015 г.	Изменение	П. п.
327	Рентабельность активов-нетто	0,60 %	0,51 %	+0,09	+17,18 %
209	Рентабельность капитала	5,70 %	4,85 %	+0,84	+17,34 %

Таблица 5

## Анализ рентабельности РНКБ

№ места по России	РНКБ	Показатель декабрь 2015 г.	Показатель ноябрь 2015 г.	Изменение	П. п.
346	Рентабельность активов-нетто	0,35 %	0,16 %	+0,19	+114,92 %
374	Рентабельность капитала	1,33 %	0,64 %	+0,69	+107,99 %



Таблица 6

## Вклад «Морозные узоры» АБ «Россия»

Сумма вклада руб.	31 день	91 день	181 день	271 день	367 дней
3000, 00	6,50 %	9,00 %	10,00 %	9,65 %	9,75 %

Таблица 7

## Вклад «Доходный» РНКБ

Сумма вклада руб.	91 – 180 дней	181 – 365 дней	366 – 1095 дней
От 1000, 00	6,00 %	6,50 %	7,00 %

своими личными запасами. А банку РНКБ стоит разработать более гибкую экономическую политику по отношению к своим клиентам, ведь банки должны вызывать доверие и желание нести свои денежные средства именно в банковскую сферу. [7]

**Вывод.** Одной из основных мер для укреплений своих позиций среди других Банков является определение приоритетных направлений развития Банка. В свою очередь можно предложить в качестве таковых следующие направления:

- привлечение средств корпоративных клиентов;
- кредитование клиентов корпоративного бизнеса;
- осуществление операций на межбанковском рынке;
- развитие розничного бизнеса;
- операции с ценными бумагами;
- повышения конкурентоспособности Банка за счет расширения спектра услуг на корпоративном и розничном рынках. [5]

Выбор данных направлений деятельности приоритетными поможет как, взятому за пример ОАО «АБ «Россия», так и множеству других коммерческих банков

повысить уровень своей конкурентоспособности и укрепить позиции на рынке предлагаемых банками услуг.

Так же, в целях укрепления позиций в числе 20 крупнейших Банков РФ, относительно рассматриваемого мной Банка, можно предложить решение следующих стратегических задач:

- Совершенствование традиционной для Банка идеологии клиентской работы, основанной на сочетании стандартных технологий с индивидуальным подходом к каждому клиенту.
- Внедрение повышения эффективных методов работы с клиентами и повышение качества их обслуживания.
- Разработка и внедрение новых перспективных услуг, адаптируемых к изменившимся финансовым условиям.
- Совершенствование и расширение круга возможных операций систем дистанционного банковского обслуживания.
- Оптимизация расходной части бюджета, направленной на финансирование приоритетных задач развития бизнеса, повышение эффективности и сохранения прибыльности Банка. [4]

*Литература:*

1. Никонова, И. А. Принципы и показатели оценки деятельности Банка развития // Управление в кредитной организации, 2010 г. — N 2, март-апрель.
2. Интернет ресурс «Рейтинг банков». Режим доступа [http://www.banki.ru/banks/ratings/?PAGEN\\_1=2](http://www.banki.ru/banks/ratings/?PAGEN_1=2)
3. Интернет ресурс «Определение банка». Режим доступа: <http://www.banki.ru/wikibank/bank/>
4. Маркетинговые инструменты управления знаниями финансовых корпораций/Андреева А. В. Ростов н/Д: Изд-во ЮФУ, 2010.
5. Федеральный закон от 10 июля 2002 г. N 86-ФЗ «О Центральном банке Российской Федерации (Банке России)»
6. Интернет ресурс. Режим доступа: [http://www.audit-it.ru/finanaliz/terms/performance/return\\_on\\_equity.html](http://www.audit-it.ru/finanaliz/terms/performance/return_on_equity.html)
7. Интернет портал АБ «Россия». Режим доступа: <http://abr.ru/>
8. Интернет портал РНКБ. Режим доступа: <http://www.rncb.ru/>

## Тенденции в банковском секторе

Букреев Игорь Александрович, старший преподаватель;

Новик Людмила Викторовна, студент

Гуманитарно-педагогическая академия (филиал) Крымского федерального университета имени В.И. Вернадского

*В условиях экономической нестабильности для клиентов банков, особенно это касается вкладчиков, важно понимать, насколько надежными являются их финансовые партнеры. От этого зависит сохранность собственных средств. Одним из показателей надежности банков является собственный капитал. Его размер характеризует устойчивость банков к негативным внешним факторам и возможности гибко приспосабливаться текущей ситуации и отвечать по своим финансовым обязательствам перед инвесторами и вкладчиками. Поэтому, чтобы избежать проблем, желательно сотрудничать с крупнейшими банками России.*

*In terms of economic instability for the banks' clients, especially depositors, it is important to realize just how reliable are their financial partners. On this depends the safety of its own funds. One indication of the reliability of banks is equity. Its size characterizes the stability of banks to negative external factors and the possibility to flexibly adjust the current situation and to meet its financial obligations to the investors and depositors. Therefore, to avoid problems, it is desirable to cooperate with Russian banks.*

**Актуальность.** В ежедневной деятельности и обеспечении долгосрочной жизнеспособности банка его капитал играет главную роль. Он необходим для организации и функционирования банка на начальном этапе развития, служит защитой от банкротства и компенсацией текущих потерь в будущем. Капитал также обеспечивает уверенность заемщиков в том, что банк способен удовлетворить их потребности в кредитах, даже если экономика будет переживать спад. Капитал нужен для поддержки и защиты от риска, связанного с предоставлением новых услуг и строительством новых мощностей.

Собственный капитал банка, исходя из функций, которые он выполняет, занимает важное место в системе показателей, характеризующих финансовое состояние банка.

**Постановка проблемы.** Активной банковской инвестиционной деятельности препятствует ряд проблем: недостаточность капитала, нормативные требования по банковскому надзору, недостаток ресурсов соответствующей срочности, высокие риски.

**Анализ последних научных исследований и публикаций.** Степень разработанности проблемы Разработке проблем инвестиционной деятельности коммерческих банков, повышению роли банковского капитала в развитии экономики, а так же исследованию банковских рисков посвящены труды отечественных и зарубежных исследователей: И.Т. Батабанова, В.И. Букаго, А. Ведева, В.М. Гранагурова, Ю.А. Данилова, Г. Золотогорова, Л.Л. Игониной, В.В. Киселева, А.Г. Куликова, И. Лаврентьева, О.И. Лаврушина, Ю.И. Львова, М.Е. Письменной, М.А. Рогова, Т. Севрука, Л.Н. Турбина, Э.А. Уткина, Уильяма Е. Александера, Питера С. Роуза, Дж. Синки, А. Смита, К.Е. Тэпмана, Дэвида С. Холшера, Майкла Фукса и других ученых и специалистов.

Проблема экспорта капитала, которая исследуется в настоящей работе, изучена в работах современных ученых: Л.И. Абалкина, А. Булатова, Е. Гвоздева, Ю. Глазьева, В.Б. Голосова, Е.И. Корнеевой, В.Т. Мусатова, А. Наговицына, К.Е. Ривкина, В.К. Сенчагова, Е. Г. и, Ч.К. Гобсона. Использованы работы классиков экономической науки: К. Маркса, А. Смита, Дж. Синки.

**Цель исследования.** Анализ капитала банков.

**Изложение основного материала исследования.**

**КАПИТАЛ БАНКА** это (англ. capitalofbank) — сумма собственных средств банка, составляющая финансовую основу его деятельности и источник ресурсов. Капитал банка призван поддерживать доверие клиентов к банку и убеждать кредиторов в его финансовой устойчивости. Капитал банка должен быть достаточно велик для обеспечения уверенности заемщиков в том, что банк способен удовлетворить их потребности в кредитах и при неблагоприятно складывающихся условиях экономического развития страны. [1]

**Функции собственного капитала**

Собственный капитал — денежный эквивалент всего имущества, которым реально владеет банк. Это средства, которые имеют самый постоянный характер и могут быть беспрепятственно использованы для покрытия непредвиденных затрат и убытков. Собственный капитал влияет на степень конкурентоспособности банка и его доходность.

Рассмотрим крупнейшие банки России по размеру собственного капитала

На май 2015 года рейтинг банков по показателю собственного капитала выглядит следующим образом (табл. 1).

Таблица 1

## Крупнейшие банки России

1 Сбербанк России	2,5
2 ВТБ	1,76
3 Газпромбанк	1,48
4 Россельхозбанк	1,25
5 ВТБ24	1,25
6 Альфа-банк	1,24
7 Банк Москвы	1,17
8 ЮниКредит Банк	0,16
9 ФК Открытие	0,14
10 Промсвязьбанк	0,11
11 Росбанк	0,11
12 Райффайзенбанк	0,10
13 Московский Кредитный Банк	0,08
14 Ханты-Мансийский Банк Открытие	0,06
15 Хоум Кредит Банк	0,05
16 Банк «Санкт-Петербург»	0,05
17 Россия	0,05
18 Ситибанк	0,05
19 Югра	0,05
20 Ак Барс	0,04

Произведем группировку 20 коммерческих банков РФ по величине капитала.

При образовании групп с равными интервалами, величина интервала определяется по формуле:

$$i = \frac{X_{\max} - X_{\min}}{n} = (2,5 - 0,04) / 5 = 0,492$$

где  $X_{\max}$  и  $X_{\min}$  — максимальное и минимальное значение признака соответственно,  
 $n$  — число групп.

Таблица 2

## Определение интервалов

Интервал	Кол-во банков
0,04–0,53	6
0,53–1,02	7
1,02–1,516	5
1,516–2,008	1
2,008–2,5	1
Сумма	20

Вывод: из проанализированных 20 банков — 1 банк имеет наибольшую величину капитала в пределах от 2,008 до 2,5 млн. рублей.

Найдем накопленные частоты  $P_n$ .

Произведем такую последовательность действий:

Рассчитаем частоты ( $w_i$ ) используя данные из столбца «Частота» по формуле (1):

$$w_i = \frac{f_i}{\sum f_i} \quad (1)$$

2) Находим накопленные частоты  $P_n$  по формуле

$$P_n = \sum_{i=1}^n w_i \quad (2)$$

По нашим данным составим таблицу 3.

Таблица 3

Нахождение  $q_i$  по интервалам

h	fi	Wi, %	xi	Xi*fi	Wi/h	Fi (сумма)	Pi	qi = xi*fi/сумму (xi*fi)	Сумма qi
0,04–0,53	6	0,3	0,28	1,68	0,69	6	0,3	0,07	0,07
0,53–1,02	7	0,35	0,77	5,39	0,71	13	0,65	0,23	0,3
1,02–1,516	5	0,25	2,53	12,65	0,51	18	0,9	0,54	0,84
1,516–2,008	1	0,05	1,76	1,76	0,10	19	0,95	0,07	0,93
2,008–2,5	1	0,05	2,25	1,76	0,10	20	1	0,07	1
всего	20			23,24					

Из данных в таблице 3 построим гистограмму Лоренса:



Рис. 1. Кривая Лоренца

Найдем коэффициент Лоренса:

pi-qi		
0,23		
0,58		
0,83		
0,88		
0,93		
3,45 (сумма)		
	Коэффициент Лоренса	1,725

Вывод: Коэффициент Лоренца равен 1,725, значит наблюдается средний уровень количества собственного капитала в крупных банках России.  $K > 1$ , следовательно не-равномерное распределение.

*Литература:*

1. Интернет ресурс: [http://finance\\_loan.academic.ru/687/КАПИТАЛ\\_БАНКА](http://finance_loan.academic.ru/687/КАПИТАЛ_БАНКА)
2. Временная экономика. Общедоступный курс/Под ред. Мамедовова О.Ю. — Ростов н/Д.: изд-во «Феникс», 1998. (с 256—269).
3. Фишер, С., Дорнбуш Р., Шмалензи Р.»ЭКОНОМИКА», М:1993 г.









## Применение новых маркетинговых технологий в сфере потребительского кредитования

Смоленская Оксана Викторовна, преподаватель

Балаковский институт экономики и бизнеса Российского экономического университета имени Г.В. Плеханова

**Ключевые слова:** *потребительский кредит, сегментация рынка, клиентоориентированность, стратегия доступности, стратегия выгодного предложения, демпинговые банковские продукты.*

Несмотря на небольшое сокращение количества розничных кредитов в портфелях банков, большинство все же не собирается отказываться от розничного кредитования. Многие коммерчески банки разрабатывают новые программы для привлечения неохваченных категорий клиентов. Немаловажную роль играют маркетинговые действия банка на финансовом рынке.

Сам потребительский кредит способствует проведению некоторых маркетинговых исследований, на основании которых в дальнейшем корректируется и сам процесс потребительского кредитования. Анализы сосредоточены на следующих направлениях:

1. Сегментация рынка;
2. Мотивация потребителей;
3. Выявление неудовлетворенных нужд покупателей.

Потребительское кредитование дает возможность банкам увеличить продажи своих кредитных продуктов. Анализ способствует выявлению заложенных и скрытых возможностей расширения клиентуры, сбыта продукта. Анализ помогает выявить нужды клиентов и сделать банковские продукты клиентоориентированными.

Часто проводится сегментация рынка потребителей по схожим потребностям в банковских продуктах.

При этом сегментация проводится по двум направлениям:

1. Деление рынка на группы потребителей;
2. Деление на виды предлагаемых услуг.

В результате таких группировок можно составить общую картину потребностей в данный момент времени и проанализировать дальнейшие изменения. Вследствие чего банк ориентирует свою кредитную политику в сфере потребительского кредита в ту или иную отрасль, в тот или иной вид кредита, на тех или иных потребителей.

Также маркетинг позволяет оценить возможности банка на данном рынке. Таким образом, именно потребители, их желания, влияют на потребительский кредит, так как в современных условиях деятельность любого банка является клиентоориентированной.

На рынке потребительского кредитования, как на рынке с постоянно меняющейся обстановкой принципиально правильно использование разнообразных маркетинговых технологий и стратегий.

Выделяют чаще всего два вида стратегий потребительского кредитования, которые свойственны российскому

рынку. К этим стратегиям относится стратегия доступности и стратегия выгодного предложения [1].

*Стратегия доступности* направлена на расширение круга людей, которым будет доступен этот кредит. При этом используются минимальные требования к заемщику. Так заемщику не надо представлять справки подтверждающие доход, дело о выдаче кредита рассматривается на основе скорринговых технологий в течение дня. При этом кредиты в стратегии доступности отличаются следующими параметрами:

1. Небольшими суммами (около 100000 рублей)
2. Коротким сроком кредитования (1–2 года)
3. Простотой оформления
4. Высокой стоимостью

В данном случае высокая стоимость заложена не только в ставке кредита, но и в комиссиях. Часто практикуется скрытая комиссия, которую потребитель часто не в состоянии выявить сразу. Несмотря на такую дороговизну именно доступность данного кредита и нашла своих клиентов.

Доступные кредиты чаще всего продают через точки продаж у торговых партнеров: в салонах сотовой связи, магазинах бытовой техники и так далее. При этом торговые партнеры получают комиссионные за заключенные договоры кредитования.

После того, как банк сформировал свою клиентскую базу на экспресс-кредитах он может начать продажу уже через свою собственную сеть. Так банк «Русский Стандарт» начал активно продвигать кредитные карты и предоставлять кредит наличными на любые нужды через сбытовую сеть.

Подобная организация продаж является одной из стратегий доступности. Неважно, куда приходит клиент, в точку продажи или в сам банк, он всё равно получит свой кредит быстро без лишних документов.

*Стратегия выгодного предложения* состоит в том, что заемщика привлекает не быстрота кредита, а низкая стоимость заемных средств. Они выдаются на более длительный срок и на более крупные суммы. Здесь идёт оппор на выгодные ценовые условия. В свою очередь, чтобы получить такой кредит необходимо предоставить максимум документов, заключающих в себе информацию о заемщике. Чаще всего требуется справка 2НДФЛ или справка по форме банка. Оценить платежеспособность клиента можно и по другим признакам — на основании наличия

имущества заемщика и его расходов. Однако такая косвенная оценка заемщика не популярна в России, так как требует сбора большого количества информации самостоятельно и не имеется строгих программ по анализу этой информации. Заемщику в свою очередь выгоднее принести справку о доходах, чем описывать и доказывать все свои расходы.

При этом о срочности кредита говорить не приходится. Банку необходимо время, чтобы проанализировать предоставленные документы и выявить группу платежеспособности заемщика. Вследствие чего вероятность несения рисков банком снижается, и на основе этого и строятся выгодные условия.

Если заемщик желает получить особо крупные суммы, то с него причитается залог имущества, поручительство, легальные высокие доходы. Подводя итог, отметим, что для получения выгодных условий клиент должен быть ориентирован на долгую, серьезную и продуктивную работу с банком.

В рамках стратегии выгодного предложения банк продаёт такие кредиты через собственные каналы продаж, так как такие кредиты не имеют мгновенного действия, а требуют долгого анализа и тщательной работы с клиентом.

Выгодные кредиты дают на более крупные суммы, чем экспресс-кредиты, и на срок от 1 до 5 лет. Чаще всего это потребительские кредиты на любые нужды.

Если же заемщик хочет получить меньшую сумму, то ему может быть предложена кредитная карта на выгодных условиях.

Существует два маркетинговых варианта продвижения выгодных кредитов. В первом варианте кредит позиционируется как потребительский кредит на любые нужды. Во втором варианте кредит разбивается на группы в соответствии с целями: на свадьбу, строительство, ремонт квартиры, торжество, путешествие и тому подобное.

Современные российские коммерческие банки можно подразделить на 3 группы относительно стратегий кредитования:

1. Федеральные сетевые
2. Монопродуктовые
3. Опорные региональные

Признак федеральных сетевых банков — широкая сбытовая сеть и жесткая политика управления риском. Здесь основной акцент сделан на портфеле кредитов выгодного предложения. Экспресс-кредитами они чаще всего не занимаются. К таким банкам можно отнести Сбербанк, Внешторгбанк, УРАЛСИБ.

Монопродуктовые банки построили свою технологию продаж, фондирования и управления рисками под продажу одного продукта или под группу однородных кредитов. У них не такая развитая сбытовая сеть, как у федеральных сетевых. Они сосредоточены чаще всего на стратегии доступности. Примеры таких банков: «Русский Стандарт», «Хоум Кредит Банк» и другие.

Опорно-региональные банки имеют свое преимущество — отличительную черту — наличие сбытовой сети

в своем субъекте Российской Федерации. Если анализировать их на региональном уровне, то по числу офисов и продаж их может опережать разве что только Сбербанк.

Опорно-региональные банки часто используют обе стратегии продаж. Так, долго работая на одном локальном уровне, они могут четко оценить, какая стратегия выгодна и какие возможности достижения успеха по одной из этих стратегий.

С одной стороны у них хорошо развиты классические потребительские кредиты стратегии выгодного предложения. С другой же — у них есть возможности реализовываться в стратегии доступности. Всё зависит от предпочтений клиентов. К таким банкам в Саратовской области можно отнести Экономбанк, банк «Агророс».

Таким образом, выбор стратегии потребительского кредитования заложен в риске и особенностях участников рынка. Поэтому банки выбирают те стратегии, которые высоко позиционируют себя на финансовом рынке, на котором работает данный банк.

Одной из технологий потребительского кредитования является кредитование по низким процентным ставкам. Но при этом, наличие комиссии покрывает эти низкие ставки. Многие банки после того, как клиент уже успешно погасил кредит, предлагают ему новый кредит с более низкой и выгодной процентной ставкой. Таким образом, банк не теряет клиента и привлекает новых.

Немаловажное значение имеет проведение разнообразных акций для клиентов с положительной кредитной историей. Если человек, обратившийся в банк, имеет хорошую кредитную историю, то он становится участником акции, по которой получает кредит по ставке ниже базовой.

Некоторые банки практикуют демпинговые банковские продукты. В данном случае к ним относится кредит по цене, ниже его себестоимости. Это, например, кредиты «без переплат». В таком случае величину процентной ставки компенсируют торгово-сервисные предприятия партнеры. Таким образом, в выигрыше остаются все. Заемщики не переплачивают, предприятия увеличивают продажи, банки получают доход. Но данное кредитование свойственно только дорогостоящим покупателям. Банк как экономический субъект не желает кредитовать эконом-класс с вероятностью получения убытка, поэтому данное кредитование ориентированно исключительно на население с высоким уровнем дохода.

В случае, когда банки не могут давать кредиты по пониженным ставкам упор делается на удобство займов. Ведь часто потенциальных заемщиков отпугивает длинный список документов, необходимых для получения кредита. Однако при упрощении требований к заемщикам возрастают кредитные риски.

Часто банки в своих рекламных продуктах создают иллюзию доступности. Например, рекламная фраза «Кредит без документов» в некоторых случаях не всегда означает, что необходим только паспорт. Таким образом, банки привлекают клиентов в свой банк. Минимальный комплект



документов чаще всего требуется только для оформления покупки товара в кредит, экспресс-кредиты.

Упрощение процедуры предоставления документов и сокращение пакета документов банк может проводить, если уверен, что у него качественно и продуктивно работает технология по оценке заемщиков. В противном случае с увеличением количества клиентов в прямой зависимости возрастает число недобросовестных заемщиков. В данной технологии отлично работает скоринговая модель оценки заемщика на основе анкеты.

Упрощенный порядок предоставления документов ориентирован только на часть потенциальных заемщиков. Другая же часть предпочитает низкие процентные ставки,

а предоставление необходимых документов для них не является сложностью [2].

Таким образом, осуществляя процесс потребительского кредитования, банк ориентируется на потребителей: проводит маркетинговые исследования рынка потребителей, выявляет их потребности, оценивает их возможности. Если же банк ориентируется на экспресс-кредиты, то в данном случае опора идет не на работу с клиентом, а на высокие процентные ставки, которые и должны покрыть высокие риски. Важными составляющими процесса потребительского кредитования является снижение рисков путем либо анализа и работы с клиентом, либо установления высоких процентных ставок.

#### *Литература:*

1. [www.consult-cct.ru](http://www.consult-cct.ru) Стратегии участников рынка потребительского кредитования: Сергей Бреусенков, заместитель руководителя Исполнительной дирекции маркетинга розничного бизнеса, банк УралСиб
2. [lf.rbc.ru](http://lf.rbc.ru) Потребительское кредитование: Банки привлекают клиентов нетрадиционными методами. Александр Лебедев.

## 10. УЧЕТ, АНАЛИЗ И АУДИТ

### Проблемы учетно-аналитического обеспечения контроллинга на современных предприятиях

Бондаренко Александр Александрович, магистрант  
Государственный университет управления

*В статье автор исследует проблемы учетно-аналитического обеспечения контроллинга, его роль в решении задач, стоящих перед менеджментом предприятия. Рассмотрены основные задачи информационного обеспечения управления бизнесом.*

**Ключевые слова:** контроллинг, управленческий учет, система управления, учетно-аналитическое обеспечение, менеджмент.

Все большее развитие рыночных отношений, а также расширение хозяйственных связей на российских предприятиях вызывает необходимость уделения внимания новейшим инструментам управления бизнесом, среди которых особое место занимает контроллинг и его учетно-аналитическое обеспечение.

Контроллинг в последнее время из модного тренда наиболее крупных российских корпораций постепенно начинает превращаться в актуальный инструмент менеджмента на стыке управленческого учета и собственно, управления. Эта тенденция обусловлена появлением и развитием собственной более осмысленной теоретической платформы, возросшей конкуренцией в секторах экономики максимально изолированной от административно-бюрократического вмешательства государства, усложнением технико-технологических процессов, организационно-экономической структуры корпораций, и еще целой группой производных факторов [1].

По мнению большинства теоретиков, контроллинг является одним из перспективных инструментов менеджмента и в тоже время рыночным методом хозяйствования, затрагивает все плоскости деятельности предприятия. Главная ось концепции контроллинга — информация о функционировании предприятия (внутренний контур) и состоянии внешних факторов среды (внешний контур), отсюда следует ее постоянный сбор, анализ, отсев и планирование. Таким образом, с жесткой специализацией контроллинга на информацию, как основной вид самоидентификации, увеличивается ее поток и плотность, которые в свою очередь логически требуют систематизации и унификации для подачи менеджменту. На этом этапе контроллинг, отчасти, приобретает черты субъектности, и непосредственным образом влияет на принятие решений менеджментом, непосредственно отвечая за результаты управленческих решений. Исходя из своего не-

посредственного функционала, контроллинг замыкает на себе основные потоки операционной, стратегической и финансовой информации, с целью координации, отчасти формирования, управленческих решений, при этом контроллинг просто не может не быть в пределах конкретного предприятия наиболее качественным центром приема, обработки, анализа, передачи и хранения знаний.

Для обеспечения менеджмента оптимальной, систематизированной, структурированной информацией, имеющей связь с реальностью, контроллеры должны озаботиться прежде всего вопросом своевременности, обеспечив при этом менеджменту доступность основной идеи отчета, его нацеленности именно на тех цифрах тренда, которые необходимо иметь для принятия управленческого решения. В условиях организации невыполнение этих условий резко сужает обзор стратегического и тактического видения управленцев, приводит к тем или иным ошибкам. В решении этого вопроса, на первую роль выходит система учета предприятия, прежде всего управленческого учета, как наиболее ориентированного на будущее, на оперативную и стратегическую перспективу.

При возрастании информационного потока, необходимого для более детальной проработки управленческого решения менеджментом, при одновременном уменьшении времени на проработку информации, увеличивается количество событий операционной и финансовой деятельности организации, подпадающих под анализ службы контроллинга.

Математическое моделирование операций контроллинга, отраженных в управленческом учете, даст возможность отразить реальное положение дел в организации и с максимальной точностью говорить о тенденциях развития ситуации. Проработка же трендов состояния рынка с помощью эконометрических инструментов из арсенала контроллеров, позволит говорить о будущем всего внеш-

него контура, о динамике и соотношениях основных показателей, по большому счету — это самое ценное, что может дать контроллинг правлению предприятия, надежный компас на краткосрочную и среднесрочную перспективу.

Исходя из этого, менеджменту не следует экономить на разработке и внедрении теоретической платформы и производственной культуры контроллинга. Мировой производственный опыт показывает — математическое моделирование тех или иных событий, многократная проработка различных сценариев, обходится на порядки дешевле, чем принятие менеджментом ошибочных стратегических решений.

В качестве нового концепта менеджмента, контроллинг стал позиционироваться примерно в 70-х годах 20 века. Российские теоретики контроллинга, по понятным причинам опираются на системные разработки и исследования иностранных авторов, главным образом — немецких. [1,2].

Корни контроллинга в государственном секторе можно найти в должностях «Contrjller of the Currency» (руководитель государственного банковского надзора в 1863 году) и «Comtroller general» во главе Высшего аудиторского агентства (с 1921 года) в США. Эти истоки в области бухгалтерского учета и контроля соответствуют двум обязанностям контроллеров, ключевое значение которых, как будет дальше детально показано, не изменилось и по сей день [1].

В частном секторе, контроллеры (Названные как «Comptrollers») впервые появились в транспортной компании Atchison, Topeka&Santa Fe Railway Sistem (1880). «Comptrollers» по существу выполняли финансовые обязанности: «Обязанности Comptrollers в основном финансовые и связанные с облигациями, акциями и ценными бумагами, принадлежащими компании» (из устава компании Santa Fe, цит. Jackson, 1949, с. 8, пер. с англ.). Широкое распространение должность контроллера получила гораздо позже, с 1920 годов. Эмпирическое исследование, проведенное в 1948 году Jackson среди 143 американских предприятий, показало, что у должности «контроллер» «средний возраст» около 20 лет.

В связи с этим типичный набор задач контроллера, также изменился: к их обязанностям бухгалтера, аудитора и казначея, которые заключались в основном в отслеживании уже совершенных операций, добавились планирование на основе учета, а также координирование и анализ связанных с бюджетом данных. Это объясняет, почему значение контроллера увеличилось, и произошла институциональная модернизация его роли.

В Германии до первой половины 20 века отсутствует заметное развития концепции контроллинга, при этом задачи, которые контроллинг призван решать, стали возникать в конце 19 века на заводах «Крупп» и «Тиссен». Первые подразделения контроллинга в Германии были организованы в середине 20 века. [1].

В отечественной экономике на контроллинг начали обращать внимание в начале 1990 гг., в качестве модной

тенденции либерально-рыночного хозяйствования. В период с 1991 по 1995 гг. — происходит отождествление контроллинга с учетом затрат; 1996–1997 гг. — понимание контроллинга, как учет затрат и результатов; 1999 — охват контроллингом бюджетирования, планирования, управления затратами; с 2000 г. — доминирует концепция контроллинга, как поставщика и систематизатора информации для управленцев, координатора операционной деятельности организации.

Попытка определить контроллинг как «центральный орган системы информации компании» достаточно проблематична. Контроллингу в данном случае приписывается множество задач, начиная от определения требований к информации в сотрудничестве с теми, кто в ней нуждается, до обеспечения информацией и комментариев к ней. Иногда контроллинг ограничивают областью «информационно-экономического измерения», в надежде суметь воспротивиться «проявлению всемогущества» контроллинга.

Тем не менее, есть все основания сомневаться, что это разумный способ решения вопроса о размеживании задач контроллинга. Такой подход не предлагает ничего кроме как выявления областей исследования (информационные системы и информационная экономика), которые были изучены в течение длительного времени. Это не очень убедительно, особенно если учесть, что обязанности контроллеров на практике выходят далеко за рамки информационных задач.

Другой взгляд на контроллинг, как на один из сегментов корпоративного управления, влияющий на конкретные результаты, на планомерное управление компанией.

Взгляд на контроллинг как на кибернетический контур регулирования, синонимичен «планомерному управлению предприятием», в то же время, он тесно связан с функционом контроллера: должности контроллера появляются тогда, когда предприниматели в связи с ростом и динамикой среды хотели изменить управление, когда от персональных указаний функция по составлению планов перешла к должностным лицам (или, по крайней мере, сопровождающим). Управление, которое в основном фиксируется на персоналиях, как это обычно бывает в средних компаниях, или на бюрократии, основанной на правилах управления, которые есть в государственном секторе, исповедует другую «управленческую философию». Контроллинг при этом определяется как специфическая форма или философия управления. Большая часть литературы по менеджменту, однако, уже посвящена «плановому» управлению компаниями. Кроме того, планирование будет полностью поглощено контроллингом с этой точки зрения.

Зачастую главную задачу контроллинга видят в координации различных подсистем управления. С принятием на себя координационной задачи, контроллинг стремится к тому, чтобы руководство достигло своей цели эффективно и производительно. Дефицит координации в системе управления снижает эффективность и производитель-

ность. Например, если внедряется новая система оплаты труда, без обеспечения необходимой качественной информацией, это может привести к демотивации, снижению производительности и противодействию менеджменту. Задача координации достигает своих пределов, когда становится слишком дорогой в реализации или не хватает знаний для ее реализации.

Дальнейшее качественное развитие института контроллинга находится в зависимости от целого ряда объективных факторов. У контроллеров нет права останавливаться на достигнутом, это грозит стагнацией. Развитие все более сложных систем управления (теория ограни-

чения производства, теория бережливого производства, теория 6 сигм) требует новых решений, постоянных изменений, гибких доктрин развития. У контроллеров появляются новые гибридные в профессиональном смысле конкуренты — битроллеры, с базовым бухгалтерским образованием. На данный момент, контроллеры в основной своей массе, не обладают необходимой гибкостью для работы в условиях быстрых изменений, если эта проблема не будет решена в ближайшее время — контроллеры столкнутся с жесткой конкуренцией со стороны бухгалтеров с расширенным функционалом, прежде всего со специалистами по управленческому учету.

#### Литература:

1. Вебер, Ю. Введение в контроллинг/Ю. Вебер, У. Шеффер; пер. с нем. Под. ред. и с предисл. проф., д. э. н. С. Г. Фалько. — М.: Изд-во НП «Объединение контроллеров». 2014.
2. Голдсби, Т. Бережливое производство и 6 сигм в логистике: рук. По оптимизации логистических процессов/Томас Голдсби, Роберт Мартиченко; перевел с англ. Т. О. Ежов; науч. ред. Р. В. Морозов. — Минск: Гревцов Паблишер, 2009.
3. Анискин, Ю. П. Планирование и контроллинг: учебник по специальности «Менеджмент организации»/Ю. П. Анискин, А. М. Павлова. — 2-е изд. — М.: Омега-Л, 2010.
4. Баринова, Л. Е., Протасьев В. Б. Новые подходы к организации внедрения системы контроллинга в корпоративную структуру: Учебник для ВУЗов. М.: ИНФРА-М, 2009.
5. Контроллинг в бизнесе. Методологические и практические основы построения контроллинга в организациях/Карминский А. М., Оленев Н. И., Примаков А. Г., Фалько С. Г. — 2-е изд. — М.: Финансы и статистика, 2009.
6. Малышева, Л. А. Контроллинг на предприятии //Открытие системы — 2010. — № 1–2.
7. Хан, Д., Планирование и контроль: концепция контроллинга/Пер. с нем. — М.: Финансы и статистика, 1997.

## Экономический анализ и его роль в системе управления деятельностью спортивной организации

Волгапова Анна Николаевна, магистрант  
Мордовский государственный университет имени Н. П. Огарева

*Статья посвящена определению роли экономического анализа в принятии управленческих решений администрацией спортивной организации.*

**Ключевые слова:** система управления, спортивная организация, финансовый анализ, управленческий анализ, экономический анализ.

Неотъемлемой и все более значимой частью государственной политики становится стратегия развития физической культуры и массового спорта, которая направлена на обеспечение выполнения образовательной, духовно-нравственной и социально-биологической функций. Цель стратегии развития физической культуры и спорта в Российской Федерации на период до 2020 года заключается в создании «условий, обеспечивающих возможность для граждан страны вести здоровый образ жизни, систематически заниматься физической культурой и спортом, получить доступ к развитой спортивной инфраструктуре, а также повысить конкурентоспособность российского спорта» [6].

Усиленное внимание к данному многофункциональному явлению социальной реальности наряду с укреплением здоровья и увеличением продолжительности жизни людей связано с ростом социально-экономического потенциала страны. В системе физической культуры и спорта сконцентрированы большие материальные и финансовые активы, стало возможным увеличение трудовых и управленческих ресурсов. Именно это обуславливает необходимость создания и развития условий, ориентирующих население на здоровый образ жизни.

Непосредственное решение имеющейся задачи в значительной степени возложено на предпринимательство,

которое позволяет зарабатывать денежные средства в сфере российского и международного спорта. Современная спортивная индустрия не исчерпывается спортивными, физкультурными и туристическими организациями всех форм собственности. Спортивный бизнес включает также и специализированные масс-медиа, сферу производства спортивного инвентаря, одежды и аксессуаров.

О положительной тенденции в развитии спортивного бизнеса говорит увеличение количества современных спортивных объектов, вовлечение в данную сферу миллионов людей, которые занимаются двигательной активностью, восстановлением трудового потенциала, ведением здорового образа жизни.

Деятельность организаций спортивной индустрии должна заключаться в предоставлении качественных социально-культурных услуг населению и проведении оздоровительных и спортивных мероприятий, способствовать развитию спорта, привлекать население к занятиям физической культурой и спортом, пропагандировать здоровый образ жизни. Однако конечной целью коммерческой физкультурно-спортивной организации является получение прибыли путем рациональной организации труда.

Осуществление последней в условиях возрастающей конкуренции в сфере спортивного бизнеса практически невозможно без налаженной системы управления. Требование к её качественному функционированию в современных условиях обусловлено как усложненными финансовыми отношениями внутри организации, так и нестабильностью внешней экономической среды.

В спортивной организации, как и в любом другом экономическом субъекте, оцениваются реальные процессы, происходящие в конкретных условиях, направляются действия на достижение поставленных целей. На основании стандартных принципов планирования, контроля и управления функциональными элементами осуществляется выполнение плана по предоставлению спортивных услуг.

Рациональное обоснование текущей деятельности и ближайшую перспективу развития организации в системе управления обеспечивает экономический анализ.

«Экономический анализ — это научный способ познания сущности экономических явлений и процессов, основанный на расчленении их на составные части и изучении их во всем многообразии связей и зависимостей» [5, с. 6].

Применение анализа в процессе познания позволяет выявить сущность рассматриваемого явления, выявить возможные тенденции изменений в объекте деятельности, их влияние на отдельные элементы. Анализ как метод научного познания в единстве с «синтезом» широко используется в форме экономического анализа.

Экономический анализ важен для прогнозирования в процессе развития спортивной организации, направляет на исследование и оценку фактической информации о ходе деятельности. Применение различных способов сбора, группировки и аналитической обработки информации снижает риск принятия неэффективных управленческих решений [2, с. 12].

Современная рыночная экономика порождает потребность в дифференциации анализа в системе управления. Выделяют внутренний управленческий и внешний финансовый анализ. В данном случае управленческому анализу противопоставляется не вообще финансовый анализ как анализ финансовых показателей, а финансовый анализ именно для внешних пользователей информации. Такого мнения придерживаются многие отечественные ученые [4, с. 5].

Субъектами внешнего финансового анализа, как правило, выступают преимущественно такие категории пользователей, которые не занимаются управлением организацией непосредственно, но интересуются, насколько успешна ее деятельность. К ним относятся налоговые органы, страховые компании, банки, поставщики, инвесторы, органы исполнительной власти, статистические управления, другие юридические и физические лица, заинтересованные в финансовой устойчивости предприятия. Данные пользователи не имеют доступа к внутрифирменной информации, их информационная база ограничивается публичной финансовой отчетностью.

Целью внешнего анализа является оценка имущественного состава предприятия, его платежеспособности, интенсивности использования капитала и прибыли, финансовой устойчивости, прогнозирования доходов и потоков денежных средств.

Управленческому анализу как информационно-аналитическому обеспечению принимаемых решений в организации характерен комплексный подход к производственным и финансовым показателям.

Конфиденциальный характер имеет управленческий (внутренний) анализ, предназначенный для планирования, контроля и принятия оперативных управленческих решений с целью повышения их эффективности. Данный вид анализа призван обосновать сделанные шаги в условиях глобализации рынка.

Результаты деятельности предприятия зависят от правильного управления комплексом факторов, следствием чего является достижение основного результата — прибыльности.

Деление экономического анализа на виды носит несколько условный характер, поскольку как управленческий (внутренний), так и финансовый (внешний) являются взаимосвязанными между собой. Во-первых, они дополняют друг друга информацией, обеспечивая таким образом систему управления аналитическими данными, во-вторых, прогнозируют финансовое развитие спортивной организации на будущий период.

Управленческие решения должны быть логически увязаны, конечные финансовые результаты заранее запланированы с целью увеличения эффективности системы управления. Обеспечение баланса между расходами на достижение результатов и текущими расходами остается одной из актуальных проблем в деятельности спортивной организации [3].



Для благополучного функционирования финансово-хозяйственной деятельности спортивной организации в рамках управленческого анализа необходимы:

- анализ предыдущих периодов финансовой деятельности спортивной организации с целью выявления доходов, которые отличаются прибыльностью, а также тех расходов, которые не оправдывают вложенные средства;

- осуществление финансового планирования спортивной организации на краткосрочный (до 1 года), среднесрочный (на 2—3 года) и долгосрочный (до 5 лет и более) периоды для упорядоченного движения и взаимоувязки финансов;

- осуществление бизнес-планирования коммерческих проектов и отдельных бизнес-операций спортивной организации;

- создание информационной базы для принятия управленческих решений [1].

Для выполнения стоящих перед системой управления задач, необходимо использовать финансовый механизм, которым могут выступать такие инструменты, как банковские депозиты, заемные и валютные операции, ценные бумаги.

Эффективность управления финансовыми активами спортивной организации заключается в приобретении в достаточном количестве финансовых инструментов, которые могли бы обеспечить доходность, надежность и приемлемую реализацию услуг.

В современных условиях как для анализа финансовой деятельности спортивной организации, так и для принятия управленческих решений важным основанием является использование информации, характеризующей экономическую сторону производства. Полномерное управление организацией не может проводиться без своевременной и достоверной информации о проблемной ситуации. При-

нятие управленческого решения базируется на анализе специально собранной и обработанной информации.

Главной финансовой стратегией в деятельности спортивной организации является увеличение собственного капитала и обеспечение устойчивого положения на рынке. Для этого в управленческом процессе необходимо поддержание платежеспособности и рентабельности, оптимального соотношения показателей затрат и доходов.

Получить качественную информацию удастся благодаря использованию специальных методов и средств обработки, таких, как сравнение, аналогия, индукция, дедукция, анализ, синтез и другие. Деловая информация способствует выявлению неопределённых и связанных с риском обстоятельств.

Для принятия управленческих решений важно иметь информацию о ценах на продукцию организаций, конкурирующих на соответствующей нише рынка. Также необходимы данные об ожидаемом спросе на продукцию по альтернативным ценам, важно на разных уровнях управления прогнозировать затраты. В конечном итоге на практике проводится сравнительная оценка альтернативных вариантов действий и выбор того, который в наибольшей степени отвечает целям организации.

Таким образом, роль экономического анализа в системе управления спортивной организацией очевидна. Познание финансово-хозяйственных операций носит взаимосвязанный характер, объединяет теорию принятия решений с реальным рычагом управления экономическими объектами. Выявление проблемной ситуации благодаря экономическому анализу позволяет построить схему дальнейшего функционирования спортивной организации в современных условиях. Устойчивое и стабильное развитие спортивной организации зависит от успешного выполнения финансового плана.

#### Литература:

1. Галкин, В. В. Задачи и функции финансового менеджера в спортивных организациях [Электронный ресурс]. — август, 2011. — Режим доступа: <http://vadim-galkin.ru/sport-2/sport/functions-of-financial-manager/>.
2. Куприянова, Л. М. Экономический анализ: учеб. пособие / Л. М. Куприянова. — М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. — 159 с.
3. Окороков, В. Л. Бюджетирование в системе управления финансами: автореф. дис. ... канд. экон. наук / В. Л. Окороков. — М., 2013. — 30 с.
4. Сигидов, Ю. И. Место управленческого учета и анализа в системе управления организацией, и их влияние на эффективность подготовки и принятия управленческих решений / Ю. И. Сигидов, В. В. Шоль, А. А. Баранников // Политематический сетевой электронный научный журнал Кубанского государственного аграрного университета (Научный журнал КубГАУ) [Электронный ресурс]. — Краснодар: КубГАУ, 2013. — № 07 (091). с. 101—130. — Режим доступа: <http://ej.kubagro.ru/2013/07/pdf/07.pdf>.
5. Скамай, Л. Г. Экономический анализ деятельности предприятия: учебник / Л. Г. Скамай, М. И. Трубочкина. — М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. — 378 с.
6. Стратегия развития физической культуры и спорта в Российской Федерации на период до 2020 года [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://fizvosp.ru/assets/media/d1/ee/1370.pdf>.

## Аттестация аудиторов в РФ

Гарифуллина Алина Арсиновна, магистрант

Российский государственный университет нефти и газа имени И.М. Губкина

Аттестация аудиторов в России была введена Указом Президента РФ от 22 декабря 1993 г. N 2263 «Об аудиторской деятельности в Российской Федерации», утвердившим Временные правила, в соответствии с которыми все физические лица, занимающиеся аудиторской деятельностью, обязаны пройти аттестацию на право осуществления указанной деятельности. Выполнение требования об аттестации является своеобразным «пропуском» в профессию аудитора.

Профессия аудитора является общественно значимой, что подразумевает признание своей ответственности перед обществом. Несмотря на то, что рынок аудиторских услуг сравнительно молод в России, он развивается быстрыми темпами. Сегодня это самостоятельный сегмент бизнеса с большим годовым оборотом и множеством занятых в нем специалистов.

**Обучение и аттестация и аудиторов.** Система образования аудиторов, созданная на этапе становления аудита в России и позволившая сформировать действующий институт аудиторов, строилась на сочетании двух основных принципов — централизации и децентрализации. *Централизованная составляющая* системы образования выражалась в том, что ключевые вопросы учебного процесса решались уполномоченным федеральным органом — Минфином России. Так, Совет по аудиторской деятельности при Минфине России и его комиссии разрабатывали, в частности:

- единые программы квалификационных экзаменов претендентов на получение квалификационного аттестата аудитора и единые программы повышения квалификации аудиторов, которые утверждались Минфином России;

- методические материалы для проведения квалификационных экзаменов.

*Децентрализованная составляющая* учитывала размеры России. В связи с этим процесс обучения осуществляла сеть учебно-методических центров (УМЦ), которые создавались, как правило, при высших учебных заведениях страны в различных регионах по установленным Минфином России правилам и аккредитовывались при нем.

В результате в стране сложилась единая система специализированных учебных заведений с постоянным составом квалифицированных кадров, умеющих владеть аудиторией профессионалов, быть им необходимой, давать новые знания, обсуждать и разъяснять сложные ситуации и тем самым помогать аудиторам формировать свое профессиональное суждение.

Однако из-за быстрого роста числа аудиторов и, как следствие, учреждений обучения, контроль за обуче-

нием аудиторов и за работой этих учреждений из одного центра стал затруднителен [3].

С принятием Федерального закона от 30.12.08 г. № 307-ФЗ «Об аудиторской деятельности» в аудиторской среде была создана новая структура — *саморегулируемая организация аудиторов (СРОА)*, наделенная полномочиями в области организации и контроля за аудиторской деятельностью, в том числе и в области обучения аудиторов. Так, СРОА:

- разрабатывает и утверждает программы повышения квалификации аудиторов;

- организует предквалификационное обучение лиц, желающих заниматься аудиторской деятельностью;

- осуществляет регулярные проверки качества проведения повышения квалификации.

Благодаря этому стало возможным повышение контроля как за аудиторами, так и за деятельностью учебных центров.

На первых совместных совещаниях СРОА были согласованы единые критерии аккредитации УМЦ для обучения и повышения квалификации аудиторов. УМЦ могут быть аккредитованы при нескольких СРОА.

Заметим, что аудитор может повышать свою квалификацию в любой образовательной организации, внесенной в реестр СРОА, членом которой он является, и выбирать для обучения любую из программ повышения квалификации, утвержденных СРОА.

### Единый квалификационный аттестат

Как известно, в России было четыре аттестата аудитора:

- по общему аудиту;
- по аудиту страховых организаций и обществ взаимного страхования;
- по аудиту бирж, внебюджетных фондов и инвестиционных институтов;
- по аудиту кредитных организаций, банковских групп и банковских холдингов.

Начиная с IV квартала 2009 г. квалификационные экзамены на получение аттестатов по аудиту страховых организаций и обществ взаимного страхования и аудиту бирж, внебюджетных фондов и инвестиционных институтов были отменены. Все претенденты сдавали квалификационный экзамен по программе общего аудита, в каждый раздел которой были включены вопросы по отраслевым особенностям деятельности страховых организаций и обществ взаимного страхования, а также бирж, внебюджетных фондов и инвестиционных институтов.

Претенденты, успешно сдавшие квалификационный экзамен, получали *аттестат по общему аудиту*, пре-

доставляющий право осуществлять аудиторскую деятельность и де-юре, и де-факто только в организациях, относящихся к области общего аудита. В страховых организациях, на биржах и во внебюджетных фондах единый аттестат давал право осуществлять аудиторскую деятельность только де-юре. Это обусловлено тем, что знаний отраслевых особенностей в объеме, включенном в программу квалификационного экзамена, было недостаточно для проведения профессионально грамотного аудита в страховых организациях, на биржах и во внебюджетных фондах. Поэтому аудиторы, желающие специализироваться по аудиту этих организаций, должны были первоначально изучить спецкурсы по особенностям правового регулирования, бухгалтерского учета и отчетности, налогообложения, финансов и анализа и аудита страховых организаций и бирж, внебюджетных фондов и инвестиционных институтов. Программы по этим спецкурсам рассматриваются как программы повышения квалификации.

Начиная с 1 января 2011 года изложенный порядок получения единого квалификационного аттестата аудитора распространяется и на аудит кредитных организаций, банковских групп и банковских холдингов. Таким образом, если претендент, получая единый аттестат аудитора после 1 января 2011 года, желает специализироваться по банковскому аудиту, он должен будет сдать квалификационный экзамен по программе общего аудита, в каждом разделе которой будут содержаться вопросы по особенностям отдельных отраслей экономики, включая и деятельность кредитных организаций, а после этого изучить спецкурс повышения квалификации по аудиту в кредитных организациях [4].

За овладение этими программами повышения квалификации, которые де-факто дают специалисту право осуществлять аудит в особых отраслях экономики, аудитор несет повышенную личную ответственность, поскольку практически имеет место получение аудитором принципиально новых знаний и тем самым расширение сферы его деятельности.

Заметим, что в международных стандартах образования профессиональных бухгалтеров и аудиторов настойчиво повторяется, что, если возникает необходимость проведения аудита у аудируемого лица, находящегося в особых условиях хозяйствования, аудитор обязан изучить эти условия и несет личную ответственность за наличие у него этих знаний. Более того, всегда подчеркивается, что наряду с аудитором эту ответственность несут и аудиторская фирма, и соответствующая профессиональная организация аудиторов, т.е. предполагается солидарная ответственность [1].

**Квалификационный экзамен.** Автономная некоммерческая организация «Единая аттестационная комиссия» (АНО «ЕАК») создана шестью Саморегулируемыми организациями аудиторов 31 августа 2010 года в соответствии с Федеральным законом «Об аудиторской деятельности» ФЗ-307 от 30.12.2008 г. и Приказом Минфина

России N 51н от 27.05.2010 года «Об утверждении Порядка создания единой аттестационной комиссии». Задачей АНО «ЕАК» является проведение квалификационных экзаменов по проверке квалификации лиц, претендующих на получение квалификационного аттестата.

**Требования к претендентам.** К квалификационному экзамену на получение квалификационного аттестата аудитора допускается претендент, получивший высшее образование по имеющей государственную аккредитацию образовательной программе.

На дату подачи заявления о выдаче квалификационного аттестата аудитора претендент должен иметь стаж работы, связанной с осуществлением аудиторской деятельности либо ведением бухгалтерского учета и составлением бухгалтерской (финансовой) отчетности, не менее трех лет. Не менее двух лет из последних трех лет указанного стажа работы должны приходиться на работу в аудиторской организации.

С 22 мая 2015 г. АНО «ЕАК» установила размер платы за прием квалификационного экзамена на получение квалификационного аттестата аудитора:

13000 рублей — компьютерное тестирование (ранее 10000);

27000 рублей — письменная работа (ранее 20000).

Согласно Приказу Минфина России от 30.06.2015 N 101н «О внесении изменений в Положение о порядке проведения квалификационного экзамена на получение квалификационного аттестата аудитора, утвержденное Приказом Минфина России от 19 марта 2013 г. N 32н» требования к проведению квалификационного экзамена на получение квалификационного аттестата аудитора стали мягче.

Сокращено количество вопросов, содержащихся в экзаменационных билетах, предлагаемых претендентам в форме тестов. Теперь их количество должно быть не менее 600 (ранее 800). Также уменьшено количество практических задач с 4 до 2. Продолжительность времени для решения практической задачи увеличена с 1,5 часа до 2 часов.

Квалификационный экзамен состоит из двух частей: компьютерного тестирования и выполнения письменной работы.

Индивидуальный тест состоит из 50 вопросов (по 10 вопросов из каждой области знаний, одобренной советом по аудиторской деятельности). Для ответов на все вопросы индивидуального теста претенденту предоставляется не более 2 часов 30 минут.

Письменная работа проводится Единой аттестационной комиссией два раза в год. Письменная работа проводится одновременно во всех установленных Единой аттестационной комиссией местах ее проведения

Письменная работа проводится Единой аттестационной комиссией в два дня:

— в первый день претендент получает три вопроса индивидуального экзаменационного билета (по одному во-

просу из областей знаний «Бухгалтерский учет и бухгалтерская (финансовая) отчетность», «Налоговое законодательство Российской Федерации», «Финансы, финансовый анализ, основы финансового менеджмента, управление рисками, внутренний контроль»);

— во второй день претендент получает два вопроса индивидуального экзаменационного билета (по одному вопросу из областей знаний «Право» и «Аудиторская деятельность») и практическую задачу.

Для ответа на один вопрос экзаменационного билета претенденту предоставляется не более 45 минут, а на практическую задачу — не более 1 часа 30 минут.

Также аудитор обязан в течение каждого календарного года начиная с года, следующего за годом получения квалификационного аттестата аудитора, проходить обучение по программам повышения квалификации, утверждаемым саморегулируемой организацией аудиторов, членом которой он является. Минимальная продолжительность такого обучения устанавливается саморегулируемой организацией аудиторов для своих членов и не может быть менее 120 часов за три последовательных календарных года, но не менее 20 часов в каждый год.

На квалификационном экзамене претенденту должны быть предложены такие вопросы, ответы на которые должны свидетельствовать о наличии у претендента надлежащего уровня теоретических знаний в областях, необходимых для участия в (осуществления) аудиторской деятельности, а также о его умении применять эти знания при участии в (осуществлении) аудиторской деятельности.

Перечень вопросов, предлагаемых претендентам на квалификационном экзамене, устанавливается из следующих областей знаний:

а) бухгалтерский учет и бухгалтерская отчетность (в том числе консолидированная), включая: законодательство Российской Федерации о бухгалтерском учете, стандарты бухгалтерского учета и бухгалтерской отчетности, международные стандарты финансовой отчетности, информационные технологии и компьютерные системы;

б) аудиторская деятельность, включая: законодательство Российской Федерации об аудиторской деятельности, федеральные стандарты аудиторской деятельности, профессиональную этику и независимость аудитора, информационные технологии и компьютерные системы

Кроме этого, перечень вопросов, предлагаемых претендентам на квалификационном экзамене, устанавливается также из следующих областей знаний в части, в которой они необходимы для участия в (осуществления) аудиторской деятельности:

а) право, включая: гражданское законодательство Российской Федерации, трудовое законодательство Российской Федерации, законодательство Российской Федерации о социальном страховании и обеспечении, корпоративное управление;

б) налоговое законодательство Российской Федерации;

в) финансы, финансовый анализ, основы финансового менеджмента, управление рисками, внутренний контроль [5].

Результаты сдачи компьютерного тестирования, проводимом 20 ноября 2015 года [5]:

Допущены к экзамену: 235 претендентов

Явились на экзамен: 234 претендента

Количество сдавших: 65 претендентов

Процент сдавших экзамен: 27,5%

#### Литература:

1. Федеральный закон от 30.12.08 г. № 307-ФЗ «Об аудиторской деятельности»;
2. Приказ Минфина России от 30.06.2015 N 101н «О внесении изменений в Положение о порядке проведения квалификационного экзамена на получение квалификационного аттестата аудитора, утвержденное Приказом Минфина России от 19 марта 2013 г. N 32н»;
3. Система образования аудиторов: Современный этап, «Аудиторские ведомости», № 5/2011;
4. Организация и проблемы современной системы аттестации аудиторов в России, «Молочно-хозяйственный вестник», № 1 (9)/2013;
5. Официальный сайт «Единой Аттестационной Комиссии» — <http://eak-rus.ru/>
6. Официальный сайт Министерства финансов РФ — <http://minfin.ru>
7. Сайт <http://www.audit-it.ru/>

## Актуальные вопросы организации системы внутреннего контроля на предприятии

Костикова Антонина Михайловна, студент  
Государственный университет управления

*Статья посвящена вопросам организации и осуществления внутреннего контроля на предприятии. Изучив понятие и актуальные вопросы организации внутреннего контроля автор приходит к выводу, что внутренний контроль, осуществляемый на предприятиях необходимо проводить внимательно, анализировать каждый документ и искать подтверждать принятые решения законодательно.*

**Ключевые слова:** внутренний контроль, организация, бухгалтерский учет, анализ, предприятие.

**В**нутренний контроль — это комплекс мер и процедур, организованный собственниками (руководством организации) для обеспечения достоверности показателей учета (оперативного, бухгалтерского, управленческого), предотвращения искажений и неправомерных действий, а также принятия наиболее оптимальных управленческих решений.

Организация внутреннего контроля в процессе управления организацией должна быть ориентирована на организационно-правовую форму, размер организации и масштабы ее деятельности. Чем сложнее структура внутренней среды экономического субъекта, тем больше информации необходимо для принятия эффективных управленческих решений. Основой для принятия большинства управленческих решений служит информация, формируемая в бухгалтерском, оперативном и статистическом учете [2].

При разработке эффективной системы внутреннего контроля администрация предприятия ставит следующие цели:

1. обеспечение бизнеса надёжной информацией,
2. обеспечение сохранности активов,
3. обеспечение защиты информации,
4. обеспечение эффективности хозяйственной деятельности,
5. обеспечение соответствия учёта принятой учётной политике,
6. обеспечение соблюдения правил составления и представления бухгалтерской финансовой отчётности [3].

Документация является одним из основных методов бухгалтерского учёта, который обеспечивает реализацию его защитной функции. Поэтому, неотъемлемое условие успешной работы любой бухгалтерии — правильная организация документооборота.

Именно поэтому бухгалтерский учетный документ должен содержать все предусмотренные реквизиты, должен быть составлен по определённой форме, своевременно и его заполнение должно обеспечивать полную сохранность информации в течение времени, установленного для хранения документа.

Порядок организации внутреннего контроля, в том числе обязанности и полномочия подразделений и персонала организации, определяются в зависимости от харак-

тера и масштабов ее деятельности, особенностей ее системы управления.

При организации внутреннего контроля необходимо исходить из того, что:

- внутренний контроль должен осуществляться на всех уровнях управления организации, во всех ее подразделениях;
- в осуществлении внутреннего контроля должны участвовать все сотрудники в соответствии с их полномочиями и функциями;
- полезность внутреннего контроля должна быть сопоставима с затратами на его организацию и осуществление [4].

В настоящее время особую актуальность приобретают вопросы организации и осуществления внутреннего контроля. Так, в ст. 19 «Внутренний контроль» ФЗ от 6 декабря 2011 г. № 402-ФЗ «О бухгалтерском учете» указано что:

1. Экономический субъект обязан организовывать и осуществлять внутренний контроль совершаемых фактов хозяйственной жизни.
2. Экономический субъект, бухгалтерская (финансовая) отчетность которого подлежит обязательному аудиту, обязан организовывать и осуществлять внутренний контроль ведения бухгалтерского учета и составления бухгалтерской (финансовой) отчетности (за исключением случаев, когда его руководитель принял обязанность ведения бухгалтерского учета на себя) [5].

Контроль эффективности, достижения запланированных операционных и финансовых показателей, ведения учета и составления отчетности, а также соблюдения законодательства экономическим субъектом — все эти функции являются главными составляющими в определении внутреннего контроля.

Организационно-методические особенности данных этапов и направлений контроля можно представить следующим образом (рис. 1) [6].

Исходя из данных, представленных на рис. 1 можно сделать вывод, что при проведении внутреннего контроля необходимо определить, в первую очередь, его объекты — показатели эффекта (результата) и эффективности (результативности).

Внутренний контроль эффективности и результативности деятельности, в том числе достижения фи-



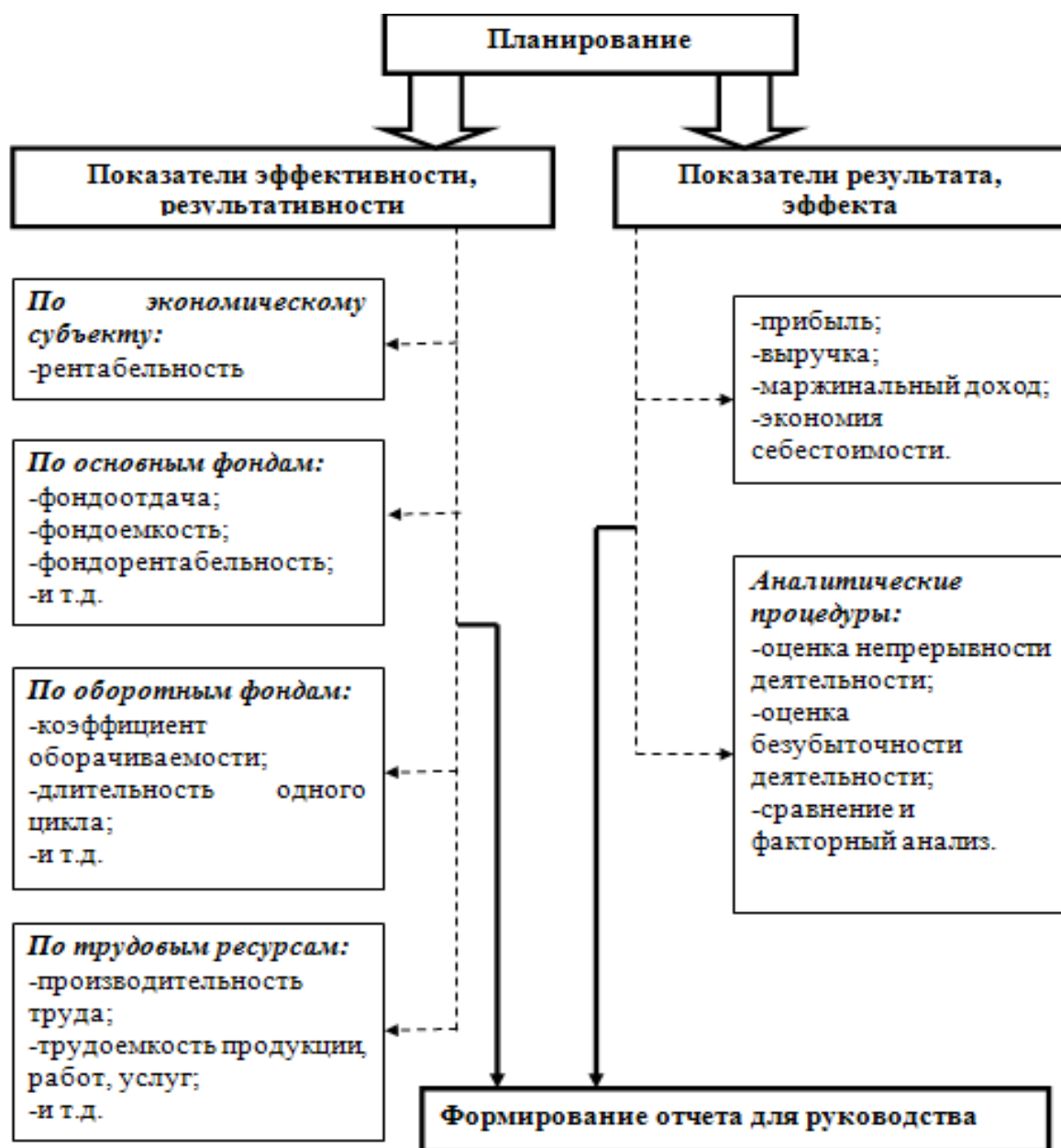


Рис. 1. Внутренний контроль эффективности деятельности, достижения операционных и финансовых показателей

нансовых и операционных показателей, представляется возможным организовать при помощи методов экономического анализа.

Управленческий анализ позволит осуществить в рамках внутреннего контроля оценку эффективности использования ресурсного потенциала экономического субъекта и достигнутого эффекта от осуществления деятельности.

Финансовый анализ позволит дать оценку финансового состояния экономического субъекта.

Применение аналитических процедур при осуществлении внутреннего контроля может быть обозначено следующей последовательностью (рис. 2).

На предприятии при проведении внутреннего контроля необходимо осуществлять эффективность долгосрочных решений, которые находят свое отражение в расчете и оценке статических и динамических показателей.

Для достижения финансовых и операционных показателей при проведении внутреннего контроля необходимо проводить сравнение в разрезе операционного и финансового бюджетов текущих данных организации с запланированными показателями бюджета.

Анализ необходимо проводить методами сравнения, а также методами факторного анализа путем поиска причин выявленных отклонений от запланированных показателей [6].

Также проведение внутреннего контроля предполагает соблюдение законодательства, которое нельзя рассматривать отдельно от контроля ведения бухгалтерского учета экономического субъекта, потому что практически все хозяйственные операции находят в нем свое отражение.

Поэтому при осуществлении внутреннего контроля необходимо проверить, соблюдается ли в организации четы-



Рис. 2. Применение аналитических процедур в рамках организации внутреннего контроля

рехуровневая система ведения учета и составления отчетности экономического субъекта, законы, кодексы, ПБУ, план счетов, методические рекомендации, разъяснения, локальные нормативно-правовые акты.

Таким образом, при проведении внутреннего контроля на предприятии необходимо внимательно изучать и анали-

зировать каждый проверяемый документ. При проверке необходимо во всех предположениях ссылаться на действующие законодательные акты, а в конце проверки конкретного предприятия необходимо не только делать выводы, но и давать рекомендации по устранению и недопущению в последующем ошибок.

#### Литература:

1. <https://ru.wikipedia.org> — Википедия// «Внутренний контроль»;
2. <http://sroapr.ru/> — сайт Аудиторской палаты России // «Вопросы организации внутреннего контроля качества»;
3. <http://ensiklopedia.ru> — «Управленческий учет»;
4. Антаненкова, Е. Организация внутреннего контроля в организации// Что делать Обозрение, 2014. — № 3 (112);
5. Федеральный закон от 6 декабря 2011 г. № 402-ФЗ «О бухгалтерском учете»;

6. <http://afdanalyse.ru/> — сайт «Анализ финансового состояния предприятия»// Егорова И. С. Организация внутреннего контроля в организации;
7. «КонсультантПлюс».

## Системно-стратегический экспресс-анализ

Малышенко Константин Анатольевич, кандидат экономических наук, доцент;

Малышенко Вадим Анатольевич, кандидат экономических наук, доцент;

Новик Людмила Викторовна, студент

Гуманитарно-педагогическая академия (филиал) Крымского федерального университета имени В.И. Вернадского

Системный анализ является одним из направлений системного подхода. Системный анализ в узком смысле представляет собой методологию принятия решений, а в широком смысле — синтез методологии общей теории систем, системного подхода и системных методов обоснования и принятия решений.

Системный анализ позволяет разделить сложную задачу на совокупность простых задач, расчленив сложную систему на элементы с учетом их взаимосвязи. Таким образом, системный анализ выступает как процесс последовательной декомпозиции решаемой сложной проблемы на взаимосвязанные частные проблемы.

Суть системного анализа заключается в следующем:

Системный анализ связан с принятием оптимального решения из многих возможных альтернатив;

Каждая альтернатива оценивается с позиции длительной перспективы;

Системный анализ рассматривается как методология углубленного уяснения (понимания) и упорядочения (структуризации) проблемы;

В системном анализе делается упор на разработку новых принципов научного мышления, учитывающих взаимосвязь целого и противоречивые тенденции;

Применяется в первую очередь для решения стратегических проблем.

В системном анализе используются как математический аппарат общей теории систем, так и другие качественные и количественные методы из области математической логики, теории принятия решений, теории эффективности, теории информации, структурной лингвистики, теории нечетких множеств, методов искусственного интеллекта, методов моделирования.

В состав задач системного анализа в процессе создания информационной системы входят задачи декомпозиции, анализа и синтеза.

Задача декомпозиции означает представление системы в виде подсистем, состоящих из более мелких элементов.

Задача анализа состоит в нахождении различного рода свойств системы или среды, окружающей систему. Целью анализа может быть определение закона преобразования информации, задающего поведение системы. В последнем случае речь идет об агрегации (композиции) системы в один-единственный элемент.

Задача синтеза системы противоположна задаче анализа. Необходимо по описанию закона преобразования построить систему, фактически выполняющую это преобразование по определенному алгоритму. При этом должен быть предварительно определен класс элементов, из которых строится искомая система, реализующая алгоритм функционирования.

Основные принципы системного анализа:

Первый принцип системного анализа — это требование рассматривать совокупность элементов системы как одно целое или, более жестко, — запрет на рассмотрение системы как простого объединения элементов.

Второй принцип заключается в признании того, что свойства системы не просто сумма свойств ее элементов. Тем самым постулируется возможность того, что система обладает особыми свойствами, которых может и не быть у отдельных элементов.

Четвертый принцип запрещает рассматривать данную систему в отрыве от окружающей ее среды — как автономную, обособленную. Это означает обязательность учета внешних связей или, в более общем виде, требование рассматривать систему анализа как часть (подсистему) некоторой более общей системы.

Рассмотрим содержание понятия «стратегический анализ». Анализ (от греч. *analysis*) буквально означает расчленение, разложение изучаемого объекта на части, элементы, на внутренне присущие данному объекту составляющие. Анализ выступает в диалектическом единстве с понятием «синтез» — соединение ранее расчлennенных элементов изучаемого объекта в единое целое [4].

Разные авторы по-разному подходят к раскрытию сущности стратегического анализа. Большинство из них рассматривают процесс стратегического анализа совместно с процессом стратегического планирования.

Одни считают, что процесс стратегического анализа порожден результатами изучения внутренней и внешней среды организации. Его цель — помочь организации капитализировать свои сильные стороны и минимизировать слабые, воспользоваться открывающимися возможностями и защититься от надвигающихся опасностей [5].

Другие авторы рассматривают процесс стратегического планирования вместе со стратегическим анализом как процесс разработки процедур и операций, необхо-

димых для достижения будущего. Они различают долгосрочное планирование, которое считается реактивным по своей природе, и стратегическое планирование, которое позволяет организации создавать свое будущее [5].

Третьи, не выделяя **стратегический анализ**, представляют стратегическое планирование как процесс организационного обновления и трансформации. Стратегическое планирование обеспечивает организацию инструментом адаптации ее услуг и деятельности для удовлетворения изменяющихся потребностей окружения [5].

Ансофф И. отождествляет процессы стратегического анализа и формулирования стратегии [5], не затрагивая вопросы оценки эффективности реализуемых стратегий.

Томпсон А. А. и Стрикленд А. Дж. рассматривают достаточно широко понятие «**стратегический анализ**», подчеркивая, что стратегическое мышление и **стратегический анализ** приводят к правильному стратегическому выбору, предоставляя обоснованные альтернативы и ключевые критерии выбора.

Фрэд Р. Дэвид в своей модели стратегического управления на стадии разработки стратегии выделяет такие аналитические процедуры как внешний и внутренний аудит, цель которых определить желаемые параметры компании и стратегии развития компании [5].

Стратегический анализ — способ реализации системного и ситуационного подходов при изучении различных факторов влияния на процесс стратегического управления, говорит Винокуров В. А. Задача стратегического анализа заключается в содержательном и формальном описании объекта исследования, выявлении особенностей, закономерностей и тенденций развития, определении способов управления этим объектом [2].

Скоротечность изменений внешней среды, цикличность экономического развития все чаще требуют от хозяйствующих субъектов принятия решений о диверсификации деятельности и постоянного внимания к совершенствованию инструментов стратегического анализа.

Определение направления деятельности является основной задачей стратегического анализа. Процесс формирования стратегии предприятия базируется на определенных аналитических исследованиях как внутреннего, так и внешней среды фирмы. В рамках стратегических исследований можно выделить следующие направления:

- анализ конкурентного контекста, который позволяет выявить связи определенного стратегического направления деятельности с его окружением;
- изучение стратегической привлекательности и ценности каждого направления деятельности, что дало бы возможность или сосредоточить на нем свои ресурсы для дальнейшего развития, или выйти из него [5, с. 40].

«Стратегические решения связаны скорее с внешними, чем с внутренними проблемами компании, в особенности с решением о номенклатуре производимой продукции и выбором сегментов рынка. Это проблема избрания сферы деятельности фирмы и поиска новых направлений ее развития» [1, с. 29].

Стратегию диверсификации относят в корпоративных (портфельных) стратегий фирмы. Она может происходить путем приобретения фирм, создание новых фирм или совместных предприятий.

В зависимости от того, насколько имеющиеся стратегические соответствия между сферами бизнеса, различают связанную и несвязанную диверсификацию. Стратегия связанной диверсификации предполагает наличие существенных стратегических соответствий между сферами бизнеса организации. Такие диверсифицированные фирмы называют концернами. Последствиями такой диверсификации являются синергетические эффекты, проявляющиеся в снижении интегральных корпоративных издержек за счет многофункционального использования ресурсов. При связанной диверсификации, характерной для конгломератов, сферы бизнеса имеют слабые стратегические соответствия. Преимущества такой диверсификации заключаются в снижении риска для конгломерата в целом. Снижение риска происходит благодаря тому, что разные отрасли находятся на разных этапах отраслевого жизненного цикла и спады и подъем в них не совпадают.

Подходы к стратегическому управлению концернами, где стратегические соответствия между сферами бизнеса являются значительными, и конгломератами, где они слабы, существенно различаются. Соответственно, и подходы к анализу внутренней и внешней среды фирмы при определении целесообразности и направлений диверсификации деятельности тоже существенно разнятся.

Поскольку управление конгломератом основывается на чисто финансовом подходе, потому что мотивами собственников является уменьшение рисков и максимизация прибыли корпорации в целом, то и выбор возможных сфер деятельности, соответственно, базируется на анализе финансовых показателей эффективности использования капитала в различных сферах бизнеса.

Стратегия связанной диверсификации предполагает выявление стратегических соответствий и возможных синергетических эффектов при формировании портфеля сфер бизнеса. Поэтому основой стратегического анализа является поиск и идентификация стратегических соответствий, которые могут быть использованы при переходе в другие сферы деятельности. В стратегическом управлении выделяют следующие типы стратегических соответствий [5, с. 51]:

- маркетинговые — базирующиеся на единственном клиенте, географической территории, каналам сбыта, рекламных усилиях поставщика, торговых марках, послепродажном сервисе;
- производственные единые производственные мощности, сходные технологии, научно-исследовательские и опытно-конструкторские разработки;
- управленческие — единые системы управления и обучения; наличие менеджеров.

Необходимость поиска стратегических соответствий отмечает П. Друкер. «Бизнесу нужен главный ресурс. Ему

необходимо объединить свои усилия в одной области интеллектуальных знаний или на одном рынке... С другой стороны, бизнес нуждается в многообразии отраслей, где есть вероятность получить результаты, чтобы обеспечить себе гибкость и возможность выживания в мире быстро меняющихся рынков и технологий» [4, с. 261].

Выбор направлений роста компании является довольно сложным процессом, их большое количество затрудняет какие-либо обобщения, которые были бы актуальны для каждой конкретной ситуации.

Вывод: Определившись с сущностью системного, стратегического и экспресс анализа можно сделать вывод для чего нужны эти методы анализа. Экспресс-анализ проекта может проводиться инициатором проекта с целью определения возможности реализации проекта и эффективности инвестиций в него перед разработкой детального бизнес-плана проекта. Экспресс-анализ про-

екта финансовым институтом включает предварительную оценку проекта, оценку достоверности представленных инициатором (или исполнителем) проекта данных бизнес-плана с целью принятия решения о целесообразности более глубокого анализа проекта в случае его соответствия инвестиционной политике банка. Экспресс-анализ может не включать изучения организационно-правовых аспектов реализации проекта, договорной и контрактной базы, социальных аспектов. Основной акцент при экспресс-анализе проекта делается на оценке экономической эффективности и технической реализуемости проекта, соответствующего инвестиционной политике банка. Стратегический анализ проекта, выполняемый инициатором проекта и отражаемый в бизнес-плане проекта, заключается в анализе соответствия целей проекта стратегии развития компании (отрасли, региона, страны), которая является инициатором или исполнителем проекта.

#### *Литература:*

1. Князева, Е. Н., Курдюмов С. П. Законы эволюции и самоорганизации сложных систем. М.: Наука, 1994. 238 с.
2. Малинецкий, Г. Г., Курдюмов С. П. Синергетика и прогноз. Настоящее и будущее // Новое в синергетике. Взгляд в третье тысячелетие / Под ред. Г. Г. Малинецкого, С. П. Курдюмова. М.: Наука, 2002. с. 29–81.)
3. Князева, Е. Н., Курдюмов С. П. Основания синергетики. Режимы с обострением, самоорганизация, темпомиры. СПб.: Алетейя, 2002. 414 с.
4. Баканов, М. И., Шеремет А. Д. Теория экономического анализа. Учебник — 4-е изд. и перераб. — М.: Финансы и статистика, 1997. — 416 с.
5. Ефремов, В. С. Стратегия бизнеса. Концепции и методы планирования. — М.: Издательство «Финпресс», 1998. — 234с

# 11. МАРКЕТИНГ, РЕКЛАМА И КОММУНИКАЦИИ

## Медиапроект как бизнес цифровой эпохи

Безуглова Маргарита Николаевна, кандидат социологических наук, доцент;

Зубенко Анна Александровна, студент

Донской государственный технический университет

*Рассмотрены варианты использования различных медиа для продвижения проекта, а также заработка на предлагаемом контенте и увеличения его популярности. Представлены пути развития и финансирования медиапроекта на примере работы телекомпании. Отмечены способы доставки контента зрителю и тенденции в них, связанные с ростом популярности Интернета. Названы проблемы распространения телепродукта и привлечения аудитории. Определены причины необходимости развития медиапроекта.*

**Ключевые слова:** медиа, медиакommunikация, медиапроект, конвергенция, телевизионный проект, телевидение, Интернет, бизнес

Развитие науки и технологий стремительно меняет мир. Как писал Билл Гейтс, «В ближайшие десять лет бизнес изменится сильнее, чем за предыдущие пятьдесят» [1, с. 12]. Поэтому, чтобы не оказаться «за бортом», важно не просто быть в курсе текущих событий, но и продумывать стратегию ведения бизнеса на несколько шагов вперед.

На сегодняшний день медиа являются активно развивающейся частью экономической системы, а также выступают в качестве связующего звена между компанией и её аудиторией. Медиа — это обширное понятие, которое включает в себя всю совокупность технологических средств и приемов, служащих для передачи конкретному потребителю информационного сообщения в том или ином виде (печатное слово, музыкальная композиция, радиопередача и т. п.). Также термин определяют как «совокупность всех СМИ». Они подразделяются на печатные, аудиовизуальные и электронные.

Однако сегодня в медиа наблюдается конвергенция, то есть интеграция информационных и коммуникативных технологий в единый информационный ресурс. Таким образом, проект размещает свой контент на всех возможных площадках, позволяя узнать о себе большему числу людей, и становится медиапроектом.

Для успешности и эффективности работы он должен соответствовать следующим критериям.

1. Правильная постановка целей проекта. Цели играют роль двигателя любого медиапроекта. На этапе создания необходима правильная их постановка и формулирование соответствующих им конкретных спланированных задач.

2. Согласованное выполнение поставленных целей и задач. Процесс выполнения каждой отдельной задачи должен быть синхронизирован с остальными, чтобы не нарушать целостности проекта. Если определённые за-

дачи остались незавершёнными, нельзя переходить к следующему. В случае нарушения этого условия, может пострадать весь проект.

3. Время «жизни» проекта ограничено. Медиапроекты не могут функционировать бесконечно. У них есть начало и конец. Работа над ним заканчивается, когда основные цели достигнуты. Для того, чтобы контролировать этот процесс, строятся графики выполнения задач, входящих в медиапроект.

4. Неповторимость. Медиапроекты уникальны. Даже в том случае, если тема схожа, то создание и исполнение должно быть другим. Соответственно, готовый проект уже будет отличаться от ему подобных.

5. Реализация проекта. Под этим критерием понимается деятельность, целью которой является претворение проекта в жизнь с минимальной тратой ресурсов и за ограниченное время, но с максимальной эффективностью. Для этого задействуются не только средства медиа, но и труд и совместная деятельность людей.

Рассмотрим пути развития и финансирования медиапроекта в условиях современного рынка на примере работы телекомпании.

Для телепроектов очень важными медиа становятся печатные СМИ, наружная, полиграфическая реклама, и радио. Они не являются способом заработка, так как в этом случае телеканал — это и есть рекламодатель, но позволяют привлечь внимание аудитории к проектам канала и мотивируют потенциального зрителя перейти на площадку размещенного контента. То есть посмотреть, к примеру, сериал по телевизору или в Интернете.

Продвижение бренда в печатных СМИ и с помощью наружной, полиграфической рекламы включает в себя публикацию материалов в газетах и журналах, размещение всевозможных баннеров, растяжек, плакатов



на улицах, а также в местах пребывания целевой аудитории, печать листовок и т. п. Так, каналом СТС, для привлечения внимания к новому сериалу, была размещена реклама на билбордах, расклеены афиши на информационных стендах университета. Кроме того, используются различные виды радиосообщений. К основным относятся информационные, игровые, имиджевые, музыкальные ролики.

Одним из способов финансирования телекомпаний является абонентская плата. Это своего рода налог на зрителей за пользование каналами (юридически абонентская плата не является налогом). Во многих странах эта система является основным источником доходов телеканала. Однако с развитием коммерческого телевидения на рынке, где зритель сам может выбирать не только какой список каналов, но и какие телепрограммы ему смотреть, этот способ может очень скоро потерять популярность. Хотя кабельное телевидение имеет самую крупную абонентскую базу (17,3 млн. абонентов, спутниковое — 12,9 млн., IPTV — 3,4 млн.), оно не даёт зрителям такой свободы выбора, как спутниковое или IPTV. Поэтому уже сейчас снижается рост его пользователей. Так, по данным iKS-Consulting, за 2013 год прирост абонентской базы кабельного ТВ составил 0 %, спутникового — 19 %, IPTV — 25 % [4].

Также зритель может оформить платную подписку на «пакет» интересующих его каналов. Такие услуги в России уже предоставляют многие операторы (например: Ростелеком, НТВ-ПЛЮС, Триколор ТВ).

С улучшением медийной оснащённости домохозяйств становится возможной ещё одна форма финансирования — оплата за просмотр или pay-per-view. Зритель может выбрать, какую передачу и в какое время он будет смотреть, и, соответственно, заплатить только за неё. Пока этот способ не является массовым, однако за рубежом многие вещатели предоставляют зрителям возможность «поштучной» оплаты фильмов, спортивных соревнований, концертов.

Также существуют такие формы, как «почти видео по заказу» и «видео по заказу», где зрителю предлагается почасовая оплата программ.

Согласно данным исследований, основным источником доходов телеканалов является реклама. Размер прибыли зависит от состояния национальной экономики, которая, в свою очередь, влияет на объём расходов на рекламу потенциальных рекламодателей и потребительский спрос.

Одним из способов сотрудничества с рекламодателем является спонсорство. В этом случае компания — спонсор берёт на себя расходы на производство программы, а взамен получает возможность выпустить в телеэфир свои рекламные ролики [6].

Телевидение остаётся самым популярным медиа на протяжении нескольких лет подряд: 72 % населения каждый день смотрит телевизор. Тем не менее, с 2012 по 2014 год дети и молодёжь в возрасте от 4 до 24 лет потребляют информацию посредством телевидения меньше на час

в сутки, молодёжь и взрослые от 25 до 43 лет — меньше на полчаса. Для каналов СТС и ТНТ это — основная платёжеспособная аудитория, которая постепенно перестаёт смотреть телевизор, предпочитая ему потребление контента на компьютере, планшете или смартфоне через Интернет. По данным TNS за январь — март 2015 года, уже сейчас пользователями Всемирной паутины являются 82 миллиона россиян или 66 % населения России в возрасте 12–64 лет [2]. А значит перед телеканалами стоит угроза уменьшения числа зрителей и, соответственно, потери доходов от рекламы. Поэтому телевизионные проекты теперь выходят на новый уровень. Помимо непосредственной трансляции программы по телевизору, они начинают взаимодействовать с аудиторией в социальных сетях, социальных медиа, и даже на мобильных устройствах.

По результатам исследований, проводимых J'son & Partners Consulting, объём российского рынка легальных видеосервисов в 2014 году стал равным 7,4 млрд. руб. Из них 66,5 % выручки составила рекламная модель, когда пользователю предлагается бесплатный контент, но с предварительным просмотром рекламы. 29,8 % выручки приносит модель, когда пользователь платит за доступ к одному конкретному продукту (или возможность его скачать). Подписная модель составляет всего 3,6 % рынка.

По прогнозам J'son & Partners Consulting, к 2018 году доходы рынка вырастут до 12,9 млрд. руб., рекламная модель при этом останется лидером рынка с долей в 72 %. Объёмы доходов от подписной модели вырастут до 4,5 % [3].

На сегодняшний день такие каналы, как СТС и ТНТ активно используют возможности Интернета. ТНТ публикует программы, отрывки из них, фотографии, краткие анонсы, конкурсы от партнёров и прочее на официальном сайте, на «Rutube», в «Facebook», «В контакте», «Instagram» и «Twitter». Более того, разработано приложение для смартфонов «ТНТ-CLUB», где, кроме вышеперечисленной информации, есть раздел, полностью посвящённый продаже товара на специальных для держателей одноимённых карт условиях.

Кроме того, компания «СТС-Медиа», выяснив в результате исследований, что люди во время просмотра телевизора параллельно общаются, смотрят новости или ищут полезную информацию на планшете или смартфоне, решили использовать это в своих целях и разработали приложение «Второй экран». Помимо публикации анонсов программ, оно синхронизируется с телевизором по анализу звука и устраивает различные опросы, публикует юмористический контент, позволяет общаться в чате с другими зрителями, показывает, сколько времени осталось до конца программы.

Пока, однако, эти телеканалы почти не размещают рекламу на своих страницах в сети и оставляют бесплатный доступ к программам. Собственные наблюдения, а также социологические опросы показывают, что россияне пока не готовы к полноценной платной подписке в Ин-

тернете. Поэтому зарабатывать деньги таким способом ещё рано [5].

Таким образом, сейчас распространение телекомпаниями контента в сети выполняет стимулирующую функцию, как печатная и радиореклама, а основным источником заработка остаётся размещение рекламы

в эфире. Однако статистика и прогнозы экспертов говорят о том, что скоро Интернет окончательно сольётся с жизнью людей и займёт лидирующее место среди прочих медиа. Поэтому превращение классического телевизионного проекта в медийный — это вклад в будущее успешной компании.

#### Литература:

1. Гейтс Билл. Бизнес со скоростью мысли. Изд. 2-е, исправленное — М.: ЭКСМО-Пресс, 2001. — 480 с.
2. Доля эксклюзивных пользователей мобильного Интернета в России 100000+ за год выросла на 90% [Электронный ресурс] // TNS [Официальный сайт]. — URL: <http://www.tns-global.ru/press/news/344111/> (дата обращения: 02.12.2015).
3. «Первый канал» вводит платную подписку на свой контент в интернете, Сурганова, Е. [Электронный ресурс] // РБК [Официальный сайт]. — 28.05.2015. — URL: [http://www.rbc.ru/technology\\_and\\_media/28/05/2015/5566e1f79a7947849aca5266](http://www.rbc.ru/technology_and_media/28/05/2015/5566e1f79a7947849aca5266) (дата обращения: 02.12.2015).
4. Платное ТВ: миллиард абонентов к 2019 году [Электронный ресурс] // Консультационное агентство «Телекомпас» [Официальный сайт]. — URL: <http://www.telecompass.ru/news/1849/index.html> (дата обращения: 02.12.2015).
5. Платный YouTube: как это будет в России [Электронный ресурс] // 17.05.2013 г. URL: <http://subscribe.ru/digest/inet/inet/n1106638255.html> (дата обращения: 02.12.2015).
6. Рынок телевидения и on-demand сервисов в России [Электронный ресурс] // European Audiovisual Observatory [Официальный сайт]. — 2011. — URL: [http://www.obs.coe.int/documents/205595/552774/RU+TV+On-Demand+2011+J\\_Son+RU.pdf/4d24f106-2a49-48c0-825b-5f915d907330](http://www.obs.coe.int/documents/205595/552774/RU+TV+On-Demand+2011+J_Son+RU.pdf/4d24f106-2a49-48c0-825b-5f915d907330) (дата обращения: 02.12.2015).

## HR-брендинг как фактор, формирующий имидж организации

Морозова Полина Александровна, студент  
Южный федеральный университет

Сегодня в условиях экономического кризиса каждая компания старается остаться «на плаву», внедряя инновационные технологии в такие сферы как производство, финансы, исследование и разработки, маркетинг, управление человеческими ресурсами. Способом выжить может стать рациональное использование трудовых ресурсов фирмы. Бренд фирмы и работодателя может так же сыграть немаловажную роль.

Раньше, употребляя слово «бренд», мы подразумевали торговую марку или торговый знак какого-либо товара или услуги. Но сейчас это понятие стало намного шире.

В ходе исследований маркетинга и управления человеческими ресурсами в середине 1990-х гг. появилось такое понятие, как «HR-брендинг». HR-брендинг формирует уникальный и привлекательный имидж организации и работодателя как для возможных работников, так и для внешнего персонала. Он является хорошо разработанной концепцией, помогающей завоевать лояльность клиентов, тем самым увеличить прибыль и успех организации. Его поддержание помогает компании выжить в условиях кризиса и победить в конкурентной борьбе.

Сильный HR-бренд — это совокупность ценностей и кадровой политики компании, неразрывно связанных с брендом организации [1, с78].

Что такое HR-брендинг? Какова его цель? И почему он актуален именно сегодня?

Некоторые аналитики считают, что бренд является главным активом компании, опередив конкурентные товары и услуги организации. Бывший генеральный директор Макдоналдс однажды сказал: «Если каждый актив, каждое здание, каждый инструмент, которые мы имеем, были бы разрушены в результате стихийного бедствия, мы бы смогли занять деньги и восстановить организацию очень быстро благодаря ценности нашего бренда... Бренд является более ценным, чем совокупность всех этих активов».

Таким образом, бренд является важным активом, который должен быть тщательно разработан.

Бренды больше, чем просто имена и символы. Они являются ключевым элементом в отношениях компании с потребителями. Бренды представляют восприятие и чувства потребителей по поводу продукции и ее эффективности — все, что товары и услуги значат для потребителя. В конечном счете, бренды существуют в головах покупателей. Как однажды сказал один уважаемый маркетолог: «Продукты создаются на заводе, но бренды создаются в сознании».

Мощный бренд имеет высокую ценность торговой марки. Ценность торговой марки — это то, как потре-

битель реагирует на продукт и его маркетинг, узнавая бренд [2, с453]. Это способность бренда захватить потребительский спрос. Бренд имеет положительную ценность торговой марки, когда покупатель среди многих одинаковых товаров выбирает именно брендовый продукт.

Бренды различаются по объему власти и ценности, которые они имеют на рынке. Такие бренды как Coca-Cola, Nike, Disney и другие стали больше чем просто успешными организациями, они поддерживают власть на рынке в течение многих лет, и даже поколений.

Рекламное агентство Young & Rubicam оценивает силу бренда по четырем факторам, влияющим на восприятие потребителя:

1. Уникальность (чем брендовый продукт выделяется среди остальных);
2. Актуальность (насколько товар соответствует потребностям потребителя);
3. Знания (что потребитель знает о продукте);
4. Уважение (насколько потребитель оценивает и уважает продукт).

Товар с высокой ценностью торговой марки имеет успех во всех четырех факторах.

Бренд должен выделяться среди других продуктов, иначе покупатели не будут иметь никаких оснований для выбора именно вашего товара. Но даже если ваш бренд будет выделяться среди других, не гарантирует вам, что потребитель выберет его. Товар должен соответствовать потребностям покупателя.

Высокая ценность торговой марки обеспечивает компанию преимуществами над конкурентами. Поскольку бренд популярен, компания может легко расшириться, поставлять свой товар в новые магазины, запускать новые линии.

Кроме того хороший бренд формирует основу сильных и выгодных отношений с потребителем.

HR-бренд — это имидж компании в сознании сотрудников, потенциальных работников и на рынке труда в целом. Говоря об обычном бренде, мы имеем в виду деньги, которые потребитель готов платить за этикетку. Если же речь идет об HR-брендинге, то мы говорим о сумме и требованиях, которые сотрудник готов уступить, чтобы работать именно в брендовой организации. HR-брендинг — это способ привлечь работников не деньгами, как это обычно бывает, а созданием высокого имиджа работы в компании [1, с. 56]. Люди будут работать в таких кампаниях во-первых потому, что это престижно, во-вторых потому, что это большой плюс в их резюме.

HR-брендинг имеет внутренние и внешние аспекты. Внутренняя составляющая включает в себя уже работающих сотрудников компании. Внешняя — потенциальных работников.

Создание положительного имиджа поможет организации:

1. Значительно уменьшить расходы на набор рабочих, потенциальные сотрудники будут формировать очередь самостоятельно;



Рис. 1. Факторы, влияющие на восприятие потребителя



Рис. 2. Структура HR-брендинга

2. Оптимизировать затраты на работу с персоналом и экономить деньги непосредственно на зарплату;
3. Уменьшить текучесть кадров;
4. Эффективно рекламировать товары и услуги, произведенные компанией.

Анализируя ситуацию на рынке труда, можно утверждать, что основные трудности, с которыми сталкиваются HR менеджеры и директора организаций, связаны с социально-демографическим кризисом в стране. Этот показатель характеризуется следующими критериями:

1. По прогнозам Минтруда РФ к 2016 году численность населения трудоспособного возраста сократится на 4 млн. человек;
2. Качество образования снижается;
3. Численность обучающихся по программам высшего профессионального образования уменьшается.

Происходят некоторые изменения в отраслевой сфере:

1. Спрос на менеджеров-профессионалов значительно растет;

2. Удержание профессионалов становится проблемой. Имидж компании, как и работодателя, складывается из того, что об этом говорят люди и что думают сотрудники.

Создание внешнего HR-имиджа направлено, в первую очередь, на потенциальных сотрудников, во вторую — на партнеров, конкурентов, средства массовой информации. Что необходимо для формирования внешних коммуникаций?

Во-первых, необходимо выявить потребности и ожидания целевой аудитории (работающего персонала и потенциальных работников) и уровень соответствия с ними самой организации, то есть проанализировать текущую ситуацию. Затем создать эффективный и мощный поток информации о компании, направленный как на внутреннюю аудиторию



Рис. 3. Влияние положительного имиджа организации



Рис. 4. Численность обучающихся в вузах

(уже работающих сотрудников), так и на внешнюю (кандидатов). Заключительным этапом является постоянная работа над компонентами сильного HR-бренда такими как:

1. достойный компенсационный пакет;
2. понятная и прозрачная система мотивации;
3. компетентная программа адаптации по обучению и развитию сотрудников;
4. корпоративная культура.

#### **ФОРМИРОВАНИЕ ВНЕШНИХ КОММУНИКАЦИЙ**

Я предлагаю рассмотреть конкретные примеры выявления внешней аудитории.

Давайте начнем с голубых воротничков (представители массовых рабочих профессий), как и белые (менеджеры), они внимательно относятся к репутации компаний-рабо-

тодателей. Но их взгляды на репутацию складываются из совершенно разных факторов.

Для простого рабочего бренд формируется из того, что люди, работающие в компании или покинувшие ее, знают и видят. Для работников очень важно, чтобы их мнение ценили. Также рабочий на производстве хочет быть уверен в своем будущем. Местоположение компании играет не менее важную роль. Сотрудники должны быть вовлечены в процесс рекрутинга. Они должны быть удовлетворены своей работой в компании, а затем они будут рекламировать ее самостоятельно.

Другие критерии рейтинга работодателя также очень важны для служащих. К ним относятся: стабильность,



Рис. 5. Процесс формирования внешних коммуникаций



Рис. 6. Отношение сотрудников к формам их организации

высокая зарплата, хорошая мотивация, успех компании на рынке, низкая текучесть кадров.

На диаграмме показано отношение сотрудников к формам их организации.

Размещение PR-логотипа в разделе вакансий в рекламе может как помочь, так и помешать в период массового набора персонала. Иногда мы говорим клиентам название организации и количество звонков повышается на 30–40%. А иногда уменьшается на то же количество по той же причине.

Имя компании очень важно, но чаще всего оно формируется из того, что говорят люди, уже работавшие в ней.

Я бы выделила следующие факторы, которые всегда работают:

1. Донести идею HR-бренда до внешней аудитории (кандидатов на работу);
2. Позиционирование компании как эксперта в своей отрасли;
3. Предоставление положительных отзывов о карьерных возможностях и корпоративной культуре посредством средств массовой информации;
4. Донести сотрудникам, что им очень повезло работать именно в вашей компании;

#### 5. Активная работа с WEB сайтом и интернетом.

Многие компании не могут и не хотят презентовать себя на рынке труда, твердо думая, что все итак о них знают. Но это не так. И наиболее ярким свидетельством этого является регулярное проведение опросов кандидатов на работу в рамках различных ярмарок вакансий. Им задают такой вопрос: «В каких компаниях вы бы хотели работать?» Потенциальные работники называют сферу, но не называют конкретные фирмы. Безусловно, существует ежегодный общероссийский рейтинг «Лучший работодатель», который проводится различными организациями и должен быть показателем, но сколько компаний он включает на самом деле? Только самые известные, знакомые всем. Есть ли там ваша фирма?

Поэтому директор организации и HR менеджер должны рационально посмотреть на их компанию в качестве работодателя, что бы найти ошибки, которые оказывают влияние при формировании имиджа на рынке труда.

В таблице 1 приведены типичные ошибки и возможные способы их решения.

Для успешного регулирования конъюнктуры спроса и предложения на рынке труда необходимо использовать

Таблица 1

Типичные ошибки	Возможные решения и рекомендации
<p>1. Неэффективная реклама вакансий:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>— Компания малопонятна для потенциальных сотрудников (не упоминается название организации, сфера деятельности, нет доказательств стабильности компании на рынке);</li> <li>— Неудовлетворительные или однонаправленные действия (вакансии публикуются неизменном виде, в одном и том же месте начиная с директора и заканчивая уборщиком). У кандидата складывается впечатление о высокой текучести кадров, при виде постоянных объявлений о вакансии;</li> <li>— Отсутствие отслеживания эффективности по привлечению кандидатов;</li> <li>— Задержка обработки информации.</li> </ul>	<p>Позиционирование компании как работодателя должно быть так же ясно как и позиционирование продукта этой компании на рынке. Компании ищут лучших сотрудников, а лучшие сотрудники реагируют в случае, если их заинтересовала информация об организации, или привлек имидж, или понравилось предложение. Кандидаты должны быть в состоянии ответить на вопросы: «Почему я должен думать, что это хорошее место для работы?», «Что я получу?», «Чем эта компания лучше конкурентов?», «Знаю ли я, что я должен сделать, чтобы получить работу в этой компании?»</p> <p>Прежде всего стоит понять, где будет искать целевая аудитория этой вакансии — в интернете или газетах, рекламах на стендах, листовках и т.д. Затем необходимо выбрать соответствующую форму рекламы для вакансии. В объявлениях компаний, которые постоянно ищут новый персонал, должно присутствовать объяснение (расширение, открытие новых вакансий, филиалов).</p> <p>Если источник размещения рекламы не приносит результатов, то стоит отказаться от него в нужное время. Для этого нужно спросить у кандидатов, откуда они узнали про вас.</p> <p>Кандидаты — «скоропортящийся товар», поэтому не стоит задерживать ответ, особенно для интересных заявителей.</p>



<p>2. Непрофессиональный и неквалифицированный персонал из-за преобладания родственников и друзей в компании: дети, жены и другие лица, которые часто не отличаются профессионализмом и злоупотребляют влиянием на руководство.</p>	<p>Отказаться от метода привлечения персонала из числа родственников и друзей. Стоит обеспечить эффективный поиск и подбор персонала через рынок труда с использованием специалистов.</p>
<p>— 3. Отказ от необходимых инвестиций в персонал. Не берутся во внимание даже такие факторы как условия труда и его оплата, межличностные отношения, стиль управления;</p> <p>— Люди работают в холодном помещении, на недостаточно освещенных рабочих местах, не оснащенных компьютерами, телефонами, факсом;</p> <p>— Неограниченный рабочий день: сверхурочное время считается нормой, отсутствуют выходные и все это не оплачивается;</p> <p>— Заметная разница в зарплате по сравнению с другими компаниями;</p> <p>— Отсутствие минимального социального пакета; больничный не оплачивается или оплачивается 5—7 дней в году, 1—2 недели оплачиваемого отпуска в год, питания или хотя бы условия не предусмотрены;</p> <p>— Грубая внутренняя атмосфера с неограниченной властью руководства и постоянными штрафами;</p> <p>— Неэффективная система управления. Обычно это отсутствие внятной политики по работе с персоналом, непоследовательность в принятии решений.</p>	<p>Условия работы должны быть приняты во внимание в первую очередь, так как именно они привлекают персонал в компанию. Руководство должно перейти от своекорыстной психологии к психологии собственника, который заботится о людях ради процветания своего бизнеса.</p> <p>Мониторинг зарплаты в вашем регионе и отрасли помогают сделать оценку работы персонала объективной. Это может быть сделано как самостоятельно, так и с помощью занимающихся этим организаций (консалтинговых компаний и HR агентств). Не следует использовать денежные штрафы в качестве наказаний, так как потенциальные сотрудники предпочитают держаться подальше от таких компаний.</p> <p>Включите социальный пакет как мотивационный инструмент. Необходимо создать социальный пакет на основе возможностей компании, потому что каждый человек хочет видеть выгоду для себя.</p> <p>В процессе интервью следует сказать о минусах компании, чтобы кандидат узнал о них от работодателя, а не от кого-то еще в искаженной форме.</p> <p>Сотрудники должны понимать для чего существует организация, ее правила и принципы. Для того, чтобы управление было эффективным менеджер должен быть последовательным: если он сказал «А», то он также должен сказать и «Б», но не откладывать свое решение. Следует обеспечить сотрудников ресурсами при определении обязанностей.</p>
<p>4. Распространение негативной информации о компании от бывших сотрудников и клиентов. Первые связаны с неумением некоторых работодателей правильно расстаться с рабочими: они до сих пор расценивают увольнение как предательство. Вторые связаны с неумением персонала правильно общаться с клиентами: как результат плохая репутация складывается из-за невнимания сотрудников к клиенту и неумения правильно обслужить.</p>	<p>Пришло время изменить отношения работодателя к увольнению сотрудников и перестать быть источником негатива, который бывшие рабочие передают на рынке труда. Вторая проблема может быть решена набором компетентного и ориентированного на клиента персонала, и его обучением. Такой подход позволяет компании получить дополнительную выгоду (хороший имидж).</p>

методологию маркетинга. И главный тезис маркетинга ориентация на потребителя, производство того, что требуется, что может быть выгодно продано.

Здесь надо понимать, что HR-бренд и торговая марка разные вещи, только потому, что одна компания может иметь десятки торговых марок. Классический пример Coca-Cola Company. Сам бренд очень сильный на рынке, но репутация как работодателя не самая лучшая.

Вся сложность взаимодействия между PR и HR, с моей точки зрения, состоит в уровне профессионализма. PR хорошо знает свои цели, но не знает рынок труда и не знает, как «продать» свою компанию потенциальным сотруд-

никам и не беспокоиться о внутренних общественных отношениях. Напротив HR плох в сфере маркетинга, инструментах продвижения и позиционирования. Что следует сделать? Один из вариантов, если есть возможность, найти специалиста в сфере маркетинга и принять его на работу в отдел кадров.

Другой вариант решения проблемы — аутсорсинг, но здесь мы сталкиваемся с теми же трудностями: рекламные агентства плохо знают рынок труда, HR агентства плохо знают маркетинг. Следует обратиться к организациям, которые занимаются разработкой HR-бренда.

PR не может сформировать бренд работодателя, если компания не осуществляет надлежащей кадровой политики.

И главное — в большинстве компаний нет единого стратегического решения топ-менеджмента о разработке цели, в которой директор является ключевой фигурой в формировании HR-брендинга.

Таким образом, бренд является важным активом, который должен быть тщательно разработан. Его формирование является серьезной составляющей успеха любой компании.

HR-бренд — это имидж компании в сознании сотрудников, потенциальных работников и на рынке труда в целом. Он состоит из внутреннего и внешнего. Внутренний включает в себя сотрудников, уже работающих в компании. Внешний — потенциальных рабочих. HR-брендинг — это способ привлечь работников не деньгами, как это обычно бывает, а созданием высокого имиджа работы в компании.

Успех HR-брендинга зависит от правильно выбранной политики организации грамотно проведенных изменений руководством.

#### Литература:

1. Мансурова, Р.Е. Как повысить эффективность персонала/ — М.: Изд. БХВ — Петербург — М, 2011.
2. Kotler, Armstrong Principles of Marketing 14th edition.
3. Employer branding. A no-nonsense approach.
4. Минтруд РФ: Численность населения трудоспособного возраста сократится к 2016 году на 4 млн. человек. [Электронный ресурс]/URL: <http://www.business-gazeta.ru/article/93731/>. (дата обращения: 6.11.15.).
5. Росстат. [Электронный ресурс]/URL: [http://www.gks.ru/free\\_doc/new\\_site/population/obraz/obrg-v1.htm](http://www.gks.ru/free_doc/new_site/population/obraz/obrg-v1.htm). (дата обращения: 6.11.15.).
6. Employer branding. A no-nonsense approach. [Электронный ресурс]/URL: <http://www.cipd.co.uk/NR/rdonlyres/D0AC3CB0-BC5F-44F5-886D-4C00276F2208/0/empbrandguid.pdf>/(дата обращения: 6.11.15.).
7. Brand Equity in branding by Shannon Blair. [Электронный ресурс]/URL: <http://www.shoutoutstudio.com/brand-equity/>(дата обращения: 6.11.15.).
8. The essentials of branding by Sarah Wealleans. [Электронный ресурс]/<http://landor.com/#!/talk/articles-publications/articles/the-essentials-of-branding/>(дата обращения: 6.11.15.).

## Краудсорсинг и краудфандинг — современные механизмы интеграции рыночных субъектов

Санинский Сергей Александрович, доктор экономических наук, доцент;

Лобанова Анастасия Сергеевна, студент;

Аверьянова Любовь Леонидовна, студент

Саратовский социально-экономический институт (филиал) Российского экономического университета имени Г.В. Плеханова

*В статье рассмотрена эволюция поведения потребителя. Дана оценка активизации роли потребителя, превращения его в равноценного участника процесса создания новой стоимости. По мнению автора, в современных условиях потребитель стал выступать в качестве инициатора создания новых продуктов. На примере успешной деятельности некоторых компаний доказано, что участие потребителя в процессе создания новых благ позволяет создать востребованный рынком продукт и снизить реализационные риски производителя. Раскрыта роль потребителя в процессе формирования конкурентоспособности современного бизнеса.*

**Ключевые слова:** краудсорсинг, краудфандинг, потребитель, производитель, SWOT-анализ, Интернет-платформа.

В современных реалиях высокой информатизации, глобализации, а также постоянно растущей конкуренции на рынках мы становимся свидетелями принципиальных трансформаций, которые служат причиной активизации роли потребителя в тандеме производитель — потребитель. Традиционно производитель стоял у истоков зарождения идеи и создания нового продукта, выступая

в качестве иницирующей стороны. Потребителю в рассматриваемой цепочке (производитель — потребитель) отводилось более скромное место. Теперь же производитель стал направлять покупателя в сторону активного выбора, предполагающего предварительный анализ, включающий поиск информации о товаре, его качественных характеристиках, функциональных свойствах и т.д.

На смену пассивному потребителю, готовому приобрести все то, что предлагалось к продаже, сегодня пришел активный игрок рынка. Потребитель стал выступать в качестве инициатора создания новых продуктов, становясь непосредственным участником производственного процесса и генератором новых идей. Изменение роли потребителя, в свою очередь, привело к необычайной популяризации и широкому распространению новых терминов, таких как краудсорсинг и краудфандинг [1, с. 7-14].

В данной статье мы постараемся раскрыть понятия «краудсорсинг» и «краудфандинг», а также дать ответы на следующие вопросы: каковы преимущества, недостатки и эффективность новых способов привлечения капитала? как происходит взаимодействие между производителями и потребителями сегодня? каково мнение специалистов о новых формах привлечения ресурсов? и некоторые другие вопросы.

Так в чем же суть и особенности краудсорсинга и краудфандинга? Это инструменты будущего для серьезного бизнеса, панацея для стартапов или же «строительство замков на песке» [2]? Чтобы понять это, для начала стоит рассмотреть этимологию данных понятий.

**Краудсорсинг** (от англ. «crowd» — толпа; «source» — источник) — это процесс передачи определенных производственных функций неопределенному кругу лиц на основании публичной оферты, не подразумевающей заключение трудового договора [3, с. 17-28]. Это инновационный подход в методологии решения комплексных задач с использованием интеллектуального потенциала и знаний миллионов людей при создании новых продуктов, сервисов, внедрении инноваций и развитии бизнес-идей, решении текущих бизнес-задач, проведении маркетинговых исследований, формировании лояльности среди клиентов, взаимодействии с поставщиками [4, с. 230-232]. Чаще всего краудсорсинговые кампании запускаются как «препарат местного воздействия» или с целью инновационного развития в сегменте B2C [5].

**Краудфандинг** (от англ. «crowd» — толпа; «funding» — финансирование) — это финансовый инструмент привлечения финансовых ресурсов путём добровольного коллективного сотрудничества людей посредством особых Интернет-платформ [6]. Существующие способы финансирования предпринимательской деятельности часто недоступны на ранних этапах и, в целом, имеют свои минусы, будь то зависимость и давление от инвестора или «дороговизна» способа. Поэтому с недавних пор всё большую популярность набирает новый, революционный способ финансирования, которым выступает «краудфандинг».

В сложившейся на сегодняшний день экономической ситуации в мире важным является вопрос о привлечении денежных средств и генерации идей на запуск и дальнейшее развитие бизнеса. Получение информации о потребителе «из первых уст», т.е. в ходе прямого взаимодействия с клиентами помогает компании «чувствовать» своего клиента для того, чтобы определять приоритетные

направления работы [1, с. 27]. Современный потребитель наряду с производителем становится полноценным участником процесса создания новой стоимости. Популяризация и широкое распространение таких явлений, как краудсорсинг и краудфандинг, в очередной раз доказывают значение роли потребителя в процессе создания конкурентоспособного продукта. Имеет место превращение покупателя в силу, укрепляющую позиции бизнеса на рынке и направляющую производителя по пути создания востребованного рынком продукта. Удержание конкурентных позиций в современном мире становится возможным при условии более тесного взаимодействия с потребителем. Непременным условием формирования конкурентоспособного бизнеса является участие потребителя в процессе создания новых стоимостей.

Чтобы более детально ознакомиться с процессами краудфандинга и краудсорсинга, стоит провести SWOT — анализ данных рынков.

#### **Сильные стороны.**

Основным преимуществом краудсорсинга и краудфандинга является то, что данные способы привлечения ресурсов значительно облегчают процесс создания и развития бизнеса и могут быть задействованы в любой индустрии и бизнесе любой величины. Кроме того, затраты на популяризацию незначительны. Также существует возможность получения обратной связи, что в свою очередь, способствует формированию постоянной клиентской базы. Еще одним преимуществом данных инструментов является возможность установить связь между потребителем и производителем: они могут обмениваться идеями, и, как следствие, производитель имеет четкое представление о том, что хочет получить от проекта потребитель. Или компании могут выбрать лучшие идеи, предложенные большим количеством людей, и не полагаться на креативность одного человека или одного агентства.

#### **Слабые стороны.**

Успех краудфандинга зависит от связи между разработчиком и пользователем. Для разработчика это означает то, что необходимо придумать такую идею проекта, которая привлечет людей и заинтересует их. Кроме того, краудсорсинг и краудфандинг — это нестандартные инструменты финансирования проектов и привлечения новых идей, которые требуют выполнения некоторых правил, наличия инновационной идеи проекта, маркетинговых навыков создателей проектов и т.п., а это значит, что данные методы подходят «не для всех». Также для производителя возможность установить цену на товар сводится к минимуму, а в случае если товаров-аналогов нет на рынке, тяжело установить цену. Еще одним недостатком краудсорсинга и краудфандинга является то, что требуется большое количество времени для того, чтобы просеять огромное количество ответов и предложений от людей, которые хотят принять участие в вашем проекте. И, наконец, данные методы постепенно вытесняют традиционные виды занятости, тем самым уничтожая рабочие места.

### **Возможности.**

При успешном финансировании на платформах компания получает гарантированного потребителя выпускаемой продукции из числа спонсоров, профинансировавших проект. Также создатели проектов имеют возможность без дополнительных затрат рекламировать свою продукцию, так как СМИ сами заинтересованы в обзоре новинок краудсорсинговых и краудфандинговых проектов. Помимо этого, в случае успешного финансирования и создания работающей компании, при необходимости расширения и роста создателям своих проектов гораздо проще найти дополнительные источники финансирования, так как стоимость компании вырастает во много раз, и, как следствие, количество желающих инвестировать в успешную инновационную компанию увеличится в геометрической прогрессии. Также есть возможность изучить потребности пользователей, понять, какой проект будет актуальным и востребованным.

### **Угрозы.**

Главной угрозой в краудсорсинге и краудфандинге является отсутствие реализации проекта, который был успешно профинансирован. Это может быть связано с неудачным бизнес-планированием, экономическим расчетом, а также с тем, что после реализации проект не получит широкой популярности уже на рынке. Еще одна угроза — это вероятность попадания на площадки проектов мошенников, собирающих средства на несуществующую продукцию и после успешного финансирования присваивающих себе все собранные средства. Угрозой является и то, что должного финансирования может и вовсе не поступить. Это связано с тем, что обычные Интернет-пользователи могут быть не готовы инвестировать, пусть даже небольшие средства, в малопонятные проекты. Также существует высокая конкуренция между проектами близкой тематики. И, наконец, могут возникнуть трудности в обеспечении логистики и контроля. Это зависит от размера привлеченной группы и числа проектов.

Какова же потенциальная эффективность и результативность процессов краудсорсинга и краудфандинга? С помощью данных способов взаимодействия между потребителем и производителем могут быть достигнуты такие результаты, как:

— Усиление приверженности аудитории. Исполнитель берется выполнять задание, генерирует идеи, обсуждает их с друзьями, распространяет информацию о компании и размещает полученный результат на площадке от своего имени. Таким образом, он сам мотивирует себя на качественный результат и становится приверженцем компании, реализующей какой-либо проект. Стратегия краудсорсинга и краудфандинга предполагает вовлечение сотен подобных исполнителей.

— Улучшение реализуемых продуктов и услуг. Собранные в рамках краудсорсинга и краудфандинга информация может значительно улучшить продукт и положительно сказаться на росте всего бизнеса.

— Повышение общей репутации компании. Вовлечение огромного количества людей, активно участвующих в каком-то проекте, постоянное обсуждение деятельности компании и ее продуктов создает положительный общественный резонанс, а также привлекает внимание СМИ.

— Чтобы не быть голословными, необходимо рассмотреть, как работают краудсорсинг и краудфандинг на конкретных примерах. Преимущества данных методов уже успели оценить такие всемирно известные компании, как:

— **Procter & Gamble.** На специальном сайте ([www.ideaconnection.com](http://www.ideaconnection.com)) публикуются задания, которые можно выполнить за денежные вознаграждения.

— **Lego.** Lego использует краудсорсинг для большинства своих продуктов. Компания предлагает потребителям скачать специальную программу на компьютер, спроектировать и построить свой собственный конструктор. Таким образом, Lego получает достаточно прототипов конструктора, а также узнает потребности клиентов. Более того, стоимость разработки новых моделей конструктора благодаря таким инновациям поразительно снизилась, а удовлетворенность покупателей выросла практически до 99,9%. Любую свою идею можно предложить на сайте (<https://ideas.lego.com/>) [5].

— **Sony.** Sony анонимно размещает проекты перспективных устройств в Интернете, чтобы оценить их рыночные возможности и реакцию потребителей, а также разработать продукт с учетом обратной связи [7].

— **Disney.** В октябре 2014 года Disney совместно с XPrize запустили конкурс «Disney's Create Tomorrowland XPRIZE Challenge» для аудитории от 8 до 17 лет. Условия предельно просты: рассказать о своих инновациях или изобретениях, которые сделают мир лучше. Для презентации идеи можно использовать текст, аудио и видео. Победитель получает от 3000 \$.

Что касается стартапов, различных социальных, научных, инновационных проектов, а также менее известных компаний меньшего масштаба, то на просторах Интернета созданы специальные платформы. Чтобы собрать средства и идеи с помощью краудфандинга и краудсорсинга, необходимо: выбрать Интернет-платформу; обозначить конкретную цель проекта; составить убедительное описание проекта; определить необходимую сумму; предъявить калькуляцию всех расходов. Самой популярной и успешной зарубежной платформой является Kickstarter. По данным этой платформы, с даты основания (2009г) с помощью нее были успешно профинансированы 99638 тыс. проектов. В России аналогом Kickstarter выступает Boomstarter. В силу того, что в нашей стране данный вид бизнеса появился относительно недавно, и люди с долей недоверия к нему относятся, то цифра проектов, реализованных с помощью платформ, в разы ниже: на данный момент насчитывается лишь 935 реализованных проектов, получивших финансовую помощь благодаря данному сервису [8].

Большинство экспертов положительно высказываются относительно краудсорсинга и краудфандинга, считая,

что благодаря данным методам генерируются исключительные идеи, которые затем дают ход масштабным исследованиям. Таким образом, это результативные инструменты развития и сохранения приверженности клиентов. Однако, есть и негативные отзывы специалистов, считающих, что главный недостаток краудфандинга и краудсорсинга — низкое качество большого объема информации, получаемой от участников и, соответственно, снижение качества конечного продукта. Подавляющее большинство людей создает так называемый «шум» идей, который осложняет поиск действительно полезной, нужной и качественной информации.

#### Литература:

1. Санинский, С. А. Производители и потребители: рыночное взаимодействие и партнерство/С. А. Санинский. — Москва: СПС Гарант, 2009. с. 7–14, 27.
2. Интернет-журнал «Стратегии»: <http://www.strategy.com.ua/Articles/Content?Id=1677#sthash.GGI6Cqag.dpuf>
3. Hawe, J. Rise of Crowdcourcing [Текст] //The Wired. № 6, 2006. с. 17–28
4. Хаудж. Краудсорсинг: Коллективный разум как инструмент развития бизнеса; Пер. с англ. — М.: Альпина Паблишер, 2012. с. 230–232
5. Интернет-издание о маркетинге и коммуникациях в цифровой среде — Cossa: <http://www.cossa.ru/152/101739/>
6. Портал крауд-сервисов: [www.crowdsourcing.ru](http://www.crowdsourcing.ru)
7. Обзор консалтинговой компании Ernst&Young «Ключевые тренды в ИТ-индустрии»: <http://www.ey.com/RU/ru/Industries/Technology/EY-key-trends-in-it-industry#.VqwErLKLTIU>
8. Российская краудфандинговая платформа Boomstarter: [www.boomstarter.ru](http://www.boomstarter.ru)
13. Экономика труда

Так есть ли будущее у краудсорсинга и краудфандинга? На наш взгляд, безусловно, да. Несмотря на все отрицательные моменты, в мировой практике наблюдается положительная тенденция к развитию нового, революционного типа бизнеса. Это происходит, потому что в условиях конкуренции лидерство на рынках сохраняют те компании, которые будут более клиентоориентированными. Краудсорсинг и краудфандинг как раз и являются такими инструментами. Благодаря им происходит сближение и интеграция между производителем и потребителем. Сегодня потребитель в праве сам создавать свой продукт, вкладываясь материально либо идейно в тот или иной проект.

## Положение службы занятости населения на современном рынке труда

Колесниченко Мария Николаевна, аспирант

Волгоградский филиал Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации

Одной из основных составляющих экономики нашей страны являются сфера трудовых отношений. Современный рынок труда представляет собой особую форму экономической жизни общества, где работники осуществляют торговлю особым видом товара — своими знаниями, навыками, умениями и опытом [2].

Основными субъектами рынка труда являются:

1. собственники средств производства и органы, представляющие их интересы (ассоциации предпринимателей);
2. наемные работники и организации, отражающие их интересы (профсоюзы, советы работодателей);
3. государство (в лице различных его структур) как посредник между работодателями и наемными работниками.

Следовательно, рынок труда представляет собой систему конкурентных связей между участниками рынка по поводу найма и использования работников в общественном производстве. Также рынок труда характери-

зуется процессом обмена способности трудиться на денежное вознаграждение.

Как отмечалось ранее, среди основных субъектов рынка труда особая роль отведена государству, как регулятору отношений найма, посредника между работодателями и наемными работниками и главного организатора функционирования рыночных отношений в этой сфере.

Государство обладает влиянием на различные сферы рынка труда, которые оказывают воздействие на становление занятости, как в отдельных отраслях, так и в глобальном масштабе. Государство в качестве регулятора отношений на рынке труда может оказывать влияние на:

- уровень предлагаемой заработной платы,
- условий труда,
- предоставление дополнительных льгот отдельным лицам или категориям работников,
- уровень социального обеспечения.

Для регулирования рынка труда государство создает специализированные организации — **службы занятости**.



Государственная система службы занятости имеет три уровня подчиненности:

I уровень — федеральная служба занятости;

II уровень — региональные организации службы занятости;

III уровень — местные организации службы занятости, в том числе городские, районные организации, их филиалы, бюро, центры.

В процессе своего формирования служба занятости прошла сложный путь развития [1]. По мнению автора, связано это с определенными нелегкими этапами в истории нашей страны, кризисными явлениями, которые не могли, не отразится на социальной политике. Также прослеживается постепенное увеличение функционала службы занятости в процессе преобразований, что говорит о значимости службы занятости в социально-экономической политике как макро-, так и микро-уровне.

Основными задачами государственной службы занятости являются:

- учет свободных мест и граждан, нуждающихся в трудоустройстве;
- информирование о возможностях трудоустройства;
- содействие гражданам в выборе подходящей работы и работодателям в подборе необходимых работников;
- сохранение и организация новых рабочих мест путем прямого инвестирования и кредитования;
- организация общественных работ;
- организация профессионального обучения и профессионального консультирования незанятых граждан;
- оплата обучения, включая содержание (аренду) помещений и выплату стипендий;
- регистрация безработных;
- выплата пособий по безработице и других видов материальной помощи;
- оформление досрочного выхода на пенсию;
- разработка программ занятости;
- мероприятия по социальной защите различных групп населения.

Для решения перечисленных выше задач каждый уровень системы службы занятости выполняет как общие, так и частные, присущие только ему функции.

Общими функциями служб занятости всех уровней являются:

- анализ и прогнозирование спроса и предложения на рабочую силу;
- оказание помощи в выборе работы;
- организация подготовки и переподготовки кадров.

Для федеральной службы частными являются функции:

- разработка целевых программ занятости, в том числе межрегиональных и региональных;
- поиск и разработка механизма финансирования этих программ;
- определение основных направлений профессионального обучения;
- создание правовой и нормативной базы функционирования;

— координация работы региональных и местных служб занятости.

Для местных организаций службы занятости частными являются функции, связанные с работой непосредственно с гражданами: регистрация безработных, поиск свободных мест, трудоустройство, выявление актуальных профессий, переобучение и выбор курсов, а также учебных программ. Много внимания уделяется социально незащищенным слоям населения. Предусматриваются специальные меры по профессиональной реабилитации инвалидов, адаптации военнослужащих в гражданской среде, содействию развития малого бизнеса, трудоустройству подростков, организации профессионального консультирования различных групп населения, включая школьников, участие в решении региональных проблем рынка труда, таких, как миграция работников за рубеж, работа на дому, работа неполный рабочий день, трудоустройство лиц, освобожденных из мест заключения.

Стоит отметить, что работа служб занятости не в силах влиять коренным образом на состояние рынка труда в стране. В нашем государстве не существует на законодательном уровне обязательства выполнять назначения и рекомендации служб занятости предпринимателями и предприятиями. Последние стараются самостоятельно определить круг возможных соискателей через собственные отделы кадров. Это позволяет сделать выбор в достаточно короткие сроки и принимать решение о трудоустройстве после общения с большим кругом возможных специалистов. А соискатели, в свою очередь, чтобы избежать бюрократических издержек общения с государственными структурами, изъявляют желание общаться с потенциальными работодателями напрямую, без посредников. Но при этом на законодательном уровне закреплена обязанность предприятий ежемесячно передавать сведения в службу занятости. В соответствии со ст. 25 Закона Российской Федерации от 19 апреля 1991 г. № 1032-1 (в ред. от 22.12.2014 г.) «О занятости населения в Российской Федерации» организации должны предоставлять в органы службы занятости населения информацию о наличии свободных рабочих мест и вакантных должностей. Но в действительности практика показывает, что большое количество работодателей зачастую пренебрегают данной обязанностью, либо предоставляют данные об отсутствии вакансий, когда в реальности они существуют.

По мнению автора, существующие государственные службы занятости не в состоянии выполнять в полном объеме роль регулятора рынка труда. Вопрос трудоустройства населения продолжает находиться на критическом уровне. В условиях современной нестабильной экономики многие учреждения и организации либо перестают работать на время, либо становятся банкротами. Соответственно, все сотрудники, которые работали на таких предприятиях, остаются без работы. Естественно, что не все они могут устроиться на работу с помощью центров занятости, многие так и останутся находиться на учете (особенно, если возраст предпенсионный, либо же нет со-

ответствующей профессии). А в сегодняшней ситуации с притоком беженцев наиболее остро встает вопрос конкуренции на рынке труда. Также приток безработных приходится на период окончания учебного года, поскольку ВУЗов и профильных училищ много, а обеспечить всех выпускников работой не представляется возможным, по крайней мере, сразу. Эти проблемы были известны всегда, но особого внимания к ним не привлекалось. Только в последнее время государственные службы занятости стали уделять решению этих проблем достаточное внимание. Изменилась позиция в отношении рынка труда, замещать освободившиеся вакансии теперь можно после посещения ежемесячно устраиваемых ярмарок вакансий, а также других подобных мероприятий. Однозначно, не отметить роль служб занятости в регулировании рынка труда просто невозможно. Как уже отмечалось, данные государственные органы занимаются перепрофилированием, переподготовкой, учебной потенциальных работников, а также реально помогают в трудоустройстве гражданам. Кроме того, особое значение имеет то, что службы занятости занимаются сбором данных о количестве безработных, уже трудоустроенных, определении перечня востребованных профессий, что помогает составить статистику и план мероприятий, направленных на борьбу с безработицей. Но, что бы ни делала служба занятости, основную проблему она не решает. Потерявший работу человек, придя в службы занятости и получив предложение приобрести новую специальность, естественно, соглашается. Но на рынке труда будут отдавать предпочтение потенциальным сотрудникам, возраст которых — до 45, есть определенный стаж работы по необходимой профессии. А реальные соискатели, которые ищут работу через центры занятости, не имеют опыта в новой профессии, да и возраст зачастую около пенсионного, либо же выше. То же

происходит и с молодежью, которая на период поведения перепрофилирования, может утратить реальную возможность трудоустроиться, в связи с занятием вакантной должности другим специалистом. То есть вопрос переобучения не может решить проблему трудоустройства. Поскольку еще очень много времени пройдет до момента, когда проблема будет полностью устранена, можно предпринимать эффективные промежуточные решения. Они хоть и не решают в целом проблему, но смогут снизить напряженность на рынке труда:

- увеличение минимального и максимального размера пособия, получаемого безработными;
- направление усилий на проведение трудоустройства молодого населения страны;
- необходимо повысить уровень доверия к службе занятости не только со стороны соискателей, но и со стороны работодателей.

В условиях сегодняшнего дня огромную роль в стабилизации и улучшении экономики в стране, а также экономических процессов, играет мобильность потенциальных соискателей. То есть способность работника, а также членов его семьи, по надобности изменять место своего проживания с региона на регион. Именно это особенность может привести к увеличению производительности и эффективности экономики в целом.

Таким образом, подводя итог, следует сделать акцент на том, что при всем многообразии услуг, предоставляемых населению службой занятости, все же данные учреждения не в полной мере способны регулировать существующую ситуацию на рынке труда. И только правильные действия и мероприятия государства по стабилизации рынка труда и наделению служб занятости большими полномочиями помогут добиться положительных показателей на рынке труда.

#### *Литература:*

1. Горина, Е.Е. Служба занятости: проблемы формирования и оптимизация функционирования // Регионология. — 2010. — № 2. — с. 176—186.
2. Горина, Е.Е. Рынок труда в России: вопросы теории и практики // Современные научные исследования и инновации. 2013. № 8 [Электронный ресурс]. URL: <http://web.snauka.ru/issues/2013/08/25761> (дата обращения: 28.11.2015)
3. Горшкова, В.И. Теоретические аспекты регулирования структуры рынка труда // Современные проблемы науки и образования. — 2015. — № 1—1.; URL: <http://www.science-education.ru/ru/article/view?id=19694> (дата обращения: 27.11.2015).

## **Финансовое стимулирование в системе мотивации воинской деятельности**

Уразбахтин Юрий Галиевич доцент, старший преподаватель  
Вольский военный институт материального обеспечения

**В**ся история человечества неразрывно связана с защитой своих земель от поработителей и захватчиков. Защита своего отечества являлась важнейшей функцией любого

государства, а защита своей Родины обязанностью каждого гражданина государства. Армия государства может комплектоваться как на основе всеобщей воинской обя-

занности так и по найму (наемная армия, служба по контракту).

Вставши под знамена вооруженных сил граждан в случае необходимости мог отдать свою жизнь на благо Отечества поэтому ратный труд во все времена высоко ценился. Государство всячески старалось поощрять ратных людей, как то высокое денежное содержание, освобождение от налогов, различные привилегии и другие стимулы.

С переходом армии России на контрактную основу возникла необходимость усиления внимания мотивационно-смысловой сфере деятельности военных кадров. Забота о военнослужащих является приоритетной задачей нашего государства. Она направлена на выплату высокого денежного довольствия, создание комфортных социально-бытовых условий, продовольственное, вещевое и иное обеспечение военнослужащих и т.д.;

Самым устойчивым стимулом, побуждающим человека к воинскому труду, является желание получить вознаграждение за работу в виде определенного количества материальных благ (Анисимов В. М., Боенко А. В., Железняк Л. Ф., Ковалевский В. Ф., Панин И. Н., Феденко Н. Ф. и др.).

Деньги при этом являются средством для достижения духовных и материальных благ. Желание денег не исключает других устремлений, таких как удовольствие, доставленное самой службой, или вознаграждение в натуральной форме. Побудительные мотивы к стимулированию воинскому труду могут поддаться денежной оценке.

Стимулирование воинского труда направленно на создание определенных дополнительных благ, имеющих цель отдать предпочтение, выделить определенные сферы военной деятельности, отличающиеся от обычных своей интенсивностью, работой в экстремальных условиях, климатическими и другими особенностями осуществления труда, а также степенью опасности для здоровья и жизни военнослужащих.

Финансовое стимулирование как самый устойчивый стимул, побуждающий человека к воинскому труду, является желанием получить вознаграждение за работу в виде определенного количества материальных благ. Система материального стимулирования — это, прежде всего, система оплаты труда, денежное вознаграждение, дающие возможность военнослужащим повысить свои доходы благодаря более качественной и эффективной воинской деятельности. В условиях рыночной экономики возрастает значение и роль денежного довольствия как основной формы удовлетворения материальных и культурных потребностей профессиональных военных.

Финансовое стимулирование воинского труда состоит в использовании специальных финансовых методов стимулирования, в процессе применения которых осуществляются распределительные отношения.

Стимулирование труда профессиональных военнослужащих имеют ряд особенностей:

- финансовые методы должны отражать конкретные виды деятельности, обеспечивать компенсацию больших

физических и моральных усилий, затрачиваемых военнослужащими при исполнении служебного долга.

- выбор области приложения труда обусловлен не только индивидуальными качествами человека, но и тем благосостоянием, которое можно получить, занимаясь определенным видом деятельности, поэтому финансовые методы стимулирования должны обеспечивать достаточный уровень денежного содержания.

Политика стимулирования — это не только политика определяющая размеры денежного довольствия, это политика всех доходов — явных и косвенных. Стимулирование должно комплексно охватывать и гарантировать и экономическую привлекательность воинской службы, самого процесса воинского труда и пенсионного обеспечения.

Внедрение финансовых стимулов позволяет регулировать поведение объектов управления на основе использования различных денежных выплат. Существуют различные формы материального стимулирования.

В зависимости от учета результата деятельности при определении стимула выделяют коллективную и индивидуальную. Коллективная форма материального стимулирования способствует работе воинской части в целом, так как интересы одного военнослужащего начинают совпадать с интересами коллектива. Индивидуальная форма материального стимулирования направлена на эффективную деятельность конкретного исполнителя и его поощрения. В свою очередь индивидуальную форму можно разделить на общие материальные стимулы и стимулы зависящие от выполнения специфических задач военной деятельности.

К общим материальным стимулам можно отнести стимулы:

- направленные на продолжительность военной службы «Надбавка за выслугу лет»;

- направленные на совершенствование боевого мастерства «Надбавка за классную квалификацию»;

- направленные на сохранение военной тайны «За работу со сведениями составляющими государственную тайну»;

- направленные на добросовестное и эффективное исполнение должностных обязанностей «Премия за добросовестное и эффективное исполнение должностных обязанностей».

К стимулам, зависящим от выполнения специфических задач военной деятельности относятся:

- надбавка за особые условия военной службы;

- надбавка за выполнение задач, непосредственно связанных с риском для жизни и здоровья в мирное время;

- дополнительные выплаты военнослужащим проходящим военную службу в воинских формированиях, дислоцированных за пределами территории РФ, а также выполняющим задачи в условиях чрезвычайного положения, при вооруженных конфликтах;

- дополнительные выплаты за военную службу в районах Крайнего Севера и приравненных к ним местностях;

Все повышения и надбавки в свою очередь подразделяются на:

- ежемесячные дополнительные выплаты;
- единовременные дополнительные выплаты;
- отдельные выплаты военнослужащим.

По результатам воинского труда выделяют позитивную (премируются высокие показатели в боевой подготовке) и негативную (за невыполнение условий контракта) форму.

По степени и характеру конкретности условий получения стимула различают общую, эталонную и состязательную (стимул вручается за занятое место) формы.

Таким образом, исходя из вышеизложенного финансовое стимулирование воинского труда — это одна из самых эффективных систем для побуждения военнослужащих к активной служебной деятельности.

#### *Литература:*

1. Фатеев, В. И. офицерская взаимопомощь по-турецки //Социологические исследования 2000 № 4 с. 112–125.
2. Социальная сфера экономики и качество жизни. Курс экономики. Под ред. Райберга В. А. М: «Инфра-М», 1997. 601 с.
3. Плотвил, П. Б. Сколько стоит военная служба //зарубежное военное обозрение. —2001. № 10 с. 25–31.
4. Маркс, К. Энгельс Ф. Полное собрание сочинений т. 42 с. 458.
5. Коломийцев, А. Г. Система оплаты труда персонала: проблемы и противоречия. — М., ВФЭУ. 2001. с. 123.
6. Заславский, И. Е. Труд, занятость, безработица. — М.; Наука, 2008 с. 184.
7. Викулов, С. Ф. Современные проблемы экономического обеспечения оборонной безопасности России. — М.:ВФЭФ при ФА при правительстве РФ, 2007. с. 245.
8. Федеральный закон от 7 ноября 2011 г. № 306 «О денежном довольствии военнослужащих и предоставлении им отдельных выплат».

## 14. ЭКОНОМИКА И ОРГАНИЗАЦИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ, УПРАВЛЕНИЕ ПРЕДПРИЯТИЕМ

### **The role of entrepreneurship in Uzbekistan: issues on doing business, importance of management in small business**

Абдуллаев Жавохир Жахонгирович, студент  
Бухарский инженерно-технологический институт (Узбекистан)

Abdullayev Javokhir Jahongirovich, Student  
Bukhara Engineering Technological Institute (Uzbekistan)

*Measures to improve the business environment and create more favorable conditions for development of small business and private entrepreneurship deserve all kind of support*

*The President of Republic of Uzbekistan Islam Karimov*

In developed and developing countries alike, measures designed to encourage small and medium-sized businesses to transact foreign economic operations are implemented via a variety of assistance institutes. Their main function is the provision of a whole spectrum of services to entrepreneurs. A list of such services encompasses information, educational and consulting services, as well as judicial and insurance services. They also render assistance in searching foreign partners, promoting their exports through exhibitions and fairs, advertising the output of enterprises etc. Thanks to the efficient institutional support, small and medium-sized businesses in the US, Japan, the EU member states, the Republic of Korea, China and other countries take active part in foreign economic activity. Uzbekistan works out and takes diverse steps in an effort to improve the business environment in the country for the further development of small business and private entrepreneurship. These include a reduction of the number of administrative barriers that domestic entrepreneurs have to overcome on their way to foreign economic activity, improvement of a legal protection system, limitation of the state's interference in entrepreneurial activity, introduction of tax cuts, simplification of taxation, granting of various privileges and preferences, provision of wider access to financial and material resources and other measures. The role played by small business is determined by its capacity to quickly adapt to the constantly changing market environment, to produce a considerable portion of GDP, to ensure employment, to raise the population's standard of living and to guarantee the social stability. In many countries throughout the globe, small businesses actively participate in foreign economic activity. When studying this line of their activity, it is important to identify the factors that fa-

cilitate the export activity of small enterprises and entrepreneurs, in a move to elaborate a set of practical measures to encourage the development of this sector. Entrepreneurs are important drivers of economic and social progress and change. Much of our daily lives is greatly influenced by entrepreneurial companies. Naturally, international experience shows that small business plays an important role in the economic progress. Many such companies in their first 10 years launch new ideas or new products that transform society and the way people live, work and play. New technology, the desktop computer revolution, the internet, mobile telephony and social networking are examples of areas where sea changes have occurred in the lives of billions and still occur in all parts of the world. In each of these areas, early-stage companies have been a key stimulus to the discovery, development or broadening of impact surrounding the new idea or new product. Experience of high developed industrial countries shows us that 60% of GDP provides small business, in this branch approximately 50% of workers are busy from total employments. Small well-balanced development of the economy provides strong competition to create a system of motivation incentives for the better use of knowledge, skills, energy, diligence of population. Management plays an important role in business ingeneral and small bussines in particular. In small business management has its own characteristics associated with small scale and consequent to not improve the organizational structure and the absence of a clear division of labor. The effective functioning of small forms of production is determined by the discharge of their advantages in comparison with large-scale production: proximity to the local market and adapt to the needs of the clientele, production of small batches, exceptions unnecessary



management levels. Production development of small businesses creates favorable conditions for economic recovery as developing competitive environment; create more jobs, actively structural adjustment, expanding consumer sector. In addition, the development of small business leads to saturation of the market in goods and services increased export potential of the better use of local raw materials. So we can carry on talking agreements of small business a lot but in the other hand small business has its failures which provide to bankruptcy. For instance:

- The owner may recognize that the business is not generating sufficient return to warrant the effort that is being put into it. This is sometimes referred to as the failure of opportunity cost;

- A firm that is losing money may be terminated to avoid losses to its creditors;

- There can be losses to creditors that bring about cessations of the firm's operations.

- The firm can experience bankruptcy or failure.

There are even times when small business owners involved in a closure consider the firm successful at its closing. So there are wildly different viewpoints. For example one of famous small business development center presented data that indicated that 95 percent of small businesses fail within five years. The main cause of failing is bankruptcy. United States Bureau of Labor Statistics indicated that 66 percent of new establishments survive for two years, and that number drops to 44 percent two years later. Exactly business failure rates is highest in first two years. It appears that the longer you survive, the higher the probability of your continued existence. This makes sense, but it is no guarantee. But today's problem is why the business cycle is no longer and what the owner of small business should do to solve this problems? There is no more puzzling or better studied issue in the field of small business than what causes them to fail. Given the critical role of small businesses in the United States economy, the economic consequences of failure can be significant. Yet there is no definitive answer to the question but these three broad categories of causes of failure are close than other reasons: managerial inadequacy, financial inadequacy, and external factors. Let's change a theme and talk about planning, organizing, leading, controlling. If you pay attention those functions provide to management. Not only scientists but also practice shows that the functioning of small organisations in small business no need to have a manager but experience shows that one of the main factors contributing to the ruin of small businesses are lack of management knowledge in owners and heads of these enterprises. Usually, the owners of small firms themselves take a responsibility to manage. Owner of small business must not only deal with current business contrarily, he or she must look forward to seeing the prospects for the development of the enterprise. Therefore, main task of management is taking into account all factors of a particular company to determine the optimal management system in order to achieve success. For this reason from those three broad categories of causes of

failures, a bit primary is managerial inadequacy which continuously connected with small business owners or estimated like incompetence of the owner-managers. For example:

- Only some owners of small business are skilful, expert;

- Not every owner of small business has a strategic plan or something looks like to it;

- Marketing strategies are also one of important part of small business because every owner of small business spent his or her 60 % of time to realization of goods or servicing.

- The owners of small organizations (entrepreneurs) rarely address or hire to qualified managers.

Easy organization is effective under certain conditions. First, the external environment should be both simple and dynamic. The simplicity of the environment means that the head of the organization is able to comprehend its basic characteristics and sole control of decision-making. High dynamic external environment requires an organic structure, the presence of a relatively simple and at the same time, unregulated technical system. Complex systems would require the development of structures of support staff and delegating his authority over the technical solutions, and adjustable — bureaucratic operational core. The simple structure is considered the most risky of all configurations, as it depends on the health and the whims of one man. A heart attack can literally destroy the main coordination mechanism of the organization. A small company can prepare the next generation of managers in the required quantity and desired qualifications. Typically, a small business is a family. Therefore, the higher the position of the manual is usually reserved for family members of the owner, who was forced to provide work guidance to those members of the family, who are often not able to it. As a result, workers with the right skills, knowledge and ambition, but are not members of the family or leave the company and go to another, or find yourself another job in the same firm, and do it only for wages. In addition, small companies are generally not able to provide its employees the same interesting challenges and attractive prospects, which opened in abundance in large corporations. To summarize now it is very important that every head of small business must be competent and qualified. They should predict and foresee their prospective opportunities, which influence to their business. In the other hand, they allow not only to timely and efficiently manage the current business but also to predict developments and accordance with the developing strategies, policies for the organization. Therefore, management science develops its theory of the contents of which are laws and laws of the principles and functions of forms and methods of target activities, people management processes. In fact, all the small businesses that are successfully functioning in which well-run management can detect features as security, adaptability and profitability. Enterprises, the establishment of an efficient production process, low cost, high-management relations that benefit associated with the events. «Controlling», this of course means that the concept of decision-making. Controlling belongs to all spheres of human activity. Also, one of the most important sectors of the knowledge

management is the management of financial activities. Business finance management — financial management activities of the company, the proceeds from the sales and distribution facilities in key areas of financial management. The main activity of the enterprises of small business and private entrepreneurship is one of the areas of financial management. Financial companies management — means of financial resources and capital management. Financial management — a complete system of measures aimed at achieving the objectives of the financial management of enterprises. Financial management — clears laws on the one hand, and the specific role of the governing system, on the other hand is a part of the overall management of the enterprise sector. Clearly, financial management and at the same time managed to play as a manager. The process of liberalization and economic reforms to increase the income of small businesses and private enterprises, and plays an important role in the development of effective management of its finances to use. Because the transition market economy, private entrepreneurship, small business development, the formation of a class of property owners, to create a competitive environment in the markets are filled with goods, the elimination of unemployment are the major challenges facing the country. Based on the above, it can be said that the small business and private entrepreneurship on the financial aspects of this small but if you need money, which requires a simple but profound and deep knowledge of the process is a micro process. Uzbekistan under the leadership of the head of State has carried out huge work to update and reform the country, achieving stable and sustainable growth and macroeconomic balance of the economy. The President of Uzbekistan Islam Karimov outlined the task at the session of the Cabinet of Ministers of Uzbekistan dedicated to the socio-economic development in 2015 and the most important priorities of economic pro-

gram for 2016, to ensure this year's GDP growth at 7.8 %, the volume of industrial production — 8.2 %, agriculture — 6.1 %, retail trade turnover — 14 % and services — 17.4 %. It is planned to direct investments to US\$ 17.3 billion to development, modernization and structural reforms in 2016 with the growth rate of 9.3 %, of which over US\$ 4 billion will be foreign investments with the growth rate of 20.8 %. Analyzing progressive advancement of the country, I would like to note that thanks to the measures taken the share of small business and private entrepreneurship in gross domestic product has risen from 31 % in 2000 to 56.7 % at the moment, or 1.8 times. In this area now produces a third of 98 % of industrial and agricultural products. It employs more than 77 % of the total employed population. All of this reflects in international reports, In particular, the World Bank's «Doing Business» criteria such as «support for new business» and «loans to small businesses», Uzbekistan is currently ranked 42nd in the world. As noted in the World Bank report, Uzbekistan is currently among the top ten countries in the world, which in the last year achieved the best results in improving the business environment for business. According to the rating of authoritative World Economic Forum, Uzbekistan is among 5 countries with the fastest growing economy in the world by the end of 2014–2015 and forecasts of growth for 2016–2017. At the end I want to say that, those affords which have been done by our government were very efficient. Also statistic number can prove it. 21<sup>st</sup> century is very changeable. New technologies, products, innovations become old much fast like information. But people want even greater and greater newness. Management in small business is developing up to that moment when both alternative and natural resources end. It means that never. Managing from resources will be easier, even with developing of environment. Because worldwide inventions and discoveries are near.

#### References:

1. Светник Т. В. Менеджмент на малом и среднем предприятии. — Иркутск: Изд. — во БГУЭП, 2007 — 175 с.
2. Малые и средние предприятия. Управление и организация/Под ред. Пихлера Й.Х., Пляйцнера Х.Й., Шмидта К. — Х.: пер. с нем. — М.: Международные отношения, 2002. — 280 с.
3. Менеджмент в малом бизнесе: особенности и нюансы. Марина Хайбулина Business Excellence #62010 Менеджмент 48–50 с.

## Пути совершенствования бухгалтерского учета расчетов с покупателями и заказчиками

Вовнянко Елена Александровна, студент;

Парамонова Лариса Анатольевна, доцент

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

*В данной статье представлены основные аспекты нормативно-правой системы, регулирующей учет расчетов с покупателями и заказчиками. Рассмотрены основные учетные и контрольные проблемы экономического субъекта в этой области и намечены пути совершенствования учета расчетов с покупателями и заказчиками, которые помогут свести к минимуму часто встречающиеся учетные ошибки организаций.*

**Ключевые слова:** бухгалтерский учет, расчеты с покупателями и заказчиками, совершенствование.

Бухгалтерский учет — формирование документированной систематизированной информации об объектах учета, в соответствии с законодательно установленными требованиями и составление на ее основе бухгалтерской (финансовой) отчетности [2]. Бухгалтерский учет расчетов с покупателями и заказчиками является значимым элементом в системе бухгалтерского учета, а также самым трудоемким и сложным участком учетной работы бухгалтерии любого экономического субъекта из-за: большого разнообразия форм расчетов; высокой периодичности данных операций; большого количества контрагентов организаций, нестабильность их состава и т.д. На данный момент особенно актуально стоит вопрос выявления основных путей совершенствования расчетов с покупателями и заказчиками. Поскольку оборот хозяйственных средств перманентно присутствует в деятельности организации, а от качества расчетов с покупателями и заказчиками зависит не только эффективность деятельности хозяйствующего субъекта, но и его финансовая устойчивость в целом.

Фактически, продажа товаров и услуг организации является основным источником дохода и, соответственно, прибыли экономического субъекта, поэтому какие-либо ошибки в расчетах с клиентами могут быть критическими, поскольку от этого напрямую зависит главный результат деятельности компании — ее прибыль [4]. Операции расчетов с покупателями и заказчиками многочисленны, периодичность их высока, нормативно-правовая база регулируемого учета данных операций обширна и динамична. Для того чтобы не допустить ошибок в расчетах с клиентами, партнерами следует руководствоваться законодательными и нормативно-правовыми актами, устанавливающими общие правила ведения бухгалтерского учета, представленные в таблице 1.

В расчетах с покупателями и заказчиками не все экономические субъекты соблюдают основные аспекты данных нормативно-правовых документов. Организации часто допускают такие ошибки, как отсутствие договоров на поставку продукции, первичных расчетно-платежных документов или неполное их оформление, отсутствие договоров с поставщиками или неправильное их оформ-

ление, неправильное оформление и предъявление претензий по договорам. Так же довольно часто встречаются ошибки при регистрации документа, несвоевременная регистрация документа в учетном регистре, нарушение срока хранения документации в архиве, регистрация хозяйственных операций в документах неунифицированной (неутвержденной формы) формы.

Однако, помимо ошибок, представленных выше, организациями могут совершаться недочеты, связанные с неправильным отражением на счетах синтетического и аналитического учета расчетов с покупателями и заказчиками, которые зависят от ряда факторов, в том числе от условий договора и факта исполнения сторонами своих обязательств. Среди существенных условий договора выделяют момент перехода права собственности и условия оплаты. Согласно ГК РФ, переход права собственности по договору купли-продажи происходит в момент передачи вещи покупателю, т.е. в момент отгрузки со склада поставщика. Кроме того, Гражданский кодекс допускает возможность установить другой порядок перехода права собственности [1].

В договоре может оговариваться оплата денежными средствами, либо иным имуществом. Особым условием договора может быть предусмотрена предварительная оплата (аванс). От условий, перечисленных выше, в каждом конкретном случае будет зависеть определённый порядок отражения в бухгалтерском учете расчетов с покупателями и, следовательно, будет существенно отличаться. Например, для отражения в учете товарообменных операций необходимо правильно определить:

- выручку от реализации товара по договору мены;
- стоимость полученного по договору мены имущества;
- величину оплаты по договору мены.

Для обобщения информации о расчетах с покупателями и заказчиками предназначен счет 62 «Расчеты с покупателями и заказчиками». Счет 62 — активно-пассивный, счет расчетов. По дебету счета 62 отражается задолженность покупателей и заказчиков на суммы, на которые предъявлены им расчетные документы и по которым признан доход. По кредиту счета 62 — суммы поступивших платежей

Таблица 1

## Система нормативного регулирования учета расчетов с покупателями и заказчиками

Наименование уровня	Документы
1. Законодательный	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Гражданский Кодекс РФ</li> <li>• Кодекс об административных правонарушениях</li> <li>• Таможенный кодекс таможенного союза</li> <li>• Федеральный закон от 11.03.1997 г. № 48-ФЗ «О переводном и простом векселе»</li> <li>• Федеральный закон от 10.12.2003 № 173-ФЗ «О валютном регулировании и валютном контроле»</li> <li>• Федеральный Закон РФ от 22.05.2003 года № 54-ФЗ «О применении контрольно-кассовой техники при осуществлении наличных денежных расчетов и (или) расчетов с использованием пластиковых карт»</li> <li>• Федеральный закон от 06.12.2011 № 402-ФЗ «О бухгалтерском учете»</li> <li>• Налоговый Кодекс РФ</li> <li>• Постановление Правительства РФ от 26 декабря 2011 г. N 1137 «О формах и правилах заполнения (ведения) документов, применяемых при расчетах по налогу на добавленную стоимость» [5]</li> </ul>
2. Нормативный	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Приказ Минфина Российской Федерации от 29.07.1998 г. № 34н «Об утверждении Положения по ведению бухгалтерского учета и бухгалтерской отчетности в РФ»</li> <li>• Приказ Минфина РФ от 06.07.1999 г. № 43н «Об утверждении Положения по бухгалтерскому учету «Бухгалтерская отчетность организации» (ПБУ 4/99)</li> <li>• Приказ Минфина РФ от 6.10.2008 г. № 106н «Об утверждении Положения по бухгалтерскому учету «Учетная политика организации» (ПБУ 1/2008)</li> <li>• Приказ Минфина РФ от 6.10.2008 г. № 106н «Об утверждении Положения по бухгалтерскому учету «Изменения оценочных значений» (ПБУ 21/2008) [5]</li> </ul>
3. Методический	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Приказ Минфина РФ от 13 июня 1995 г. № 49 «Об утверждении методических указаний по инвентаризации имущества и финансовых обязательств»</li> <li>• Приказ Минфина РФ 31.10.2000 г. № 94н «Об утверждении Плана счетов бухгалтерского учета финансово-хозяйственной деятельности организаций и инструкции по его применению»</li> <li>• Приказ Минфина РФ от 02.07.2010 № 66н «О формах бухгалтерской отчетности организаций» [5]</li> </ul>
4. Организационный	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Учетная политика</li> <li>• Положение о подразделении</li> <li>• Рабочий план счетов</li> <li>• График документооборота</li> <li>• Должностная инструкция бухгалтера по расчетам</li> <li>• Формы первичных учетных документов</li> <li>• Формы регистров бухгалтерского учета [5]</li> </ul>

(включая суммы полученных авансов, предварительной оплаты) в счет погашения задолженности [6]. Аналитический учет по счету 62 «Расчеты с покупателями и заказчиками» ведется по каждому предъявленному покупателям (заказчикам) счету, а при расчетах плановыми платежами — по каждому покупателю и заказчику. При этом построение аналитического учета должно обеспечивать возможность получения необходимых данных по:

- покупателям и заказчикам по расчетным документам, срок оплаты которых не наступил;
- покупателям и заказчикам по неоплаченным в срок расчетным документам;
- авансам полученным;

— вексялям, срок поступления денежных средств по которым не наступил;

- вексялям, дисконтированным (учтенным) в банках;
- вексялям, по которым денежные средства не поступили в срок [6].

К счету 62 могут быть открыты субсчета: 62—1 «Расчеты в порядке инкассо», 62—2 «Расчеты плановыми платежами», 62—3 «Векселя полученные» и др. На субсчете 62—1 учитываются расчеты по предъявленным покупателям и заказчикам и принятым банком к оплате платежным документам за отгруженную продукцию (товары), выполненные работы и оказанные услуги. На субсчете 62—2 отражают состояние расчетов при длительных хо-

зайственных связях, когда расчеты носят постоянный характер и не завершаются поступлением оплаты по отдельному расчетному документу. На субсчете 62—3 фиксируют расчеты, обеспеченные полученными векселями [7].

Для того, чтобы определить пути совершенствования учета расчетов с покупателями и заказчиками, необходимо выявить и свести к минимуму недостатки учета организации. Основным общим недостатком системы учета на экономическом субъекте является недостаточный контроль над деятельностью бухгалтерии со стороны руководства организации. В такой ситуации руководитель не получает бухгалтерской информации в нужной степени. Практически достаточных усилий по контролю руководителя хозяйствующего субъекта не прикладывает, хотя нормативные требования соблюдаются им с наибольшей возможной точностью. Недостаточность контроля со стороны, как главного бухгалтера организации, так и руководителя приводит к ошибкам зачисления поступивших средств и путанице при платежах третьих лиц. Помимо этого, многие экономические субъекты не учитывают то, что счет-фактура должен быть выставлен покупателю в течение 5 дней с момента отгрузки товара, иначе, согласно действующему законодательству он будет считаться недействительным. Фактически же в организации нередки случаи выставления счетов-фактур спустя неделю, а иногда и больше. Так же в некоторых экономических субъектах несвоевременно проводится, проводится частично или не проводится совсем инвентаризация расчетов, хотя это и предусмотрено учетной политикой организации, что не способствует своевременному выявлению просроченной задолженности и принятию мер к ее погашению. Руководству хозяйствующего субъекта, в свою очередь, не следует забывать о возможности перегруженности работников бухгалтерии, на которых возлагается ведение различных видов учета, правила по которым не всегда совпадают, нестабильность и неоднозначность правил учета и составления отчетности, регулярные изменения, вносимые в руководящие документы, и др. В любой организации работники бухгалтерии должны осуществлять проверку подготавливаемых ими документов, но, к сожалению, данная проверка «во вторую руку» отсутствует, то есть после составления документа одним работником бухгалтерии другой не проверяет полностью этот документ, расписывается за проведенную проверку и не несет ответственность за правильность данных наряду с сотрудником, составившим документ. Несвоевременность предоставления в бухгалтерию документации со стороны отдела продаж, что не способствует сокращению ошибок в учете [8].

На основании проведенного анализа и приведенных выше недостатков, можно дать следующие рекомендации:

— Обязательная внутренняя проверка документов. Проверка документа затрачивает значительно меньше времени, чем для его составления. Но качество подготовки и достоверность документов после проверки значительно увеличивается. Кроме того, при этом повышается взаимозаменяемость работников бухгалтерии и значи-

тельно сокращается время на последующее исправление недостатков, которые могут быть выявлены сторонними проверяющими в уже представленных им отчетных документах. Наиболее продуктивным способом выявления и устранения недостатков и нарушений в деятельности организаций является проведение аудиторских проверок. Такие проверки могут принимать форму внутреннего и внешнего аудита.

— Большое значение для устранения недостатков в учете имеет правильная организация внутреннего документооборота в фирме, который должен быть предусмотрен приказом ее руководителя. В приказе должны быть четко определены формы представления в бухгалтерию документов, сроки их представления, ответственные за это лица. Также должны быть установлены санкции за несвоевременную и некачественную обработку документов. При этом необходимо четко и наглядно наладить учет поступления в бухгалтерию документов. При выявлении несвоевременности представления документов или их некачественного составления главный бухгалтер должен подавать руководителю докладную записку и добиваться наложения соответствующих санкций на виновных с объявлением их в приказе по фирме.

— Периодическое повышение квалификации учетного аппарата, что позволит сократить до минимума ошибки и неточности в учете. Также можно усилить взаимодействия бухгалтерии и юридического отдела.

— Создание комиссии по работе с дебиторской задолженностью, в обязанности которой входят систематическое наблюдение за состоянием расчетной системы, проведение регулярных сверок расчетов с покупателями. Важной составной частью оперативной работы комиссии должно стать ведение картотеки напоминаний должникам, и своевременное предъявление претензий по оплате продукции.

— Необходимо производить анализ состава и структуры дебиторской и кредиторской задолженности по конкретным поставщикам и покупателям, а также по срокам образования задолженности или сроках их возможного погашения, что позволит своевременно выявлять просроченную задолженность и принимать меры к ее взысканию. Данные о сроках образования (погашения) задолженности должны быть регулярными и оперативными, их целесообразно аккумулировать в отдельном документе, например: реестр старения счетов дебиторов, кредиторов. Составлять такой реестр можно в виде матрицы, по строкам указываются субъекты задолженности, по столбцам — субъекты задолженности, по столбцам — сроки образования. Реестр может оперативно выявлять тех должников, успешная работа с которыми может принести наибольший результат для организации, а также тех, с которыми должны устанавливаться особые отношения. Способность своевременно погашать свои обязательства и вовремя получать причитающиеся средства являются основой стабильности и эффективности деятельности экономического субъекта. Поэтому объем, структура, сроки



погашения и оборачиваемость дебиторской и кредиторской задолженности оказывают существенное влияние на финансовое положение организации и должны быть предметом аудита эффективности деятельности на постоянной основе [9];

— Постоянно следить за соотношением дебиторской и кредиторской задолженности, так как значительное преобладание дебиторской задолженности создает угрозу финансовой устойчивости организации и делает необходимым привлечение дополнительных источников финансирования, а превышение кредиторской задолженности над дебиторской может привести к неплатежеспособности хозяйствующего субъекта.

— Контролировать оборачиваемость дебиторской и кредиторской задолженности, а также состояние расчетов по просроченной задолженности, так как в условиях инфляции всякая отсрочка платежа приводит к тому, что экономический субъект реально получает лишь часть

стоимости поставленной продукции, поэтому желательно расширить систему авансовых платежей;

— В сложившейся ситуации можно посоветовать организовать систему аналитического учета дебиторской задолженности не только по срокам, но и по размерам, местонахождению юридических лиц, физических лиц и предлагаемых условий оплаты;

— На высоком уровне организовать работу с договорами, в карточке клиента отличать работает он под реализацию или по системе предоплаты.

— Внедрение на предприятии бухгалтерских программных продуктов. Доступность современных технологий положительно отразится на качестве ведения бухгалтерского учета и позволит сделать работу пользователей эффективнее. Это позволит значительно сэкономить время выполнения некоторых типовых операций и расширить функциональные возможности автоматизированного учета [8].

#### Литература:

1. Российская Федерация. Законы. Гражданский Кодекс РФ. Часть вторая [Текст]: федеральный закон № 14 — ФЗ: принят ГД ФС 26 января 1996г
2. Российская Федерация. Законы. О бухгалтерском учёте [Текст]: федеральный закон № 402 — ФЗ: принят ГД ФС 6 декабря 2011 г.
3. Библиотекарь. Ру 2006—2015, [Электронный ресурс]: URL <http://www.bibliotekar.ru/kodex-10/1.htm>
4. FB.ru 2015, [Электронный ресурс]: URL <http://fb.ru/article/19202/audit-raschetov-s-pokupatelyami-i-zakazchikami>
5. «Студенческий научный форум» 15февраля-31 марта 2014, [Электронный ресурс]: URL <http://www.scienceforum.ru/2014/728/6339>
6. ООО «Олбест» 2000—2015, [Электронный ресурс]: URL [http://knowledge.allbest.ru/audit/3c0a65635b2ad69a4c53b89521316d37\\_0.html](http://knowledge.allbest.ru/audit/3c0a65635b2ad69a4c53b89521316d37_0.html)
7. Edu. dvigups [Электронный ресурс]: URL [http://edu.dvigups.ru/metdoc/ekmen/bu/teor\\_bu/lek/11.htm](http://edu.dvigups.ru/metdoc/ekmen/bu/teor_bu/lek/11.htm)
8. ООО «Олбест» 2000—2015, [Электронный ресурс]: URL [http://otherreferats.allbest.ru/audit/00106651\\_0.html](http://otherreferats.allbest.ru/audit/00106651_0.html)
9. Парамонова, Л. А. Внутренний аудит эффективности деятельности экономического субъекта [Текст]/Л. А. Парамонова // Вестник СамГУПС. 2015. Т. 1. № 2 (28). с. 44—48.

## Управление конкурентоспособностью на основе оценки качества обслуживания розничного торгового предприятия

Жилина Екатерина Валерьевна, кандидат экономических наук, доцент

Уфимский институт (филиал) Российского экономического университета имени Г.В. Плеханова

**П**овышение качества торгового обслуживания, является одним из важных критериев в деятельности розничных торговых сетей т.к. удовлетворение потребностей потребителей может быть достигнуто только при максимальном уровне комфорта.

Культура торговли (обслуживания) — включает в себя уровень организации торгово-технологического процесса, условия обслуживания (параметры комфортности) направленные на удовлетворение потребностей потребителей [1].

Качество торговли (обслуживания) — уровень соответствия показателей культуры предъявляемым требованиям и стандартам. Соответственно показатель качества — это экспертно оцененный показатель культуры [1].

В вопросе оценки качества обслуживания применяется множество методов, каждый из них имеет свои достоинства и недостатки.

Д.В. Кадацкая [4] выделяет в своей работе три основных метода оценки:

- методика Е. Кедоттова и Н. Тердженова на основе типологии элементов обслуживания, влияющих на принятие решений клиентов, которая состоит из четырех групп: критические (минимальные требования); нейтральные (элементы косвенного влияния); обеспечение удовлетворения; неутешительные элементы обслуживания;

- экспертный метод оценки, основанный на использовании знаний и мнений экспертов;

- метод Q500, предусматривает распределение предприятий розничной торговли по нескольким уровням качества обслуживания потребителей: фирменное (соответствие корпоративной культуре), нормативное (минимальный уровень) и криминальное качество (жалобная книга).

Однако выделенные методики оценки не имеют четко обоснованных показателей оценки, что может привести к субъективной оценке уровня качества и культуры обслуживания. Минимальный перечень элементов, которые должны удовлетворять требованиям, не обозначены, соответственно они могут варьироваться как в сторону занижения установленного норматива, так и в сторону его превышения.

Такие авторы как О.А. Митяева, С.А. Панарин [5] рассматривают метод интервью, применяемый А. Парасураманом, В. Зейтамалом и Л. Берри на основе оценки мнения потребителей по пяти критериям: физическое состояние, надежность, отзывчивость, уверенность, эмпатия. На основании этого авторы разработали модель качества сервиса, известную модель «расхождений».

О.В. Устинова, А.А. Торосян [6] выделяют расчетно-аналитические методы, методы на основе тестирования, наблюдения, GAP-модель и метод «тайный покупатель».

Авторская методика С. В. Трусовой [7] основывается на системе частных, единичных показателях в разрезе трех детерминант качества: затраты времени на торговое обслуживание, безопасность, культура обслуживания. Оценка данных показателей проводится посредством анкетирования потребителей по 5-балльной шкале.

После обработки результатов осуществляется расчет интегрального показателя по следующей формуле:

$$Икач.об. = \frac{П_1 \times З_1 + П_2 \times З_2 + П_3 \times З_3 + \dots + П_n \times З_n}{\sum З},$$

где Икач. об. — интегральный показатель оценки качества торгового обслуживания, %;  $П_1, П_2, \dots, П_n$  — доля потребителей, оценивших выбранный частный, единичный показатель, составляющий качество торгового обслуживания на «отлично» и «хорошо», %;  $З_1, З_2, \dots, З_n$  — значимость выбранного частного, единичного показателя, составляющего качество торгового обслуживания, %

Предлагаемая методика имеет существенный недостаток: оценка проводится только на основе мнения потребителей. Однако потребитель не всегда может оценить параметры объективно, за отсутствием знаний нормативов и требований. Для оценки отдельных показателей должны привлекаться непосредственно эксперты (са-

нитарное состояние зала, норма времени обслуживания, температурный режим и т.д.).

Д.В. Кадацкая [4] в своей работе предлагает систему оценки качества обслуживания по следующим компонентам:

- товарное предложение и качество товара (коэффициент широты, глубины, обновления, устойчивости, цены товара, средняя торговая надбавка, доля некачественной продукции);

- форма обслуживания и методы продажи (доходность продаж, оборот розничной торговли 1 м<sup>2</sup> и т.д.);

- мерчендайзинг (рентабельность рекламы, коэффициент установочной и экспозиционной площади, коэффициент завершенности покупки и т.д.);

- услуги (количество и стабильность предоставляемых услуг);

- персонал (коэффициент стабильности кадров, количество грамот и т.д.).

Предложенная система показателей позволяет оценить качество торгового обслуживания только с позиции предприятия розничной торговли. Данные компоненты по большей части отражают результат сложившегося качества обслуживания, но никак не само качество.

И.М. Синяева, С.В. Земляк [3] включают в оценку: культуру обслуживания, уютность атмосферы магазина, удобство парковки, наличие дополнительных услуг и т.д. Однако не совсем понятно, почему уютность атмосферы рассматривается как отдельный показатель и не входит в культуру обслуживания, и что тогда относится к культуре обслуживания.

Д.В. Ралык [3] сводит оценку к четырем основным показателям таким как коэффициент устойчивости ассортимента, коэффициент затрат покупателей на ожидание, уровень обслуживания, уровень дополнительного обслуживания.

Таким образом, качество обслуживания включает в себя уровень обслуживания, что носит противоречивый характер, а коэффициент устойчивости ассортимента никак не может отразить уровень удовлетворенности им потребителей.

Ш.А. Салиев [3] представляет оценку качества обслуживания только на основе двух показателей: коэффициент завершенности покупки и время на совершение покупки. С методикой данного автора можно не согласиться т.к. потребитель готов совершать покупки и при неудовлетворительном уровне обслуживания. А время обслуживания зависит от количества приобретаемого товара и от самой специфики магазина.

О.Н. Зажогина [3] выделяет 7 блоков для оценки качества обслуживания:

- организация работы (месторасположение, форма обслуживания);

- внешнее и внутренне оформление;

- товарный ассортимент и качество товара;

- организация торгового обслуживания (скорость обслуживания, поиск товара);

- культура обслуживания (внешний вид, мастерство обслуживания персонала);

- информационная полнота;
- уровень безопасности.

Необходимо отметить что месторасположение, внешнее оформление предприятия не отражают качество обслуживания т.к. говорить об обслуживании можно только тогда, когда потребитель оказался внутри предприятия, всё что вне него является факторами конкурентоспособности.

Аналитическая оценка подходов исследователей в данной области показала, что система показателей достаточно ограничена и порой носит противоречивый характер. При этом оценка проводится только на основе одного конкретного метода: анкетирование, экспертный метод и т.д., что не позволяет провести комплексную оценку качества торгового обслуживания.

О.Н. Зажогова [3] верно отметила в своем исследовании, что все что видит и чувствует покупатель в торговом зале, все его комплексное восприятие, возможно, подвергать исследованию с помощью метода социологического опроса. А субъективные результаты обрабатывать и сводить в интеграционный показатель.

Не смотря на разнообразие исследовательских подходов, отражающих методику оценки качества торгового обслуживания, нами предлагается авторская система показателей оценки качества торгового обслуживания, с помощью которой можно получить полную информацию, позволяющую выявить те аспекты, которые играют ключевую роль в восприятии покупателя и последующей оценке качества торгового обслуживания в целом. Критерии оценки представлены в таблице 1.

Таблица 1

## Критерии оценки качества обслуживания розничного торгового предприятия

Частные, единичные показатели	Норматив	Метод оценки
<b>1. Кассовое обслуживание:</b>		Фотография рабочего времени
— простои по техническим причинам	2 % от фонда рабочего времени	
— простои по причине кассира	2 % от фонда рабочего времени	
— ожидание в очереди	5 мин.	
<b>2. Показатели безопасности при торговом обслуживании</b>		Экспертная оценка
Санитарное состояние помещения	Соответствие СанПиН	
Соблюдение правил пожарной безопасности	Соответствие ППБ	
Соответствие работника предъявляемым требованиям медицинского осмотра	Соответствие требованиям	
<b>3. Показатели культуры обслуживания (персонала)</b>		
Компетентность, профессионализм персонала	-	«Тайный покупатель», «Опрос»
Внешний вид персонала	-	
Уровень достаточности количества обслуживаемого персонала (консультантов)	-	
<b>4. Удовлетворенность ассортиментом</b>		
Удовлетворенность широтой и глубиной ассортимента	-	«Опрос»
Качество реализуемой продукции (наличие товаров с истекшим сроком годности)	-	Экспертная оценка «Тайный покупатель»
Удовлетворенность выкладкой товара	-	«Опрос»
<b>5. Удовлетворенность параметрами комфорта</b>		
Температурный режим	Соответствие СанПиН от +19 до +21 градуса	Экспертная оценка
Аромамаркетинг	-	«Опрос»
Световое решение	-	«Опрос»
Цветовое решение	-	«Опрос»
Удобство планировки	-	«Опрос»
Музыкальное сопровождение	-	«Опрос»
<b>6. Удовлетворенность системой стимулирования продаж</b>		
Наличие накопительных карт	-	«Опрос»
Удовлетворенность действующими программами акций	-	«Опрос»
Удовлетворенность информационной полнотой об оказываемых услугах	-	«Опрос»
<b>7. Удовлетворенность инновационной составляющей</b>		«Опрос»
<b>8. Удовлетворенность отделом собственного производства (оценивается отдельно по указанным 7 критериям)</b>		

Авторская методика предполагает комплексную оценку качества обслуживания на основе применения нескольких методов: фотографии рабочего времени, экспертной оценки, тайного покупателя, опроса потребителей. Таким образом, показатели, которые могут быть оценены ложно

потребителями, оцениваются на основе соответствия нормам и требованиям на основе экспертных оценок. Для исключения субъективной оценки, такие показатели как параметры комфорта полностью оцениваются только на основе мнения потребителей.

#### Литература:

1. Жилина, Е.В. Параметры оценки конкурентоспособности розничной торговой сети/Е.В. Жилина // Экономика, управление, финансы: сб. статей III Международной научной конференции, Пермь, 2014. — 0,43 п. л.
2. Жилина, Е.В., Тимирьянова В.М. Качество и культура обслуживания как фактор конкурентоспособности/Е.В. Жилина // «Молодой ученый» (№ 9 (89), май-12015 г.) — С. 734–738
3. Зажогина, О.Н. Методический подход к оценке качества торгового обслуживания с позиции покупателя (в сфере розничной торговли)/О.Н. Зажогина // Управление экономическими системами. Электронный научный журнал. Отраслевая экономика | (56) УЭКС, 8/2013 г.
4. Кадацкая, Д.В. // Управление качеством обслуживания потребителей в предприятиях розничной торговли и его оценка // Вестник белгородского университета потребительской кооперации — 2009 г., № 4. С.251–256
5. Митяева, О.А. Панарин С.А. // Оценка качества обслуживания клиентов розничной торговой сети с помощью метода servqual // <http://www.sworld.education/index.php/ru/conference/the-content-of-conferences/archives-of-individual-conferences/march-2015>
6. Пивоварова, И.В., Суппес Л.А., Устинова О.В. Исследование потребительского поведения покупателей крупного предприятия розничной торговли // Современные проблемы науки и образования. — 2014. — № 6.
7. Трусова, С.В. Совершенствование оценки качества услуг предприятий розничной торговли: Автореф. дис. канд. экон. наук. — Красноярск, 2011. — 16 с.

## Синтез организационной структуры и стратегии организации

Ильченко Ангелина Владимировна, студент

Научный руководитель: Левушкина Светлана Владимировна, кандидат юридических наук, доцент

Ставропольский государственный аграрный университет

Проведённые исследования в управленческой практике подтверждают необходимость приведения организационной структуры фирмы в соответствие с конкретными требованиями стратегии [5]. Установлено, что изменения в стратегии организации приводят к возникновению новых административных проблем, которые, в свою очередь, требуют новой или видоизмененной структуры для успешной реализации новой стратегии. Структура фирмы развивается вместе с развитием стратегии, но только с того момента, когда неэффективность деятельности и внутренние проблемы фирмы автоматически приводят к необходимости изменения структуры. Менеджерам необходимо переоценить внутреннюю структуру фирмы при любых изменениях стратегии. Новая стратегия влечёт за собой появление отличающихся или новых проблем от существующей деятельности, требует новых навыков, и если данный факт будет проигнорирован, то возникшая ситуация приведёт к проблемам реализации стратегии. Именно поэтому приведение структуры организации в соответствие с выбранной стратегией является на данный момент актуальной темой.

Стратегия развития и управления компанией рассматривается как обобщенная модель намерений и действий, интегрирующих их в некое согласованное целое для до-

стижения стратегических целей и главной из них — обеспечение устойчивости развития фирмы. Цель — сделать компанию конкурентоспособной, поэтому выбор и реализация стратегии по обеспечению конкурентоспособности компании является сегодня главной задачей в управлении бизнесом [1].

Организационная структура определяет упорядоченность задач, должностей, полномочий и ответственности, на основании которых предприятие осуществляет свою производственную и управленческую деятельность. Положение о тесной связи и влияние стратегии и структуры доказал еще в начале 60х годов А. Чандлер в работе «Стратегия и структура».

А. Чандлер достаточно много внимания в своих исследованиях уделил выяснению связей между стратегией и структурой. Он утверждал, что изменения в структуре идут вслед за изменением стратегии [3]. После изменений начинается следующий цикл: стратегии меняются вследствие изменений в стратегическом мышлении.

Тесная связь между стратегией и структурой можно проиллюстрировать простой схемой (рис. 1).

В данной схеме показана взаимосвязь стратегии и структуры фирмы. При анализе взаимосвязи организационной



Рис. 1. Взаимосвязь стратегии и структуры предприятия

структуры и стратегии менеджер должен спрогнозировать, как можно точнее, возникновение новых проблем, снижение или повышение организационной эффективности, а также определить для себя итог: соответствует ли организационная структура фирмы ее новой стратегии. Все выше перечисленные этапы имеют циклический характер и могут повторяться несколько раз в определенный промежуток времени.

В эволюции организационной структуры предприятия принято очерчивать три основных этапа:

1. Классические организационные структуры (линейная, функциональная, линейно-функциональная);
2. Усовершенствованные линейно-функциональные организационные структуры;

3. Переход к стратегическим структурам.

Дальнейшая практика функционирования предприятий и организаций развитых стран доказала правильность выводов о постепенном переходе от традиционных функциональных и линейно-функциональных структур управления к организационной структуре с более или менее автономными разделами различных типов. Эти тенденции подтверждают мысль о существовании общих проблем крупных и средних предприятий: потеря гибкости и замедление реакции на изменения в среде созданию различных автономных подразделений — это попытка соединить в одной организационной структуре управляемость, которую обеспечивают централизованные органы управ-

Таблица 1

Взаимосвязь факторов, стратегии изменения и организационных изменения

Факторы	Стратегия изменения	Организационные изменения
1. Географическое размещение фирмы	Стратегия диверсификации	Создание региональных подразделений, руководители которых делегируются определенными правами по управлению соответствующей территории. Региональные подразделения могут быть построены в линейно-функциональные структуры либо создание регионального дивизиональной структуры или ее модификацию.
2. Технологические изменения	Стратегия Фокусирования	Изменение способа изготовления продукции, типа используемого оборудования и технологической линии.
3. Философия бизнеса и ценностей руководителей, их квалификация и опыт работы	Стратегия динамического роста — нахождение баланса и стабилизации между изменениями.	Создание для высококвалифицированных работников или работников с творческим потенциалом, создание структурных подразделений или более самостоятельных возможностей для самовыражения и развития для малоквалифицированных работников — обеспечить детальное нормирование и регламентирование труда.
4. Характеристика внешней среды	Создание адаптивной стратегии	Создание высококвалифицированной иерархии, рациональности и ответственности. Создание штабов, отделов, функциональных подразделений для исследования внешней среды.



ления, где осуществляются координация различных видов деятельности и обеспечивают гибкость «малых форм».

Таким образом, при принятии управленческого решения относительно организационной структуры следует пом-

нить, что лучшая организационная структура — это та, которая наиболее соответствует ситуации и стратегии фирмы. Наилучшей оргструктурой является простейшая, которая в состоянии отвечать требованиям стратегии.

#### Литература:

1. Левушкина, С.В. Предпринимательская среда как условие устойчивого развития малого и среднего бизнеса/С.В. Левушкина // TerraEconomicus. 2013. Т. 11. № 1—3. с. 52—57.
2. Левушкина, С.В. Обеспечение устойчивости нового качества экономического развития малых и средних предпринимательских структур в кризисных условиях: теория и практика: монография. — Ставрополь: АГРУС, 2013. — 236 с.
3. Назаренко, А.В., Левушкина С.В. Сценарное прогнозирование как эффективный инструмент принятия управленческих решений: монография/А.В. Назаренко, С.В. Левушкина. — Ставрополь, 2011. — 157 с.
4. Левушкина, С.В., Еременко Н.В. Динамический анализ развития малого и среднего предпринимательства/С.В. Левушкина, Н.В. Еременко // Политематический сетевой электронный научный журнал Кубанского государственного аграрного университета (Научный журнал КубГАУ) [Электронный ресурс]. — Краснодар: КубГАУ, 2015. — № 107. с. 63—76.
5. Белоглазова, Т.М., Левушкина С.В. Системы менеджмента качества: понятие, необходимость внедрения и проблемы/Т.М. Белоглазова, С.В. Левушкина //Состояние и перспективы развития аграрного сектора экономики: региональный аспект: сб. статей 72-й научно-практической конференции. — Ставропольский государственный аграрный университет, 2008. с. 190—193.

## Оценка внешней среды деятельности корпоративных объединений предприятий СКК Б. Ялты

Малышенко Константин Анатольевич, кандидат экономических наук, доцент;

Малышенко Вадим Анатольевич, кандидат экономических наук, доцент;

Толмачёва Алёна Андреевна, студент

Гуманитарно-педагогическая академия (филиал) Крымского федерального университета имени В.И. Вернадского

*В данной статье рассматривается исследование внешней среды предприятий СКК Б. Ялты и является важным методом, для своевременного выявления кризисных тенденций и принятия управленческих решений по их устранению.*

**Ключевые слова:** внешняя среда, организации, предприятие, факторы, экономические факторы, социокультурные факторы, управленческие решения.

*This article discusses a study of environment companies JCC B. Yalta and is an important method for early detection of critical trends and management decisions on their elimination.*

**Keywords:** external environment, organization, enterprise, factors, economic factors, socio-cultural factors, management decisions.

**Постановка проблемы:** определение факторов внешней среды влияния на деятельность корпоративных объединений предприятий СКК Б. Ялты.

**Цель исследования** — оценка внешней среды деятельности корпоративных предприятий СКК Б. Ялты; исследование основных элементов внешней среды и их воздействия на деятельность предприятий СКК Б. Ялты.

#### Изложение основного материала:

Внешняя среда — это совокупность активных хозяйствующих субъектов, экономических, общественных и природных условий, национальных и межгосударственных,

институциональных структур и других внешних, условий и факторов, действующих в окружении предприятия и влияющих на различные сферы его деятельности [2]. Внешняя среда обусловлена внешними факторами влияния [3].

Внешние факторы влияния — условия, которые организация не может изменить, но должна постоянно учитывать в своей работе: потребители, правительство, экономические условия и т. д.

Одним из способов определения окружения и облегчения учета его влияния на организацию является разделение внешних факторов на две основные группы: микро-

среду (среду прямого воздействия) и макросреду (среду косвенного воздействия).

Среду прямого воздействия еще называют непосредственным деловым окружением организации. Это окружение формируют такие субъекты среды, которые непосредственно влияют на деятельность корпоративных объединений санаторно-курортного комплекса Б. Ялты. К нам относят следующие субъекты, которые будут рассмотрены нами далее: поставщики, потребители, конкуренты, законы и государственные органы.

Факторы среды косвенного воздействия или общее внешнее окружение обычно не влияют на организацию так же заметно, как факторы среды прямого воздействия. К основным факторам косвенного воздействия относятся: технологические, экономические, социокультурные и политико-правовые, а также международные изменения.

Схематическое изображение фирмы и ее среды взаимодействия представлено на (Рис. 1.)

Изменяющаяся внешняя среда представляет собой область постоянного беспокойства для организаций. В анализ рыночной внешней среды входят аспекты, оказывающие непосредственное воздействие на успехи или неудачи организации.

Связь между средами подчеркивает М. Бейкер: «Акцент на макроэкономический анализ основан на вере в то, что практика маркетинг-менеджмента на уровне от-

дельной фирмы в значительной степени определяется внешними факторами, внутри которых фирма действует. Это макроэкономические факторы, которые управляют структурой отраслей и рынков и природой конкуренции, то есть микросредой». [1].

Классификация факторов и качеств внешней среды вследствие их многообразия довольно различна и в ее основу могут быть положены различные принципы. Придерживаясь в целом классификации можно предложить следующий перечень характеристик внешней среды представлен на рис. 2

Как и факторы внутренней среды, факторы внешнего окружения взаимосвязаны. Под взаимосвязанностью факторов внешней среды понимается уровень силы, с которой изменение одного фактора воздействует на другие факторы [2].

Под взаимосвязанностью факторов внешней среды понимается уровень силы, с которой изменение одного фактора воздействует на другие факторы [3]. Так же, как изменение любой внутренней переменной может сказываться на других, изменение одного фактора внешнего окружения может обуславливать изменение других.

Внешняя среда обладает определённой сложностью.

Под сложностью внешней среды понимается число факторов, на которые организация обязана реагировать, а также уровень вариативности каждого фактора [3]. По-



Рис. 1. Фирма и ее среды воздействия



Рис. 2. Характеристика внешней среды [4]

добным образом, когда речь идет о разнообразии факторов, организация, которая использует всего несколько исходных материалов, нескольких специалистов и ведущая дела всего с несколькими фирмами своей страны, должна считать условия обеспечения менее сложными, чем организация, у которой эти параметры другие [5].

Следующая характеристика внешней среды — подвижность. Подвижность среды — это скорость с которой происходят изменения в окружении организации. Многие исследователи указывают, что окружение современных организаций изменяется с нарастающей скоростью [5].

Существует ещё одна характеристика внешнего окружения, которую следует выделить — это её неопределённость [1].

Неопределенность внешней среды является функцией количества информации, в которой располагает организация (или лицо) по поводу конкретного фактора, а также функцией уверенности в этой информации [3].

Факторы среды косвенного воздействия или общее внешнее окружение обычно не влияют на организацию так заметно, как факторы среды прямого воздействия. Среда косвенного воздействия обычно сложнее, чем среда прямого воздействия. Поэтому при ее исследовании обычно опираются, прежде всего, на прогнозы [4].

Рассмотрим возможные направления воздействия на предприятие каждого из перечисленных выше факторов.

Технология — это совокупность средств, процессов, операций, с помощью которых входящие в производство элементы преобразуются в выходящие [4].

Технологические изменения включают в себя научные и технические нововведения в отдельной отрасли и в обществе в целом. Технология является одновременно внутренней переменной и внешним фактором большого значения [3].

#### Состояние экономической среды

Экономические факторы являются наиболее существенными, поскольку текущее и прогнозируемое состояние экономики может негативно влиять на стратегические цели организации. Такие показатели, как темп инфляции, стабильность национальной валюты, международный платежный баланс, налоговая ставка, покупательная способность населения, динамика ВВП, ВВП, уровень безработицы, процентные ставки, а также основные тенденции изменения структуры отраслей и ор-

ганизационных форм хозяйствования, должны постоянно диагностироваться и оцениваться [5].

#### Социокультурные факторы.

Социокультурные факторы влияют на формирование спроса населения, на трудовые отношения, уровень заработной платы, на условия труда и т.д.

С тем, чтобы эффективно реагировать на изменение социальных факторов, фирма должна меняться, осознанно преобразуясь в форму, приспособленную к новой внешней среде [5].

#### Законодательно-политические факторы

В основе этого фактора лежат федеральные и местные законодательные акты, а также политические действия, направленные на установление контроля над деятельностью компании. [1].

#### Международные изменения

Под международными изменениями внешней среды понимают происходящие за пределами страны происхождения компании события и возможности развития бизнеса компании в других странах.

Проведя оценку внешней среды и получив данные о факторах, которые представляют опасность или открывают новые возможности, руководство должно оценить: обладает ли фирма внутренними силами, чтобы воспользоваться возможностями, и какие внутренние слабости могут осложнить будущие проблемы, связанные с внешними опасностями.

Таким образом, PEST — анализ — это инструмент, который выявляет политические (**Political**), экономические (**Economic**), социальные (**Social**), технологические (**Technological**) аспекты внешней среды, которые могут повлиять на стратегию компании [6].

**Выводы:** Анализ внешней среды представляет собой один из инструментов, благодаря которому руководство организации может проектировать систему контроля за жизненно важными внешними процессами и ресурсами; осуществлять мероприятия по снижению рисков, причинами которых выступают внешние по отношению к фирме воздействия; влиять на действия конкурентов и поставщиков, на спрос потребителей.

Фирма не имеет возможности жестко контролировать внешнюю среду, но может и должна эффективно приспосабливаться к ней, следить за ее изменениями, прогнозировать и своевременно реагировать.

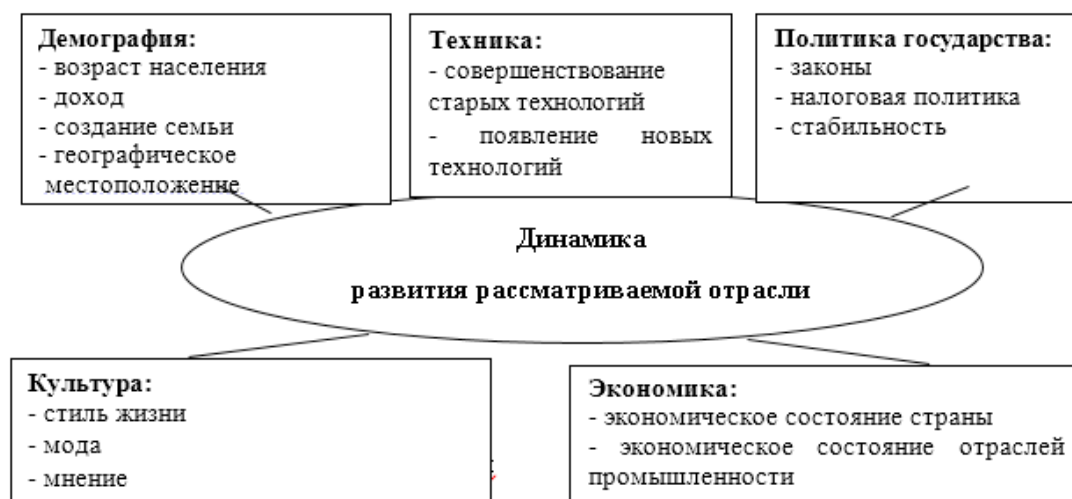


Рис. 3. Основные факторы PEST-анализ

*Литература:*

1. Азрилиян, А. Н., Азрилиян О. М., Калашникова Е. В. и др. Большой экономический словарь: 24. 8 тыс. терминов, М: Институт новой экономики, 2012, — 1280 с.
2. Виханский, О. С., Наумов А. И. Менеджмент: человек, организация, процесс: 2-е изд.. Учебник. — М.: «Фирма Гардарика», 2006
3. Гавришин, К. В. Репутационный аудит как ключевой элемент процесса управления репутацией компании/К. В. Гавришин // Современные проблемы экономики. — 2010. — № 1. — с. 104–108.
4. Горбашко, Е. А. Менеджмент качества и конкурентоспособности. — СПб.: СПбГУЭФ, 2008. — 207 с.
5. Иванов, И. Н. Менеджмент корпорации: учебник. — М.: ИНФРА-М, 2009.
6. [Электронный ресурс]// <http://www.m-economy.ru/art.php?nArtId=4057>

## Эффективная модель создания международного авиационного стратегического альянса

Чемарина Алиса Олеговна, студент;

Никаноров Артём Вячеславович, студент

Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова

Стратегические альянсы представляют собой самую перспективную форму интеграции компаний, именно они из всех возможных форм оказались в центре внимания ТНК в 90-х годах. В XXI веке они превратились в ключевое орудие конкурентной борьбы. Создание альянсов представляет собой один из наиболее быстрых путей реализации глобальной стратегии.

В последние 20 лет компании в различных отраслях экономики и во всех странах мира интенсивно создают стратегические союзы для укрепления своей позиции, как на внутренних, так и на внешних рынках. Глобализация мировой экономики, стремительное развитие технологий, новые перспективные рынки Азии, Латинской Америки предоставляют большой потенциал для политики стратегического партнерства и упрочения на этой основе конкурентоспособности организаций. Этим объясняется актуальность темы исследования.

Обратившись к практике в любой сфере экономики можно увидеть несколько глобальных игроков, которые полностью уничтожают конкурентную борьбу со стороны средних организаций. Это происходит за счёт того, что средние по размеру игроки не способны выиграть в столь жёсткой борьбе, и они либо разоряются, либо их поглощают эти глобальные организации.

Единственной отраслью, которую нельзя описать подобной моделью является воздушный транспорт. Только этому сектору экономики не свойственны привычные процессы глобализации. На уровне стран авиакомпаниям, конечно, свойственно производить сделки слияния и поглощения, но межнациональные перевозки строго регламентируются Чикагской конвенцией о гражданской авиации, подписанной в 1944 г.

Осознавая все плюсы и минусы создания огромных негибких экономических структур, несмотря на все слож-

ности, авиакомпании предпочли всё же производить интеграционные мероприятия. Несколько авиа гигантов изначально строились на концепции альянса.

Альянсы являются схемой многостороннего экономического сотрудничества, на основании которой компании создают единые сети движения самолетов и оптимизируют свои экономические элементы деятельности [1].

**Цель исследования** состоит в определении эффективной модели создания стратегических альянсов в авиатранспортной отрасли.

Процесс формирования стратегического альянса сложен и многосторонен. Именно поэтому следует придерживаться определённой схемы построения альянса. Выделяют четыре этапа создания и функционирования стратегического альянса [2]. При постарении модели следует придерживаться данного алгоритма, рассмотрим его.

### **1 этап: Анализ текущего состояния бизнеса со стратегической точки зрения.**

Оценка текущего положения для компании является базовым элементом для создания альянса. В неё включаются оценка текущего рыночного состояния, конкурентной борьбы, а также поиск возможностей для улучшения конкурентного состояния организации. Результатом подобной работы может стать вывод о том, что для компании необходимо или рекомендовано стать частью альянса. В такой ситуации руководящему персоналу необходимо произвести тщательный анализ долгосрочных стратегических целей и задач.

В итоге, компания принимает решение о том, какую роль она будет иметь в формируемом альянсе. Уже на основании этих решений будут образовываться партнёрские связи с другими участниками альянса.

### **2 этап: Формирование стратегии развития альянса.**

Создание стратегии для альянса позволяет корпорации кардинально изменить способ ведения своего бизнеса. К этому относится как обновление «цепочки ценностей», так и оценка перспектив за счёт новых возможностей, заключённых в скрытых ресурсах самой компании или в её новых партнёрах.

Следует отметить, что данный этап один из важнейших и наиболее трудоёмкий.

### **3 этап: Создание структуры альянса.**

Образование структуры альянса подразумевает разработку связей в новом союзе, каналов коммуникаций внутри него. Структура альянса говорит о характере взаимодействия партнёрских компаний. Это влияет на то, как будут воплощаться в жизнь долгосрочные и тактические задачи компаний-партнёров. В условиях неопределённости структура даёт возможность для маневрирования, чтобы сохранить стратегическую гибкость компании. Можно привести общую структуру управления альянсом (см. рисунок 1).

### **4 этап: Оценка результатов альянса.**

Итогом деятельности альянса является проверка на соответствие действий партнёров подписанным соглаше-

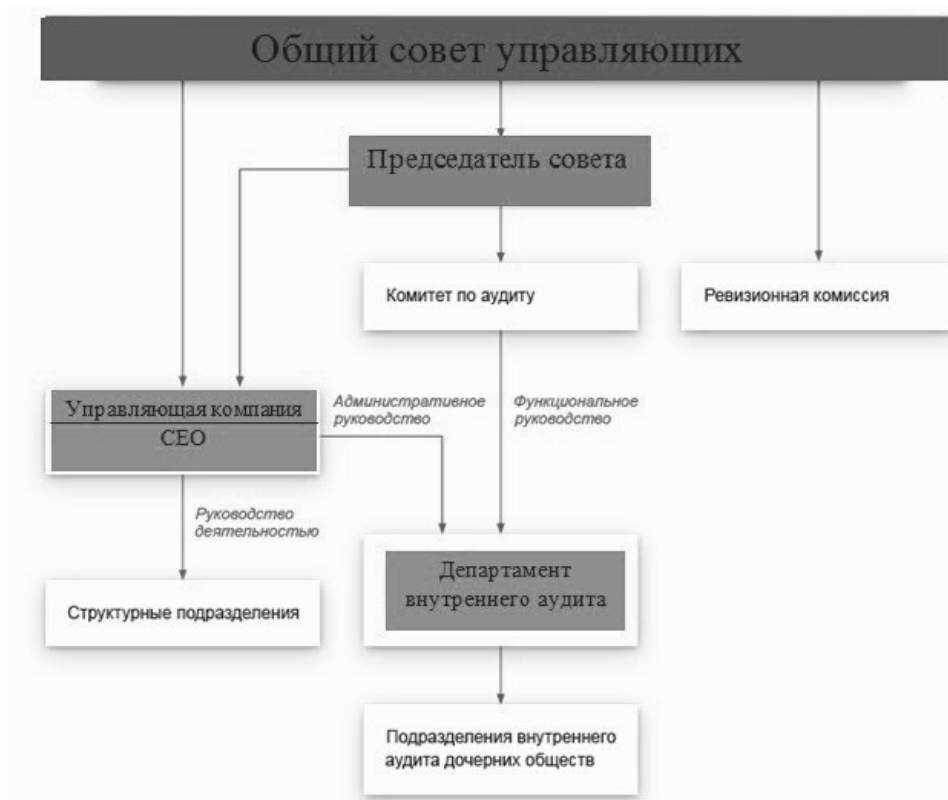


Рис. 1. Общая структура управления стратегическим альянсом



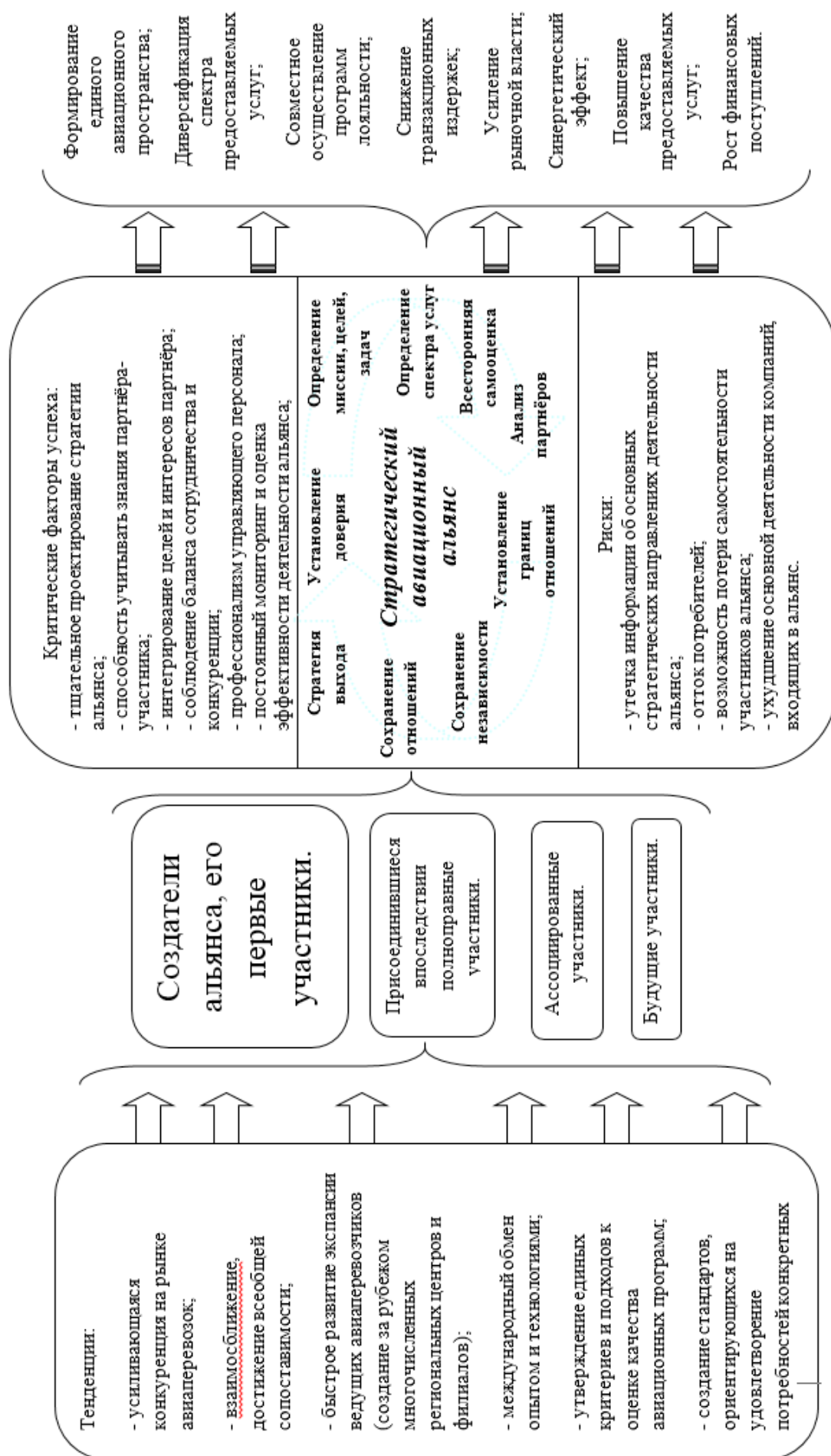


Рис. 2. Эффективная модель построения альянса

ниям, а также расчёт экономических выгод от подобного сотрудничества. На основании этих данных принимается решение о необходимости дальнейшего существования этого альянса. Подобный анализ необходимо проводить регулярно.

Итогом четырёх звеньев является переход к изначальному этапу, в котором производилась оценка своего положения в конкурентной среде, постановке новых стратегических и тактических целей и путей их решения.

На основании четырех этапов представим эффективную модель формирования альянса (см. рисунок 2).

В данной модели обозначены основные тенденции и факторы, влияющие на создание авиационного альянса, также рассмотрены факторы успеха и риски для организаций, вошедших в альянс. На выходе мы видим основные положительные эффекты от совместной деятельности.

В заключение еще раз отметим, что для плодотворного сотрудничества группы авиакомпаний партнеры должны сначала договориться о стратегии, а затем разработать показатели, с помощью которых можно определять, как она реализуется. Необходима пропаганда общей концепции развития альянса и разработка такой системы стимулов, чтобы сотрудники организаций-пар-

тнеров стремились скооперироваться и добиваться целей вместе.

Кроме того, партнеры должны открыто обсуждать свои проблемы, улаживать споры, обмениваться информацией и постоянно корректировать стратегию, приспосабливая ее к изменяющимся внешним условиям и к новым возможностям сторон, а для этого необходимы соответствующие процедуры.

Управление, опирающееся на сбалансированную систему показателей, — залог того, что союзники смогут действовать сообща и продуктивно и в итоге получить преимущества, немыслимые при «сольной» работе.

Таким образом, необходимыми условиями успешного развития альянса являются:

- общая стратегия создания холдинга на основе интеграции коммерческой, производственной и финансовой деятельности партнеров альянса;

- адекватная система управления;

- изменение «менталитета автономности», обучение персонала действиям в условиях требований новых реалий;

- готовность к компромиссу, взаимное доверие и время.

#### *Литература:*

1. Томпсон-мл. Артур А., Стрикленд III. А. Дж. Стратегический менеджмент: концепции и ситуации для анализа, 12-е издание: Пер. с англ. — М.: Издательский дом «Вильямс», 2006
2. Rangan, U. S., Yoshino M. Forging Alliances: A Guide to Top Management. The Columbia Journal of World Business, Fall 1996.

## 15. РЕГИОНАЛЬНАЯ ЭКОНОМИКА

### Межрегиональная интеграция как фактор развития внутреннего туризма

Анисимова Юлия Владимировна, студент  
Оренбургский государственный университет

*На сегодняшний день существует задача поиска новых инструментов эффективного реформирования региональной экономики. Каждый регион России обладает рядом преимуществ, способных послужить основанием для эффективного развития туристской отрасли. Поэтому вопрос совершенствования межрегиональной интеграции субъектов страны в области туристско-рекреационных услуг является актуальным. Создав единый комплексный туристский маршрут, включающий различные туристские направления ряда субъектов Приволжского федерального округа, будет достигнуто взаимодействие регионов в сфере туризма и появятся новые источники доходов соответствующих субъектов.*

**Ключевые слова:** межрегиональная интеграция, внутренний туризм.

В условиях рыночного хозяйства России в важнейший сектор ее экономики превращается сфера услуг, которая связана с воспроизводством человеческой жизни и способствует созданию благоприятных условий развития производительных сил отдельных регионов.

В связи с последними событиями в сфере международного туризма и сложившейся ситуации в мировой экономике, в особенности для России, возникает самый подходящий момент времени задуматься о совершенствовании внутреннего туризма нашей страны.

Внутренний туризм означает перемещение туристов внутри одной страны. На его развитие оказывают влияние такие факторы, как особенности климата и природно-географических ресурсов, возможность удобного использования последних, экономическое положение страны, внутренняя политика и политическая стабильность, уровень развития производства, возможности льготирования и получения скидок на туристические услуги за государственный счет, за счет предприятий и учреждений, наличие и уровень развития туристической и транспортной инфраструктуры, структура и уровень благосостояния граждан, образовательный и культурный уровень населения.

Наша страна занимает огромную площадь (17125407 км<sup>2</sup>) и насчитывает 85 субъектов федерации, каждый из которых отличается своей историей, культурой, природно-климатическими условиями, географическим положением и иными факторами [1]. Это дает возможность существования многих видов туризма, например, лечебно-оздоровительного, культурно-познавательного, делового, событийного, сельского, экологического, спортивного и др.

Однако внутренний межрегиональный туризм в России развит недостаточно хорошо. Причем раньше, когда существовали трудности с выездом за границу, люди с удовольствием путешествовали по стране, например, по «Зо-

лотому кольцу». В настоящее время нашим городам и иным привлекательным территориям приходится буквально соревноваться за туриста на международном уровне, а не только внутри страны. Так как на протяжении последних десятилетий выездные туристские потоки из России превышали по численности внутренние и въездные, что объяснялось большим предложением туристских продуктов с более благоприятным соотношением цены и качества зарубежного отдыха относительно отечественного [2].

С экономической точки зрения, каждому региону выгодно иметь постоянный туристический поток, так как туристы посещают различные музеи, выставки, исторические памятники, останавливаются в гостиницах или снимают квартиры, пользуются общественным транспортом, покупают подарки и сувениры и ужинают в ресторанах, кафе. Что при достаточном развитии потока туристов приносит дополнительный доход региону.

Крупным представителем культурно — познавательного туризма России является Санкт-Петербург и его пригороды. Культурное наследие этого региона является основным ресурсом развития туризма, привлекающим туристов как во время осуществляемого ими путешествия, так и являющимся целью поездки жителей самого Северо-Западного округа [3]. Колорит этого места состоит из пейзажного ландшафта, климата и архитектурных форм, создававшихся на протяжении столетий, а также традиционной культуры проживающего на нем народа, что дарит туристам неповторимую массу впечатлений, а городу — дополнительные источники прибыли.

Для развития туризма во всей стране необходимо задействовать межрегиональную интеграцию. Под межрегиональной интеграцией подразумевается форма взаимодействия различных региональных структур. Так с помощью развития межрегиональной интеграции в сфере туризма возможны следующие благоприятные изменения.

1. Обмен опытом между регионами. В настоящее время туристические фирмы различных регионов не спешат обмениваться опытом друг с другом, так как представляют данные организации в роли конкурентов, а не коллег.

Изменив данную ситуацию в сфере турбизнеса, можно разработать массу успешных взаимовыгодных и укрепляющих целостность государства проектов, как, например, фестиваль ездового спорта «Волга Квест», объединяющий Ульяновскую и Самарскую области. Как отмечает Президент гонки, Светлана Семенова, благодаря проведению подобных мероприятий прививается любовь к природе, животным и здоровому образу жизни [4]. Кроме того, развивается интерес к массовому спорту, производится привлечение внимания общественности и, конечно же, укрепление международного и регионального сотрудничества.

2. Привлечение инвесторов. Развитие каждой сферы бизнеса нуждается в инвестировании, в том числе создание инфраструктуры для ведения туристской деятельности.

3. Развитие транспортной и туристской инфраструктуры. В результате проведения Универсиады — 2013 в республике Татарстан, г. Казань получил крупные международные, государственные и коммерческие вложения, благодаря чему стал обладателем современного аэропорта, качественных дорог, новых стадионов, гостиниц и многих других объектов деловой, культурной и спортивной инфраструктуры, которые в настоящее время способствуют притоку инвестиций, росту деловой активности и улучшению качества жизни граждан [5].

Создание межрегиональных маршрутов. В 2013 году по инициативе Вологодской области был создан комплексный проект «Узоры городов России», который объединяет культурно-познавательные туристические маршруты семи областей России (Владимирская, Вологодская, Ивановская, Костромская, Московская, Нижегородская и Ярославская области) в единый межрегиональный кольцевой маршрут [6].

Данный проект раскрывает культурно — исторический потенциал регионов: знакомит с народными традициями и промыслами, поддерживает развитие самодетельного художественного творчества в регионах-участниках.

Благодаря тому, что обслуживание маршрутов проекта осуществляют региональные туроператоры по единым

стандартам качества и единым ценам, в регионах-участниках развивается качество обслуживания туристического бизнеса, а также детский, социальный туризм.

4. Координация работы с федеральными органами исполнительной власти по развитию туризма [7]. В настоящий момент в России действует федеральная целевая программа «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011—2018 годы)» [8].

Реализация данной программы позволяет не только повысить конкурентоспособность туристско-рекреационных услуг России и создать условия для развития туристской инфраструктуры, но привлечь значительные инвестиции в отрасль.

Однако для удобства реализации подобных мероприятий из-за большого количества регионов и их различия в уровнях развития туристской отрасли было бы правильно организовать специализированные центры по развитию туризма в округах РФ.

Министерство культуры РФ и Федеральное агентство по туризму смогут делегировать часть своих полномочий в сфере развития регионального туризма, что позволит улучшить скорость передачи информации, координировать участие регионов округа в федеральных программах, федеральных и международных мероприятиях по туризму.

Кроме того, совместная работа всех межрегиональных центров поможет объективно оценивать текущую ситуацию в сфере турбизнеса, что значительно повысит эффективность планирования развития данной отрасли на федеральном уровне.

Таким образом, межрегиональные связи охватывают все социально-экономические сферы: освоение и использование природных ресурсов, научно-техническое и культурное сотрудничество, взаимодействие в сфере финансов и кредита, инвестиционную и инновационную деятельность, перераспределение и использование трудовых ресурсов, производственные связи кооперации, сотрудничество в области энергетики, транспорта, связи и т.д. [9].

Развитая межрегиональная интеграция составляет фундамент единого экономического пространства страны, где на равных и с взаимной выгодой взаимодействуют федеральный центр, регионы, производители товаров и услуг и население.

#### Литература:

1. Россия. Свободная энциклопедия «Википедия». Режим доступа: <https://ru.wikipedia.org/>
2. Корабейников, И. Н., Полякова, И. Л. Тенденции и проблемы развития внутреннего туризма в Российской Федерации/И. Н. Корабейников, И. Л. Полякова // Известия Оренбургского государственного аграрного университета. — 2015. — № 3 (53). — с. 266—269.
3. Бондарева, В. Н. Традиционная культура «Петербургии» как основа для развития внутреннего туризма/В. Н. Бондарева Н. С. Сиченко // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. — 2012. — № 2—1. — с. 44—48.
4. В Ульяновской области будут развивать межрегиональные туристические проекты. Официальный сайт Губернатора и Правительства Ульяновской области, 17.02.2015. Режим доступа: <http://www.ulgov.ru/news/regional/2015.02.17/37667/>

5. Муртазина, Г.Р. Комплексное развитие туристской инфраструктуры на примере г. Казань/Г.Р. Муртазина // Вестник ТИСБИ. — 2012. — № 3. — с. 108–115.
6. Межрегиональный культурно-познавательный туристический кольцевой маршрут «Узоры городов России». Официальный сайт Федерального агентства по туризму. Режим доступа: <http://www.russiatourism.ru/content/9/section/88/detail/4267/>
7. Суханова, Н.Е. Туризм как фактор устойчивого развития регионов России/Н.Е. Суханова // Власть. — 2014. — № 6. — с. 107–112.
8. Федеральная целевая программа «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011–2018 годы)». Постановление Правительства РФ от 02.08.2011 № 644 (в ред. пост. Правительства РФ от 18.09.2012 № 936 от 18.02.2014 № 121). Официальный сайт Федерального агентства по туризму Министерства культуры Российской Федерации. Режим доступа: <http://www.russiatourism.ru/content/2/section/28/detail/28/>
9. Терехова, С.А. Межрегиональная интеграция в системе управления социально — экономическим развитием/С.А. Терехова // Вестник Челябинского государственного университета. — 2010. — № 28. — с. 52–58.

## Исследование факторов устойчивого развития региональной экономики (на примере Калининградской области)

Клочко Светлана Назарьевна, кандидат экономических наук, доцент;

Пурыжова Людмила Викторовна, кандидат экономических наук, доцент

Балтийский федеральный университет имени Иммануила Канта

На современном этапе развития российской экономики возрастает значимость проблемы обеспечения устойчивости региональной экономической системы (РЭС) и повышается актуальность теоретико-прикладных задач устойчивого развития. Под устойчивостью региональной экономической системы будем понимать способность региональной экономической системы функционировать в соответствии с намеченными целями и задачами, несмотря на внешние и внутренние возмущающие воздействия, не ухудшая экологическое состояние региона.

По нашему мнению, устойчивость региональной экономической системы является условием эффективного и социально ориентированного развития региональной экономики; при этом главную цель функционирования региональной экономической системы мы определяем в виде достижения высокого и качественного уровня жизни населения региона [2; 3]. Исследование факторов устойчивости, определяющих область существования экономической системы, — основной путь формирования динамической развивающейся системы. При построении модели региональной экономики на основе применения балансового

метода в качестве базового критерия долгосрочной устойчивости РЭС возможно использовать соблюдение баланса доходов и расходов региона, данные для которого формируются на основе показателей областного бюджета.

На рисунке 1 схематично представлена структура баланса доходов и расходов региона. С учетом социальной ориентированности государственной политики в структуре расходов выделена соответствующая составляющая.

С учетом использованных на рисунке 1 обозначений балансовое равенство на начало отчетного периода может быть записано следующим образом:

$$(НД_0 + ННД_0) + (ИПД^{внутр}_0 + ИПД^{внеш}_0) = P^{-соц}_0 + PC_0, \quad (1)$$

где  $НД_0$ ,  $ННД_0$  — плановые назначения областного бюджета по налоговым и неналоговым поступлениям соответственно;

$ИПД^{внутр}_0$ ,  $ИПД^{внеш}_0$  — плановые назначения областного бюджета по внутренним и внешним источникам финансирования дефицита соответственно;

$P^{-соц}_0$ ,  $PC_0$  — плановые назначения по расходам областного бюджета.

Таблица 1

Структурное представление балансовой модели РЭС

ДОХОДЫ (Д)		РАСХОДЫ (Р)
Налоговые доходы (НД)		Региональные расходы за исключением социальных ( <b>Р<sup>-соц</sup></b> )
Неналоговые доходы (ННД)		
Источники по- крытия дефицита	Внутренние ( <b>ИПД<sup>внутр</sup></b> )	Социальные региональные расходы ( <b>РС</b> )
	Внешние ( <b>ИПД<sup>внеш</sup></b> )	



Однако реальное исполнение областного бюджета, в силу внутренних и внешних рисков РЭС, как правило, отличается от плановых назначений. Может возникнуть ситуация неполного формирования доходной части бюджета, которая, в свою очередь, повлечет невозможность финансирования расходов в соответствии с плановыми назначениями. То есть возникают отклонения фактических значений показателей от их плановых значений. Используя символ дельта ( $\Delta$ ) для обозначения отклонений, запишем балансовое равенство с учетом исполнения бюджета:

$$(D_0 \pm \Delta D) + (\text{ИПД}_0 \pm \Delta \text{ИПД}) = P_0 \pm \Delta P, \quad (2)$$

где  $\Delta D$  — суммарное отклонение по доходам за отчетный период;

$\Delta \text{ИПД}$  — суммарное отклонение по источникам покрытия дефицита за отчетный период;

$\Delta P$  — суммарное отклонение по расходам за отчетный период.

Анализируя структуру выявленных отклонений, можно определить основные факторы, которые обусловили невозможность выполнения плановых назначений бюджета. В рамках региональной системы риск-менеджмента негативные факторы связываются с определенной группой рисков.

Внешние риски РЭС, в частности, проявляются в недофинансировании из федерального бюджета, что ведет к отклонению по источникам покрытия дефицита ( $\Delta \text{ИПД}^{\text{внеш}}$ ). Данный фактор не управляется со стороны РЭС.

Негативные отклонения по налоговым доходам ( $\Delta \text{НД}$ ), а также по внутренним источникам покрытия бюджетного дефицита ( $\Delta \text{ИПД}^{\text{внутр}}$ ) обусловлены региональными рисками, которые связаны с неэффективной организацией внутренних финансовых потоков РЭС. Одной из возможных причин такой ситуации может являться слабое налоговое администрирование на уровне региона.

К внутренним рискам РЭС относятся управленческие риски, которые можно определить, как возможность неэффективной работы органов власти региона. Эти риски проявляются в недополучении неналоговых доходов ( $\Delta \text{ННД}$ ), невыполнении плана по расходам, в том числе в социальной сфере ( $\Delta \text{РС}$ ).

Используя статистические данные по налоговым потокам региона за несколько смежных периодов, можно

определить среднее значение отклонения по налоговым поступлениям ( $\Delta \text{НД}$ ). На практике для количественного измерения рисков применяются показатели стандартного отклонения ( $\sigma$ ) и коэффициента вариации ( $V = \sigma / \Delta \text{НД}$ ). Расчет этих показателей позволяет сформировать качественную шкалу для оценки устойчивости РЭС (таблица 2).

Таким образом, реальное исполнение областного бюджета в условиях нестабильной экономики не всегда соответствует плановым назначениям и требует постоянного контроля и анализа (обратной связи). Функция обратной связи в системе управления долгосрочным устойчивым развитием РЭС может быть реализована в рамках эффективной региональной информационной системы, которая включает в себя подсистему регионального риск-менеджмента.

Детализируя показатели модели, описанной формулой (1), можно выявить региональные налоговые потоки (как по видам налогов, так и по налогоплательщикам), которые оказывают наиболее сильное влияние на устойчивость РЭС. Налоговые риски необходимо учитывать в составе региональных рисков. Одним из важнейших показателей факторов налоговых рисков является налоговая нагрузка [1, с. 260].

Развитие налоговой системы РФ вызывает постоянные противоречия между бизнесом и государством в вопросах налогообложения. Необходимо построить налоговую систему, которая, с одной стороны, будет обеспечивать потребности государства в своих расходах, а с другой — увеличивать стимулы для налогоплательщиков, побуждая их к активной предпринимательской деятельности и постоянному поиску путей повышения эффективности своей финансово-хозяйственной деятельности.

Показатель налоговой нагрузки можно рассматривать как индикатор качества налогового администрирования. В Калининградской области, в связи с ее статусом Особой экономической зоны, этот вопрос является особенно актуальным, особенно в силу того, что данный статус будет в скором времени утрачен.

С. Аксенов определяет налоговую нагрузку как показатель совокупного воздействия налогов на экономику страны в целом, отдельный хозяйствующий субъект

Таблица 2

Оценка влияние налоговых потоков на устойчивость РЭС

Значение коэффициента вариации	Обобщенная характеристика региональных рисков	Тип устойчивости РЭС	Реализация функций управления РЭС
До 10 %	Минимальный уровень рисков	Абсолютная устойчивость	Текущее управление Моделирование Прогнозирование и др.
От 10 до 25 %	Допустимый уровень рисков	Нормальная устойчивость	
Свыше 25 %	Недопустимый уровень рисков	Неустойчивое состояние	Разработка и реализация мер по выходу из кризиса

или иного плательщика, определяемый как доля их доходов, уплачиваемая государству в форме налогов и платежей налогового характера [1, с. 75].

На основе данных о поступлении налоговых платежей в бюджет Калининградской области (за исключением таможенных платежей) за 2008–2014 годы были проведены расчеты показателя налоговой нагрузки по отдельным видам экономической деятельности в Калининградской области, проанализирована его динамика.

С понятием налоговой нагрузки тесно связано понятие налоговых рисков. Налоговые и таможенные органы трактуют его как вероятность несоблюдения налогоплательщиком налогового и таможенного законодательства [1, с. 124]. Обобщая экономическую, финансовую и правовую природу налоговых рисков, С. Аксенов определяет их как вероятность возникновения в процессе налогообложения для субъекта налоговых правоотношений финансовых и других потерь, вызванных изменением, несоблюдением, незнанием налогового законодательства, а также его недостаточной правовой проработкой.

Показатель налоговой нагрузки (НН) в целом по области за каждый год исчислялся по формуле (3):

$$НН = N_i / ВРП_i \times 100 \%, \quad (3)$$

где  $N_i$  — поступления налогов платежей в бюджет области за  $i$ -й год;

$ВРП_i$  — валовой региональный продукт области в  $i$ -м году.

Необходимо отметить, что налоговая нагрузка по Калининградской области в целом выше, чем по всему Северо-Западному округу. Если учитывать тот факт, что область является Особой экономической зоной, то полученные значения налоговой нагрузки слишком высоки. Это не только указывает на довольно высокие налоговые риски в Калининградской области, но и на то, что создаются стимулы для ухода «в тень».

Налоговая нагрузка распределяется неравномерно по отдельным видам экономической деятельности. Были рассчитаны показатели налоговой нагрузки по формуле

(3), исходя из налогов, уплаченных представителями каждого вида деятельности, и их вклада в общий ВРП Калининградской области [4]. Для сравнительной оценки налоговой нагрузки расчет проводился по тем же видам деятельности и по Северо-Западному федеральному округу. Результаты расчетов показали, что основная часть налоговой нагрузки как в Северо-Западном федеральном округе, так и в Калининградской области, приходится на следующие виды деятельности:

1) обрабатывающие производства (в Северо-Западном регионе 19,6%, в Калининградской области 22,8%);

2) операции с недвижимым имуществом (в Северо-Западном регионе 13,4%, в Калининградской области 16,5%);

3) оптовую и розничную торговлю, ремонт автотранспортных средств (в Северо-Западном регионе 15,7%, в Калининградской области 14,4%).

Незначительная налоговая нагрузка приходится на финансовую деятельность, гостиницы и рестораны, рыболовство и рыбоводство и другие.

Недостаточно продуманные и обоснованные действия государства являются внешними факторами для возникновения налоговых рисков Калининградской области. При условии высокой налоговой нагрузки эти действия вынуждают налогоплательщиков для «выживания» минимизировать свои налоговые обязательства перед государством.

Для Калининградской области, как субъекта налогового риска, наиболее серьезным фактором риска является такой внешний фактор, как изменение законодательства. С завершением действия Закона об Особой экономической зоне в Калининградской области условия ведения экономической деятельности в нашей области станут неблагоприятными. В целях снижения налогового риска отдельными экономическими субъектами необходимо разрабатывать и применять новые подходы к налоговому планированию.

#### Литература:

1. Аксенов, С., Битюкова Л. Налоги и налогообложение: учебник. — Региональный финансово-экономический институт. — Курск, 2010.
2. Клочко, С. Н., Сергеев Л. И. Управление устойчивым развитием региональной экономической системы (на примере Калининградской области). — Издательский дом LAP LAMBERT Academic Publishing, 2012.
3. Федоров, Г. М. и др. Моделирование долгосрочной устойчивости региональной экономической системы Калининградской области. — Калининград: Изд-во БФУ имени И. Канта, 2014.
4. Единая межведомственная информационно-статистическая система // Официальный источник статистической информации. 2015. URL: <http://www.fedstat.ru>

## Khanty-Mansi Autonomous District – Yugra. The current state of the oil industry as well as promising directions of region development

Шевченко Инна Викторовна, студент;  
Шевченко Александр Николаевич, магистрант  
Кубанский государственный университет

Shevchenko Inna Viktorovna  
Shevchenko Aleksandr Nikolaevich  
Kuban state university

*Khanty-Mansi Autonomous District is often called the «region of oil cities» (Surgut, Nizhnevartovsk and so on). Academician I. M. Gubkin in 1934 predicted the existence of oil and gas within the district. Drilling of key wells was begun in 1951, 21 September 1953 exploration well in village Berezovo gave a powerful gas fountain that gave an impulse for the beginning of district life's changes and country economy. Production potential of Khanty-Mansi Autonomous District is in the top ten subjects of the Russian Federation and also is the foundation of the Russian Federation's energy base.*

**Key words:** Oil-recovery ratio (ORT), Fuel and energy complex, Liquid hydrocarbons, Mineral extraction tax, Oil supplies.

Khanty-Mansi Autonomous District — Yugra is one of the leading Russian regions by production of liquid hydrocarbons (approximately 56 %) and one of the largest oil producers in the world (about 6 %).

Industry are expressed mainly by the enterprises of oil and gas production that accounts for more than 75 % of industrial output and all others carry out secondary functions, with the exception of electricity. In a region's territory the largest oil and gas companies operate: LUKOIL, Surgutneftegas, Rosneft etc. The oil-refining industry supports auxiliary function and it is not an industry the specialization of the district. The overwhelming majority of produced oil by the oil pipeline system goes outside of the district to the West, partly are delivered to eastward to refineries of country and for export. The high share of machine building and metalworking is provided with the high cost on carrying out an equipment repair. The extremely small role of the forest industry which in this region has a sufficient resource base for development. The main part of budget revenues in 2014 are formed for account of four taxes — the tax on mineral extraction — 4051651,3 million rubles (73,0 %), the value added tax (VAT) — 227543 million (11,8 %), tax on profit of organizations — 162123,3 million rubles (8,4 %), the tax on incomes of physical persons (NDFL) — 70007,6 million (3,6 percent). The highest part of the tax proceeds had been formed by payments of taxpayers in the fuel and energy sector, the main activity is «extraction of crude petroleum and natural gas, provision of services in these areas».

Federal budget revenues from taxes increased in 2014 with regard to 2013 by 10,5 % and they amounted to 1,6 trillion rubles. The main volume of Federal budget revenues was provided by the mineral extraction tax (84,6 %) and VAT (13,7 %), respectively

According to expert's opinion, Yugra along with Moscow, St. Petersburg and Yekaterinburg is a region with high economic potential and minimal risks for the business.

Oil fields development in the Khanty-Mansi Autonomous district-Yugra started in 1964. At the beginning of 2013 from the Earth interior was produced about 52 % of recoverable oil reserves.

According to a research of the journal «Oil and gas vertical», on explored undrilled reserves of undistributed resources accounted for 3 % of the stock of the region with ORT is 0,260. The expected growth of a previously estimated reserves of C2 category account up 8 % with ORT 0,244. Undrilled reserves by quality is more labour-intensive and for their production will need more efforts, material inputs and financial resources.

Of all discovered fields is developed 246, 186 deposits with industrial reserves of 376 million tonnes of oil is not introduced into development up to now.

The oil deposits are divided into four groups. On the territory are located 12 fields with reserves over 5 million tons. They contain a total 224 million tons of reserves and putting into operation can give about 8 million tons of oil per year maximum production.

In spite of some slight decline in annual oil production of the district, the production potential of Khanty-Mansi Autonomous district — Yugra is still quite high.

Its components are:

- current oil reserves, standing on the State balance sheet in the amount half of the initial stocks;
- growth of reserves by results exploration operations is in the range of 1–3 billion tonnes depending on the volume of exploration drilling;

The total potential growth of annual production is estimated at more than 150 million tons.

The real increase of annual oil production will be determined by the degree of realization by production potential of the district. But even a partial implementation can reduce the rate of decline of annual oil production in the Khanty-Mansi Autonomous district — Yugra.

High oil prices on the world market give a great stimulus for the development of the region and income from tax proceeds, but in conditions 2015 when prices hardly exceeds to the mark 55 \$ per barrel a quick growth of economy impossible because of lowering oil production. Lower prices will lead to stagnation of the economy of the region and freezing promising directions for the development of the region, as well as to minimize socio-economic programs.

Results from this is that the petrodollars of organizations, that producing a crude oil in the Khanty-Mansi Autonomous area, should also be invested in the development of other sectors of the economy that operate directly on the domestic consumption market and manufacture goods of consump-

tion, i. e. directly purchased by citizens to ensure their living standards. It is primarily such activities as forestry, wood processing and forest chemical industry, petrochemical industry, etc. It is first of all such an activities as forestry, wood processing and forest chemical industry, petrochemical industry etc.

To ensure its security Khanty-Mansiysk will be implemented in the following areas:

— The government must build an economy with lower dependence on the world markets of liquid hydrocarbons and energy resources of Yugra.

— The development of the private sector, small enterprises (service sector, tourism, etc.).

#### *References:*

1. Shapoval D. V. The Energy of the North/the Journal «Economics of today's fuel and energy complex»
2. Kozlov M. I. Development of energy complex of Yugra. Results, plans/Energy region <http://www.tgasu.ru>
3. Zyablitskaya N. I. Yugra is the energy heart of Russia/Journal of theory and practice, social development
4. Information about oil production and developing oil and gas fields in Khanty-Mansi Autonomous area/Scientific-analytical center for the rational application of the Earth's interior the Earth V. I. Shpilman <http://www.crru.ru/dobicha.html>.
5. Problems and prospects of development of Khanty-Mansi Autonomous area — Yugra <http://www.ugra2030.adm-hmao.ru>
6. Prospects for development of the Khanty-Mansi Autonomous Okrug <http://www.neftegaz.ru/analysis/view/205>
7. Socio-economic situation in Khanty-Mansi Okrug, January-December 2014. (static report).
8. The federal tax service <http://www.nalog.ru>
9. Magazine «Oil and gas vertical» <http://www.ngv.ru>

## 16. ДЕМОГРАФИЯ

### Демографические факторы формирования трудовых ресурсов в Чеченской Республике

Мукаева Луиза Айндиевна, кандидат географических наук, доцент;  
Гайсумова Лиза Джунидовна, кандидат экономических наук, доцент  
Чеченский государственный университет

Производство материальных благ и услуг предполагает наличие двух факторов, а именно материальных и человеческих ресурсов. Если ранее основное внимание уделялось первому фактору, то в настоящее время все больше говорят о гуманизации экономики, что означает перемещение акцента на человека. Таким образом, признается, что необходимым условием успешного функционирования экономики является соблюдение интересов человека. В экономической теории и статистике России принято использовать термин «трудовые ресурсы». Сущность этого понятия можно определить следующим образом: трудовые ресурсы — часть населения страны, которая в силу психофизиологических и интеллектуальных качеств, способна производить материальные ценности и услуги. Трудовые ресурсы включают занятых и незанятых, но могущих трудиться граждан. Таким образом, это реальные и потенциальные работники.

Важнейшими трудовыми показателями в условиях рыночных отношений являются обеспечение полной занятости трудовых ресурсов и высокой продуктивности труда, создание нормальных условий для работы персонала и повышение уровня оплаты труда, достижение надлежащего экономического роста и качества жизни работников. В осуществлении данных экономических целей главную роль призваны играть трудовые ресурсы.

К трудовым ресурсам относится та часть населения, которая обладает необходимыми физическими данными, знаниями и навыками труда в соответствующей отрасли. Достаточная обеспеченность предприятий нужными трудовыми ресурсами, их рациональное использование, высокий уровень производительности труда имеют большое значение для увеличения объемов продукции и повышения эффективности производства. В частности, от обеспеченности предприятия трудовыми ресурсами и эффективности их использования зависят объем и своевременность выполнения всех работ, эффективность использования оборудования, машин, механизмов и как результат объем производства продукции, ее себестоимость, прибыль и ряд других экономических показателей.

Трудовые ресурсы предгорной части Чеченской Республики в историческом прошлом развивались в тесной

взаимосвязи с окружающими регионами. Рассмотрение аспектов их формирования в отрыве от остальной территории современной Чечни существенно ограничит возможности оценки перспектив дальнейшего распределения экономически активного населения.

Данная проблематика характерна, прежде всего, для периферийных, экономически депрессивных регионов России, в том числе и северокавказских республик, испытывающих не только все негативные последствия дисбаланса между спросом и предложением на складывающемся рынке труда, но и весьма дефицитных в плане высококачественных, высокодоходных, технологически «продвинутых» рабочих мест, а также слабо обеспеченных высококвалифицированными кадрами специалистов по целому ряду приоритетных для развития экономики специальностей. Характерный для данного типа регионов клубок сложных проблем в сфере формирования и эффективного использования имеющихся трудовых ресурсов в последнее десятилетие приобрел особую масштабность в Чеченской республике, регионе, испытывающем на себе все негативные следствия политической нестабильности, войны и связанного с ней практически полного разрушения экономического потенциала, а также масштабных миграций. География трудовых ресурсов — относится к числу традиционных сфер изучения экономической, социальной и политической географии. В последние годы она приобретает новое звучание в условиях депопуляции, углубления территориальной социально-экономической асимметрии, активного поиска регионами путей и способов мобилизации ресурсных факторов выходя из затяжного структурного кризиса и последующего восстановительного роста. Трудовые ресурсы в своих количественных и качественных характеристиках приобретают выраженную географическую, то есть региональную и локальную специфику. Сказанное относится и к трудовым ресурсам северокавказских республик, традиционно трудоизбыточных регионов со специфическими формами занятости, широким распространением различных форм отходничества и т.п. Что же касается Чеченской республики, то в ней, наряду с действием общих для Северного Кавказа факторов, на формирование и ис-



пользование трудовых ресурсов в последние двадцать лет огромное влияние оказывает весь комплекс локальных военно-политических и демографо-экономических обстоятельств: деградация и трансформация экономического потенциала, массированные миграции, включая и отток высококвалифицированных кадров, частичное разрушение системы подготовки кадров и т. п.

Процесс формирования трудовых ресурсов Чеченской Республики, являющихся частью населения региона, неизменно связан с историческими судьбами населяющих его народов, с природно-экологическими, демографическими, этнокультурными особенностями, геополитическим положением данного региона, как и всего Северного Кавказа, на стыке двух цивилизаций, где сталкивались интересы многих империй, полиэтнической раздробленности и межэтническими конфликтами.

Проблематика экономической географии Чеченской республики (включая и соответствующие вопросы формирования и использования её трудовых ресурсов) традиционно пребывала в поле зрения широкого круга исследователей. В постсоветское десятилетие на фоне постоянного массированного освещения различных аспектов социально-экономической ситуации в Чечне в средствах массовой информации, число серьёзных аналитических работ по экономической географии Чеченской республики по ряду причин (отсутствие достоверной информационной базы, обозначившийся кадровый дефицит и др.) существенно образом сократилось. В эпицентре внимания ученых в этот период оказались преимущественно особенности и следствия миграций, общая динамика населения республики и трудовых ресурсов, особенности расселения и, отчасти, экологические последствия контртеррористической операции. Возникающий, в итоге, дефицит региональной аналитики частично компенсируется интересными обзорными публикациями, иллюстрирующими общий складывающийся на Северном Кавказе социально-экономический контекст, особенности динамики населения в данном полиэтническом регионе, развитие горных территорий и приграничных регионов России. В том числе представляет интерес анализ рынков труда в регионах Северного Кавказа, включая анализ структуры занятости.

Современные процессы модернизации рыночной экономики на фоне падения объемов промышленного и сельскохозяйственного производства, ослабления экономических связей при быстром введении либерализации цен неизбежно привели к обострению проблем, связанных с занятостью населения, рационального использования трудовых ресурсов. В современных условиях в гораздо большей степени, чем раньше, проявляется зависимость общества от состояния природной среды. Поэтому очень важно знать, каков характер происходящих в природе изменений, вносимых в нее людьми, выход за которые уже повлек необратимые сдвиги природного динамического равновесия.

Со значительным увеличением населения предгорной и равнинной Чечни за счет интенсивного переселения,

естественного прироста возникла потребность распределения земли в хозяйственных целях, что привело к ее периодическим переделам.

Подавляющее большинство населения Чеченской Республики — чеченцы, которые являются самым крупным аборигенным народом Северного Кавказа. Коренное население отличается своеобразием социального устройства. На протяжении исторического развития сформировались специфические особенности: традиционно чеченское общество делилось на тейпы — рода, все члены которого происходят от одного реального или мифического предка. Тейпы внутри себя делятся на так называемые «гары» (ветви) и «некъи», — термин имеющий значение фамилии. Деление на тейпы достаточно условное и их общее количество разными исследователями оценивается по-разному. Общеизвестно, что чеченских тейпов более ста пятидесяти. По традиции все чеченские тейпы объединены в девять тукхумов, своего рода территориальных объединений. Иерархия тейпов выстраивается на основе их экономического положения — традиционно главенствующее значение имеют равнинные. Тейпы горных районов беднее и занимают, соответственно, подчиненное положение, что обусловлено рядом факторов: горные районы менее промышленно развиты, рост населения происходит здесь значительно большими темпами, соответственно быстрее растет численность неза занятого населения (так если в 1979—1989 гг. численность трудоспособного населения в республике возросла на 5%, то в горных районах — на 8—10%).

Горцы в прошлом не вели учета народонаселения. Путешественники отмечают, что их попытки провести перепись населения среди горцев Северного Кавказа не всегда удавались. «Все цифры, которыми обозначалось кавказское население, брались приблизительно и, можно сказать на глаз», так как «по понятиям горцев, считать людей было не только бесполезно, но даже грешно: почему они, где можно было, сопротивлялись народной переписи или обманывали, не имея возможности сопротивляться». Лишь по окончании Кавказской войны, с 60—70-х гг. XIX в., стали выходить различные издания, где приводились разнообразные статистические сведения о кавказских народах, в том числе и о чеченцах. Так, в Сборнике сведений о кавказских горцах, вышедшем в 1868 г., население Чечни оценивалось в 120395 человек из 25152 дворов. Северный Кавказ принадлежал к числу регионов России, который в пореформенное время интенсивно заселялся. За три последних десятилетия XIX в. население «чеченской группы» увеличилось в 2 раза и по переписи 1897 г. составило 247,3 тыс. Человек. На населенный пункт в Чечне в среднем приходилось 422 души обоого пола, тогда как в Нечерноземной полосе европейской части России — 69 душ, а в Черноземье — 322. Чеченские селения на равнине были более крупными по сравнению с горными, где чеченцы селились небольшими аулами, отселками и хуторами. Средний численный состав чеченской семьи определялся в 5,27 человека, при этом

в горах чеченская семья состояла из 5,43. Среди горского населения преобладали мужчины. К началу XX в. население Чечни стабилизировалось. Официальные власти «низкий процент рождаемости в среде коренных горских жителей» объясняли, как «следствие их сравнительно менее обеспеченного экономического положения».

В дальнейшем демографические процессы Чеченской Республики характеризовались высокой рождаемостью и относительно невысокой смертностью, а, начиная с 90-х гг. прошлого века в республике происходили мощные миграционные процессы, кардинально изменившие демографическую картину. Начавшаяся на Северном Кавказе заметно проявляться тенденция к этнической унификации территории, в полной мере относится и к Чечне. По данным всесоюзной переписи 1989 г. и республиканской переписи 1992 г., в связи со значительной эмиграцией русского населения в этническом составе республики преобладали чеченцы, составлявшие до 70 % населения. На втором месте — русские, 230 тыс. чел. или 17 % всего населения (по данным Федеральной погранслужбы РФ, на декабрь 1994 г. в Чеченской Республике оставалось около 120 тыс. русских), из других национальностей — ингуши, армяне, украинцы, месхетинские турки, татары, грузины, азербайджанцы, а также народы Северного Кавказа — кумыки, ногайцы, аварцы, лакцы, осетины и др. К концу 90-х гг. этнический состав республики заметно изменился, став еще более моноэтническим. По статистическим данным, на 1 января 1997 г. из примерно 1 млн. жителей Чечни более 700 тыс. составляли этнические чеченцы, 150 тыс. — русские, 60 тыс. — ингуши, 15 тыс. — ногайцы, 10 тыс. — кумыки, 5 тыс. — аварцы, несколько тысяч татар. Численность русского и русскоязычного населения за последние годы особенно резко сократилась и составляет по различным источникам в настоящее время не более 30–50 тыс. чел. Чечня превратилась в мононациональную республику с незначительной долей нечеченского населения, которое практически не представлено в политической, экономической и культурной жизни.

Современное социально-экономическое положение Чеченской Республики выступает, как результат сложных

исторических и экономико-географических преобразований чеченского этноса, развития заселенного и осваиваемого им региона, взаимодействия последнего с сопредельными территориями, интеграции Чечни в территориальную социально-экономическую систему России, модифицировавшей её этнодемографическую, хозяйственную и поселенческую структуру, а также гео- и этнополитической динамики последнего десятилетия, кардинально изменившие экономический и демографический облик Чечни, превратившейся в высокодепрессивный и фактически мононациональный регион с высоким естественным приростом населения, с выраженной природно-экологической и хозяйственно-поселенческой стратификацией территории.

Эффективность и конечные результаты отраслей экономики, успешное решение социальных задач в рыночных условиях, в большой мере зависит от хорошего знания и учета многих факторов и условий. К ним относятся: особенности природных условий и размещения полезных ископаемых, численность и структура населения, уровень его доходов и качество трудовых ресурсов, отрасли экономики данной территории, их размещение и перспективы; транспортно-географическое положение и степень развития инфраструктуры, а также уровень комплексности развития хозяйства. Национальный доход является результатом четырех факторов производства: труда — на 60 %; земли и природных ресурсов — на 20 %; капитала (денег) — на 10 %; новых знаний — на 10 %. Более 60 % национального дохода — это результат труда человека. Человек, человеческий капитал (образование, профессиональный уровень, культура, интеллект) — главный фактор развития общества, страны, республики. Поэтому важно хорошо знать численность, структуру трудовых ресурсов, их качественные характеристики, отраслевую и территориальную структуру, уровень занятости.

Трудовые ресурсы отражают характер воспроизводства населения (т. е. постоянного его возобновления) как часть целого. Поэтому динамика численности трудовых ресурсов связана с изменением численности населения. В тоже время формирование трудовых ресурсов имеет известную самостоятельность и определяется рядом факторов.

#### Литература:

1. Веснин., В. Р. Трудовые ресурсы [Текст]: Учебник. — 3-е изд./В. Р. Веснин — М.: Экономистъ, 2009. — 496 с.
2. Гайсумова, Л. Д. Экономико-географические особенности развития межрегиональных экономических отношений Чеченской Республики [Текст]/Л. Д. Гайсумова, Р. А. Гакаев, Л. Б. Халикова // Инновационная экономика: материалы II междунар. науч. конф. (г. Казань, октябрь 2015 г.). — Казань: Бук, 2015. — с. 108–111.
3. Гайсумова, Л. Д. Экономико-географические особенности развития межрегиональных экономических отношений Чеченской Республики [Текст]/Л. Д. Гайсумова, Р. А. Гакаев, Л. Б. Халикова // Инновационная экономика: материалы II междунар. науч. конф. (г. Казань, октябрь 2015 г.). — Казань: Бук, 2015. — с. 108–111.
4. Мукаева, Л. А. Трудовые ресурсы Чеченской Республики: факторы формирования и особенности использования (экономико-географический аспект), диссертация., Ростов-на-Дону, — 2004. — 162 с.
5. Мукаева, Л. А. Территориальная дифференциация уровня безработицы в Чеченской Республике. Проблемы региональной экологии. 2013. № 6.

6. Мукаева, Л.А. Трудовые ресурсы Чеченской Республики: факторы формирования и особенности использования (Экономико-географический аспект). Диссертация на соискание ученой степени кандидата географических наук/Ростов-на-Дону, 2004.
7. Мукаева, Л.А. Территориальная дифференциация уровня безработицы в Чеченской Республике. Проблемы региональной экологии. 2013. № 6. с. 183–186.
8. Мукаева, Л.А. Историко-географические факторы и предпосылки формирования трудовых ресурсов предгорных районов Чеченской Республики. Научное мнение. 2015. № 5–3. с. 50–53.
9. Рашидов, М.У., Гакаев Р.А. Регионализация, как фактор устойчивого развития стран мира в условиях глобализации. В сборнике: Научные работы, практика, разработки, инновации 2013 года Сборник научных докладов. Sp. z o. o. «Diamond trading tour». Warszawa, 2013. с. 29–33.
10. Рашидов, М.У., Гакаев Р.А. К вопросу взаимоотношения общества и природы в Чеченской Республике. Вопросы современной науки и практики. Университет им. В.И. Вернадского. 2007. Т. 2. № 3 (9). с. 146–149.
11. Рашидов, М.У., Гакаев Р.А. Проблемы оздоровления окружающей среды Чеченской Республики. В сборнике: Наука и устойчивое развитие общества. Наследие В.И. Вернадского Сборник материалов 2-й Международной заочной научно-практической конференции. 2007. с. 109–111.
12. Сараев, А., Формирование трудовых ресурсов и занятости [Текст]:/А. Сараев// Экономист № 102001. — 72 с.
13. Сатуева, Л.Л., Баудинова Б.Л., Магомедова З.Б., Гакаев Р.А. Территориальные аспекты развития системы общего образования Чеченской Республики. В сборнике: Научные работы, практика, разработки, инновации 2013 года Сборник научных докладов. Sp. z o. o. «Diamond trading tour». Warszawa, 2013. с. 51–53.
14. Устаев, А.Л. География Чеченской Республики. Природа, социальная сфера, экономика. Грозный, 2008.
15. Хасханова, Х.Х. Социально-экономические аспекты развития горных территорий Чеченской Республики [Текст]/Х.Х. Хасханова, Р.А. Гакаев, Л.Д. Гайсумова // Проблемы и перспективы экономики и управления: материалы IV междунар. науч. конф. (г. Санкт-Петербург, декабрь 2015 г.). — СПб.: Свое издательство, 2015. — с. 70–73.

## 17. ВНУТРЕННЯЯ И ВНЕШНЯЯ ТОРГОВЛЯ

### Особенности поддержки экспорта в России

Киселев Руслан Джамаевич, студент

Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова

*Чем выше у экономики страны экспортный потенциал, тем больше возможностей в этой стране для развития бизнеса. В данной статье описаны меры поддержки, которыми могут заручиться российские экспортеры.*

**Ключевые слова:** экспорт, российский экспорт, поддержка, поддержка экспорта, экспортеры, поддержка экспортеров, поддержка российских экспортеров, экспортные операции, экспортные кредиты, государственные гарантии

Экспортный потенциал российской экономики зависит не только от одного желания игроков рынка и наличия производственных мощностей. Важным фактором является развитие системы поддержки российских экспортеров.

Меры поддержки экспортеров в России делятся на финансовые и нефинансовые.

К мерам государственной финансовой поддержки экспорта относятся:

- Налоговое регулирование внешнеэкономической деятельности.
- Государственные гарантии Российской Федерации.
- Льготное кредитование иностранных покупателей.
- Финансирование экспортных операций Внешэкономбанком.
- Страхование экспортных кредитов АО «ЭКСПАР».
- Финансирование экспортных операций АО «Росэксимбанк». [2]

Прежде всего, следует сказать о гарантийной поддержке, которая оказывается в отношении экспорта всех работ и услуг российских участников ВЭД, а также при экспорте определенных видов промышленной продукции, в их числе все высокотехнологичные товары. Перечень промышленной продукции, при осуществлении экспорта которой оказывается государственная гарантийная поддержка, утвержден распоряжением Правительства Российской Федерации от 21 сентября 2004 г. № 1222-р.

Государственные гарантии Российской Федерации предоставляются российским экспортерам, российским или иностранным банкам-кредиторам, а также ЗАО «Росэксимбанк» по его заимствованиям. Правила предоставления государственных гарантий Российской Федерации в иностранной валюте для оказания государственной поддержки экспорта промышленной продукции (товаров, работ, услуг), утверждены постановлением

Правительства Российской Федерации от 1 ноября 2008 г. № 803.

ЗАО «Росэксимбанк», как банк-агент Правительства Российской Федерации по оказанию финансовой гарантийной поддержки экспорта, осуществляет прием от российских экспортеров и банков-кредиторов документов. Кроме того, в качестве специализированного финансового института ЗАО «Росэксимбанк» предоставляет средне- и долгосрочные кредиты для финансирования экспортных проектов российских компаний, в том числе за счет или с участием средств федерального бюджета (лимит средств на одного заемщика составляет немногим более 400 млн. рублей), осуществляет предэкспортное финансирование российских экспортеров, выдает банковские гарантии, покрывающие обязательства российских экспортеров при проведении внешнеторговых операций.

ГК «Внешэкономбанк» также осуществляет финансовое (инвестиционное) содействие экспорту. Минэкономразвития России совместно с Внешэкономбанком продолжает работу по внедрению нового механизма финансовой поддержки экспорта: страхование экспортных кредитов и инвестиций от коммерческих и политических рисков.

Среди финансовых инструментов можно назвать обеспечение доступа производителей и потребителей российской продукции к экспортному финансированию на конкурентных условиях. Кроме того, желательно создать механизм возмещения затрат, связанных с регистрацией на внешних рынках объектов интеллектуальной собственности российских производителей и экспортеров, а также затрат экспортеров на участие в зарубежных выставках, ярмарках и презентациях экспортно-ориентированной продукции. Экспортно-ориентированные предприятия также ждут расширения инструментов компенсации части затрат для адаптации продукции на внешних рынках,

включая проведение испытаний, оценку соответствия и т.д. [1]

Важным направлением поддержки российского экспорта являются меры государственной финансовой поддержки выставочно-ярмарочной деятельности, направленной на развитие российского экспорта, также являются важным инструментом повышения внешнеэкономического потенциала страны.

В этой области Минпромторгом России осуществляются меры по улучшению подготовки и проведения российских экспозиций на крупнейших международных выставочно-ярмарочных мероприятиях за рубежом, которые предусмотрены Перечнем выставок и ярмарок, организуемых за рубежом в соответствующем году (утверждается ежегодно распоряжением Правительства Российской Федерации).

Например, регулярно проходят Российско-Китайские ЭКСПО, последняя в 2015 г. прошла в городе Харбин с 11 по 16 октября. Организаторами выставки являются Минпромторг и Минэкономразвития РФ, министерство коммерции КНР и народное правительство провинции Хэйлунцзян. [3]

Перечень выставок и ярмарок, проводимых за рубежом в соответствующем году, на которых планируется организация российских экспозиций, частично финансируемых за счет средств федерального бюджета, подготавливается Минпромторгом России, согласовывается с заинтересованными министерствами и направляется в Правительство Российской Федерации.

Работа по выявлению и устранению ограничений в торговой политике, препятствующих доступу российской продукции, осуществляется Департаментом торговых переговоров Минэкономразвития России по следующим направлениям:

- профилактика и предотвращение установления необоснованных торговых барьеров;
- устранение дискриминационного подхода в отношении российских компаний;
- защита российских интересов с торговыми партнерами на двустороннем и многостороннем уровнях;
- формирование договорно-правовой базы интеграционных объединений с участием Российской Федерации, в частности Союзного Государства, ЕАЭС и СНГ. [5]

Подробная информация о мерах, направленных на расширение доступа российских экспортеров на внешние рынки содержится на Портале Минэкономразвития России «Внешнеэкономические отношения и международные правила торговли».

Информационная поддержка внешнеэкономической деятельности является одной из наиболее значимых мер развития экспортного потенциала российских компаний.

В целях повышения эффективности информационного обеспечения внешнеэкономической деятельности Минэкономразвития России разработан и введен в эксплуатацию единый Портал внешнеэкономической информации Минэкономразвития России в сети Интернет, который со-

держит широкий спектр официальной и аналитической информации в сфере внешнеэкономической деятельности, в том числе:

- официальную информацию федеральных и региональных органов исполнительной власти о мерах государственного регулирования внешнеэкономической деятельности;
- информацию по конъюнктуре зарубежных рынков;
- актуальную информацию по доступу на зарубежные рынки и возможностях расширения российского экспорта;
- информацию по практическим вопросам ведения внешнеэкономической деятельности (в том числе по вопросам государственной поддержки экспорта на федеральном и региональном уровне);
- информационно-аналитические материалы, подготавливаемые с участием научных и деловых кругов;
- интерактивные сервисы, в том числе для обсуждения актуальных вопросов в сфере внешнеэкономической деятельности;
- базу данных российских экспортеров на русском и английском языке
- информацию о проводимых за рубежом тендерах. [2]

Руководитель АНО «Информационно-аналитический центр по вопросам внешнеторговой деятельности» Минпромторга России Роман Лядов считает, что российская система нефинансовой поддержки экспорта разрознена и не отвечает современным требованиям. Для решения этой проблемы имеет значение принятие специальных государственных документов о поддержке экспорта.

В России разработана Концепция развития национальной инфраструктуры поддержки ВЭД. Она предполагает развитие следующих инструментов поддержки российского экспорта:

- Совершенствование механизма финансирования региональной инфраструктуры поддержки ВЭД в регионах Дальнего Востока на границе.
- Мероприятия дорожной карты проекта АСИ «Поддержка доступа на рынки зарубежных стран и поддержка экспорта».
- Развитие зарубежной товаропроводящей сети в формате ЧГП — создать в случае экономической целесообразности и заинтересованности предпринимателей торговые дома РФ.
- Формирование сети (корпуса) внешнеторговых консультантов. [4]

В заключение можно сделать следующие выводы:

Российская система поддержки экспорта состоит из двух блоков: финансовые и нефинансовые инструменты.

Финансовые инструменты включают следующие меры: налоговое регулирование внешнеэкономической деятельности; государственные гарантии Российской Федерации; льготное кредитование иностранных покупателей; финансирование экспортных операций и страхование экспортных кредитов банками РФ (Внешэкономбанк, Росэксимбанк).



Нефинансовые инструменты поддержки российского экспорта включают: торгово-политические меры, направленные на расширение доступа российского экспорта на внешние рынки (двусторонние соглашения, интеграци-

онные союзы); информационно-консультационные меры (информационные центры).

В целом, российская система поддержки экспорта ещё формируется, и будет продолжать совершенствоваться.

#### *Литература:*

1. Российскому экспорту нужна финансовая и нефинансовая поддержка // «Российская Бизнес-газета» — Промышленное обозрение № 1011 (32) от 18 августа 2015 г
2. Краткая справка по мерам государственной поддержки экспорта в Российской Федерации <http://www.ved.gov.ru/system/assets/attachments/1094/%D0%9F%D0%AD201010.doc?1291878209>
3. Российским специалистам необходимо подробнее изучать практику ВТО <http://ac.gov.ru/events/03915.html>
4. Основные направления развития экспорта на период до 2030 года (основные положения) Москва — 2015 [http://economy.gov.ru/wps/wcm/connect/9b12cfa-3ce8-46c0-97fc-b0a04579e826/Основные+направления\\_основные+положения\\_08122014.pdf](http://economy.gov.ru/wps/wcm/connect/9b12cfa-3ce8-46c0-97fc-b0a04579e826/Основные+направления_основные+положения_08122014.pdf)
5. Нефинансовые меры — [http://www.ved.gov.ru/rus\\_export/exporters\\_support/federal/non\\_financial\\_measures/](http://www.ved.gov.ru/rus_export/exporters_support/federal/non_financial_measures/)

## 19. ЛОГИСТИКА И ТРАНСПОРТ

### Страхование как метод минимизации рисков при транспортировке

Зеленова Екатерина Сергеевна, студент;

Быкова Юлия Андреевна, студент

Научный руководитель: Носков Сергей Викторович, доктор экономических наук, профессор  
Самарский государственный экономический университет

*В статье ставится задача рассмотрения страхования как метода минимизации рисков при транспортировке. Выделяются ситуации возникновения рисков в авиа, морских, железнодорожных и автомобильных транспортировках. Производится систематизация рисков при транспортировке, а также выделяются категории страхования риска.*

**Ключевые слова:** логистика, риски при транспортировке, источники риска, страхование груза

В любой сфере деятельности человека может возникнуть риск. Сфера транспортных перевозок не исключение. Деятельность людей при перевозках сопровождается высокой ответственностью, а значит и вероятностью наступления риска. К рискам можно отнести непредвиденные случаи, которые могут негативно отразиться как на целостности груза, его товарном состоянии, так и на репутации компании.

Стихийные бедствия, промышленные аварии, международные конфликты, геополитические ситуации, это лишь малая часть непредвиденных событий, которые представляют постоянную угрозу для эффективного функционирования системы поставок. [2]

Важной задачей, для каждого предприятия является доставить груз до места назначения в целостности и сохранности.

Риски оказывают влияние на параметры движения потоков, что, в свою очередь, приводит к сбоям в поставках. Помимо очевидных потерь, таких как убытки, штрафные

выплаты вследствие нарушения сроков доставки продукции или повреждения грузов, последствия могут быть более критичными: нарушение непрерывности процесса производства и обслуживания, снижение качества сервиса, изменение или прекращение отношений с партнерами, уменьшение уровня доходности. Так, исследования практики зарубежных компаний показывают, что в среднем срывы поставок приводят к падению продаж на 7 % в год, операционной прибыли — на 42 %, а рентабельности активов — на 35 %. [1]

Возможных рисков при транспортировке товара от поставщика к потребителю существует целое множество. Например, выход из строя или повреждение транспорта, его техническое состояние, погодные условия, дефекты упаковки товара, неправильное размещение груза в транспорте, резкое движение, нарушение температурного режима внутри транспортного средства, аварии, хищение груза, не правильное оформление данных в маршрутном листе.

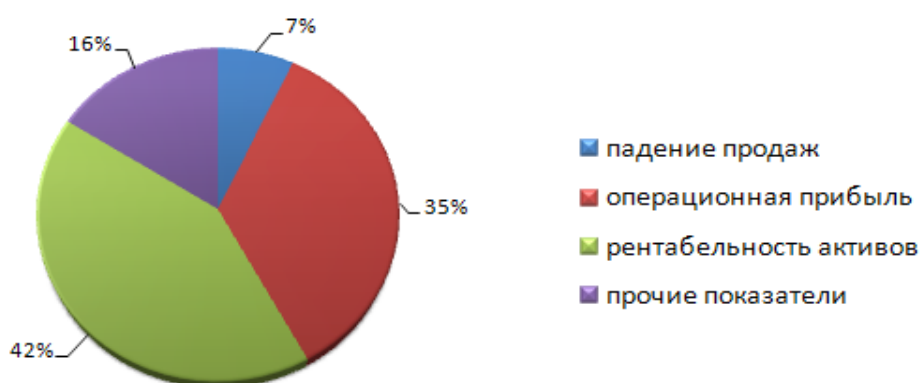


Рис. 1. Влияние срывов поставок на показатели эффективности предприятия

Таблица 1

## Систематизация рисков при транспортировке

Группы внешних воздействий	Источники риска
Механические	удары, толчки, вибрации, статистические нагрузки
Климатические	влияние атмосферных осадков, влажность воздуха, перемена температуры, солнечная радиация
Биологические	влияние жизнедеятельности микроорганизмов, насекомые.
Организационно-экономические риски	неверный выбор маршрута перевозки, вида транспорта, размещения на транспортном средстве

Таким образом, на основе вышесказанного составим таблицу. Выделим четыре основные группы внешних воздействий, которые носят, как правило, случайный (рисковый) характер.

Многие события (как, например, катастрофы техногенного характера) невозможно спрогнозировать, то есть, компании не в состоянии контролировать множество рисков, с которыми они сталкиваются. Однако некоторые компании реагируют на неблагоприятные события эффективнее других. Им удаётся выстоять, вернуться на прежние позиции или перейти в качественно новое состояние.

Рассмотрим ситуации возникновения рисков в авиа, морских, железнодорожных и автомобильных транспортировках.

**Авиaperевозки:** движение товаров по воздуху является относительно безопасным способом. В основном при авиaperевозках перемещают товары, которые имеют не большие размеры. Для более крупных объектов используют чартерные специализированные рейсы. В авиaperевозках риск не велик, ведь этот транспорт является одним из безопасных. Риском при данной транспортировке может быть превышение допустимой массы груза, что может привести к небезопасному полету и перемещению товара. В связи с этой причиной может возникнуть порча товарного вида или его утрата, не исключен риск хищения, особенно если транспорт часто находится в промежуточных пунктах при перелете.

**Морские перевозки:** здесь довольно часто риски возникают из-за неблагоприятных погодных условий, что ведет к повреждению транспорта и порчи перевозимого груза. Но, иногда именно морская транспортировка является исключительным путем доставки товара. Не стоит также забывать о загрязнении воды при транспортировке данным способом. Ведь существует высокая вероятность нанесения вреда здоровью животным, которые обитают в океанах всего мира. [3]

**Железнодорожные перевозки:** обычно возникновение рисков в данной сфере связано в случае схода поезда с рельс, нарушения герметичности вагона с перевозимым товаром, хищения.

**Автомобильные перевозки:** самый распространенный способ транспортировки товара и имеющий высокие риски, а именно, дорожные аварии, погодные условия, не-

законные умышленные действия, от третьих лиц, а так же не исключена вина перевозчика.

Для того чтобы минимизировать риск при транспортировке многие компании пользуются услугами страхования, где им обеспечивается гарантия покрытия убытков, если наступил риск. На сегодняшний день страхование — это неотъемлемая часть деятельности каждой компании при любой транспортировке.

Поэтому страхование груза при перевозке товара является актуальным решением. Страхование — система мероприятий по созданию страхового фонда за счет взносов его участников, из средств которого возмещается ущерб, причиненный стихийными бедствиями, несчастными случаями, а так же выплачиваются иные денежные суммы в связи с наступлением определенных событий. Цель страхования — возможность поставщиков получить возмещение в денежной сумме за утрату или порчу товара. Страхование груза в транспортных перевозках обуславливается многоуровневым процессом, в котором могут быть задействованы несколько участников рынка. Участниками могут являться поставщики, перевозчики груза и потребители. В реальности все участники заинтересованы, чтобы груз был доставлен в целостности и сохранности. Страхование груза будет выгодно:

1. Если поставщик учёл все характеристики груза, его особенности и правила транспортировки;
2. Если потребитель изучил все возможные методы защиты своих интересов в случае, если груз доставлен до него не в товарном состоянии или груз не был доставлен вовремя;
3. Если перевозчик выделил транспорт соответствующий всем нормам для перевозки предоставленного груза.

Страхование товара является обязательным процессом, который требует высокого внимания. Важно отметить, что бывают различные виды страхования рисков. Существует три категории страхования риска при транспортировке. Категория «А»: предполагает страхование в случае, если товар был поврежден или даже уничтожен, то страховщик обязан возместить страхователю все убытки. Существуют плюсы этого страхования: страхуются все виды рисков, какие могут случиться при перевозке товара. Минусы: это страхование дорогостоящее. Но всегда есть выход и оплату можно снизить, если в договоре прописать некоторые исключения. Например, если поставщик просит осуществить перевозку пшеницы, то он

может указать в договоре, что из страхового случая исключается повреждение товара грызунами. Категория «В» охватывает страхование от самых распространенных рисков связанных с транспортировкой: транспортные аварии, хищение груза, стихийные бедствия, неудачные случаи при погрузке или выгрузке товара. Категория «С» включается в себя страхование тех же рисков, что и категория «В», но в данном случае страхователю будет выпла-

чены деньги в том случае, если была частичная или полная гибель товара. Минусы категории «С» состоят в том, что порча груза не возмещается страхователю.

Итак, для того, чтобы минимизировать риски в транспортных перевозках, нужно уметь идентифицировать риск и заранее позаботиться о сохранности товара благодаря системе страхования, которая поможет обеспечить защиту имущественных интересов участникам транспортировки.

#### Литература:

1. Яхнеева, И. В. Теория и методология управления рисками в системах поставок: Дис. ... д. э. н., доцент, профессор. Самара. 2013. — 330 с.
2. Henry Hicks. Managing Supply Chain Disruptions// Inbound Logistics/Articles By Subject/Risk Management — March 2012.
3. Henry, P. Huntington, Raychelle Daniel. Vessels, risks, and rules: Planning for safe shipping in Bering Strait // Marine Policy — 2015. — Volume 51. — Pages 119–127.

## Транспортная система СССР — инфраструктура Победы в Великой Отечественной войне 1941–1945 годов

Федоров Владимир Анатольевич, кандидат экономических наук, доцент;  
Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики»

**Х**отя прошло много времени с окончания Великой Отечественной войны, написано много книг, снято фильмов и проведено исторических исследований, мы все еще мало знаем о ее истории. Тем не менее, уже сегодня мы можем констатировать, что реальная историческая картина никогда не станет полностью известной. По сегодняшним событиям в Украине мы понимаем, до какой степени с помощью средств массовой информации можно искажать факты и то, что история всегда пишется в чьих-то интересах.

Так или иначе, в Великой Отечественной войне 1941–1945 годов (в дальнейшем ВОВ) победило другое государство с абсолютно другой идеологией, и абсолютно другими принципами жизни — Союз Советских Социалистических Республик. Сегодня, по нашему мнению, главной задачей является необходимость вернуть молодому поколению утраченное чувство сопричастности и возможно дать толчок для новых исследований истории нашего государства того периода и роли транспорта в ВОВ.

Современная война — война насыщенных техникой армий. Война резервов и исключительной маневренности — всей своей тяжестью опирается на транспорт, который обеспечивает перевозки, необходимые как для проведения военных операций, так и для обслуживания военной экономики и населения страны.

Для исследования роли транспорта в ВОВ, необходимо в первую очередь пояснить, что мы понимаем под транспортом. В силу сложности и многофункциональности транспорта трудно дать ему полное, всеобъемлющее опре-

деление. Длительный период транспорт в нашей стране считали сферой производства, точнее продолжением процесса производства в сфере обращения, а в настоящее время транспорт относят к сфере услуг, а иногда и вовсе подменяют понятие транспортным обеспечением и транспортным обслуживанием. В данной статье мы ограничимся подходом к определению, связанным с функцией транспорта — перемещением людей и грузов, одновременно делая акцент на том, что обеспечением этого перемещения являются:

1. перевозочные устройства как более широкое понятие по сравнению с транспортными средствами;
2. человеческие ресурсы;
3. транспортная инфраструктура, включающая транспортные терминалы и путевое (дорожное) хозяйство;
4. органы и системы управления;
5. кроме того, с системных позиций в период ВОВ необходимо было объединить гражданский, специальный и армейский транспорт.

Транспортной системой будет являться комплекс различных видов транспорта, включая специальный и армейский, находящихся в зависимости и взаимодействии при оказании услуг перевозки.

Наша страна является великой транспортной державой. **Все великие прорывы в истории страны так или иначе связаны с транспортом. Например:**

— в 18 веке создание флота позволило России встать в ряд ведущих европейских стран, как в военном, так и в экономическом отношении;

— в конце 19 века опережающее строительство железных дорог обеспечило развитие капитализма в России и включение в хозяйственный оборот огромных территорий;

— в 20 веке развитие авиации обеспечило целостность государства;

— в 21 веке массовая автомобилизация меняет экономические отношения путём интеграции страны в систему мировых хозяйственных связей.

Определяющую роль сыграла транспортная система СССР в Победе над фашистской Германией в ВОВ. **Для анализа роли транспортной системы, ВОВ целесообразно разделить на 3 этапа:** подготовка к войне и начальный период, война на территории СССР, война за пределами границ СССР, и рассмотреть роль транспортной системы на каждом этапе войны.

**1 этап. СССР В 1939–1941 гг. Подготовка войне и начало войны. Ошибка советского командования в направлении главного удара гитлеровской Германии.**

В результате заключения 23 августа 1939 года советско-германского Пакта о ненападении, политическому руководству СССР выпал редкий исторический шанс — на протяжении почти 22 месяцев оставаться в положении «над схваткой», сохраняя при этом свободу выбора того или иного союзника. В этот период советским руководством разрабатываются две стратегии — в какую сторону нанести удар — по Англии вместе с Германией или по Германии вместе с Англией. Наличие двух противоположных стратегических планов в сложившейся к тому времени ситуации характерно не только для СССР, но и для Германии, у которой, в свою очередь, то же существовало два плана нападения: на Англию «Морской лев» и на СССР «Барбаросса». 22 июня 1940 г. Франция капитулировала. Германии понадобилось всего шесть недель, чтобы сокрушить мощнейшую военную державу в Европе (2 млн. человек 3600 танков, 1400 самолетов 1700 орудий). Этот потрясающий за всю историю войн «блицкриг» радикальнейшим образом изменил баланс сил в Европе. Прежняя схема, на которую опирался СССР в своих внешнеполитических расчетах, рухнула.

Трагическое начало войны для Красной армии — одна из самых зашифрованных страниц нашей истории и самых загадочных страниц отечественной истории XX века. Уже можно говорить о поколениях историков, пытающихся выяснить истинные причины наших неудач в начале войны, однако эта проблема до сих пор не решена. *Катастрофа 22 июня 1941 года — это, в первую очередь, поражение Сталина в предвоенной тайной политической игре. Личное поражение, за которое армия и страна расплатились миллионами жизней.* Официально 22 июня 1941 г. фашистская Германия совершила, как установил Международный военный трибунал на Нюрнбергском процессе, тщательно подготовленное нападение на Советский Союз.

На начало войны у Германии было примерно 3400 танков, которые нуждались в топливе. В этой связи, одной из малоизученных гипотез истории начального периода ВОВ является так называемая Великая транспортная операция. Исследование данной гипотезы проведено в трилогии А. В. Осокина «Великая тайна Великой Отечественной». В соответствии с данной гипотезой немецкие войска готовились к переброске через СССР на Ближний Восток, а советские через Польшу и Германию к берегам Ла-Манша для нападения на Англию. О существовании и осуществлении предполагаемого автором плана Великой транспортной операции говорят следующие данные [1]:

1. «перетяжка» железнодорожного полотна на западноевропейскую колею на расстоянии 120–200 км от границы с целью исключения перегрузки на самой границе (Кн. 1, с. 296, 406–408, 411–416; кн. 2, с. 100–101);

2. для участия в Великой транспортной операции из приграничных военных округов еще до начала войны были выделены фронты. Их штабы, называемые Полевыми фронтовыми управлениями, с 18 июня выводились в пункты, от которых до границы вела перешитая на западноевропейскую колею: ПриОВО — г. Паневежис, ЗапОВО — г. Обуз-Лесня, КОВО — г. Тернополь, ныне Тернополь, ОдВО — г. Тирасполь. Воинские соединения этих фронтов располагались вблизи перешитых на европейскую колею железных дорог на всем протяжении от границы до указанных пунктов.

3. выселение жителей населенных пунктов, проживающих вблизи тех участков железных дорог, где должна была производиться перетяжка; (Кн. 1, с. 87–90; кн. 2, с. 96–100). Аналогичные мероприятия проводились и по другую сторону границы, поскольку пропускная способность советских железных дорог была в три раза ниже, чем немецких, часть советских соединений перебрасывалась через границу своим ходом и грузилась на немецких станциях (Кн. 1, с. 341–346, 349–352, 409–410);

4. подготовка к использованию Августовского и Днепро-Бугского каналов для транспортировки тяжелой боевой техники и войск баржами через Германию и Польшу к Северному морю и через СССР к Черному морю (Кн. 1, с. 283–284; кн. 3, с. 663–676);

5. покупка Советским Союзом у Германии 10 января 1941 г. части Сувальской области (по которой проходит Августовский канал) за 7,5 млн. золотых американских долларов (Кн. 1, Приложение 19; кн. 2, с. 59–60; кн. 3, с. 663–676);

6. строительство вблизи границы (в 5–20 км с обеих сторон) полевых аэродромов для промежуточной посадки самолетов с целью сокращения дальности полета во время переброски, а также для изменения опознавательных знаков (перекрашивание советских красных звезд — на черные кресты, и наоборот), чтобы обеспечить беспрепятственный пролет над чужой территорией во время переброски. Возможно, именно для этого вышло постановление Политбюро от 19 июня «О маскировке самолетов» (Кн. 2, Приложение 16).



7. Тот факт, что немцы, захватив 22 июня 1941 г. множество «красных пакетов» с приказом на случай войны, ни одного из них не опубликовали, автор объясняет тем, что из их текста явствовало бы, что Красная Армия не собиралась наносить удар по немецким войскам, а готовилась действовать совсем в другом направлении.

8. автор дал свое объяснение, почему в первые дни войны в ЗапОВО у советских танков практически не было горючего. При допросе арестованного командующего ЗапОВО генерала армии Павлова в июле 1941 г. на вопрос, почему стояли его танки, он ответил, что на весь округ было лишь 300 т горючего, так как по указанию Генштаба горючее для его округа находилось в Майкопе. За 1500 км! Единственное, чем можно объяснить этот невероятный факт — горючее предназначалось для заправки немецких танков, которые должны были двигаться через СССР на Ближний Восток. А возглавляемым Павловым войскам горючее должна была взаимнообразно оставить где-то в Польше или Германии уходящая оттуда немецкая группа армий. Возможно, для сокращения объема перевозок (Кн. 1, с. 322–324).

## 2 этап война на территории СССР

Потребности транспорта в топливе определяют направления главных ударов немцев — на Крым, Одессу. Директива Гитлера: «Важнейшей задачей до наступления зимы является не захват Москвы, а Крыма и промышленных районов Донца. Необходимо блокировать подвоз русскими нефти с Кавказа. Захват Крыма имеет первостепенное значение для обеспечения подвоза нефти из Румынии». Одесса нужна была Гитлеру как перевалочная база для снабжения армий «Юг». В портах Варны на борту судов находится 65 тысяч тонн снабженческих грузов. По директиве Генштаба Вермахта эти грузы должны быть доставлены в течение 10 дней после захвата Одессы [2].

Рассмотрим два главных момента начала войны. Условно назовем их битвой за две столицы. Транспорт связал две эти битвы. В тактическом плане Ленинград представлял меньший интерес на театре военных действий чем Москва. 4 сентября 1941 г. начальник главного штаба вооружённых сил Германии генерал Йодль получает от маршала Маннергейма категорический отказ наступать на Ленинград [3]. Отказавшись от штурма Ленинграда, группа армий «Север» 16 октября 1941 года предпринимает наступление на тихвинском направлении, намереваясь соединиться с финскими войсками точнее Ленинграда. Однако контрудар советских войск под Тихвином освобождает город и останавливает противника.

6 сентября Гитлер своим приказом (Weisung Nr. 35) останавливает наступление группы войск «Север» на Ленинград, и отдаёт приказание фельдмаршалу Леебу отдалить все танки и значительное число войск для того, чтобы «как можно быстрее» начать наступление на Москву [3].

С 8 сентября 1941 по 27 января 1944—872 дня длилась блокада Ленинграда. В истории войн нет другого примера, когда снабжение нескольких фронтов, военно-морского флота и населения многомиллионного города в течение двух с лишним лет осуществлялось бы по единственной, однопутной железнодорожной линии, а в течение нескольких месяцев — воздушным путем, по озерному водному пути или по ледовой автомобильной дороге. Опыт транспортного обеспечения обороны Ленинграда показывает, что в условиях войны каждый вид транспорта может оказаться незаменимым, отдельные способы осуществления перевозок (на самолетах гражданской авиации, речным путем или по ледовой дороге), которые часто рассматриваются как второстепенные, могут приобретать решающее значение.

## Битва за Москву

30 сентября 1941 года немцы начинают операцию под кодовым названием «Тайфун». После перегруппировки сил на московском направлении немцы превосходили наши силы примерно в 2 раза. Рассмотрим битву Москву с позиций военной логистики. Для начала, ответим на вопрос, почему нельзя было сдать Москву, кроме политических соображений, как столицу?

Москва в тот период уже была городом пяти морей. В Москве сходилась 16 федеральных дорог. Строительство в начале войны кольцевой автомобильной дороги вокруг Москвы протяженностью 125 км. позволило обеспечивать перегруппировку войск, осуществлять маневры материальными средствами. Эта трасса соединила все радиальные дороги, проложенные к столице, сыграла важную роль при обороне города и в наступлении наших войск под Москвой.

То есть, Москва с точки зрения логистики, являлась крупнейшим логистическим центром страны. Под логистикой в данном случае мы понимаем деятельность по управлению снабжением армии материальными ресурсами, содержанию их запасов и военными перевозками. Теперь рассмотрим, как можно было выиграть битву за Москву с помощью принципов логистики?

1. Для жесткой централизации с Ленинградского фронта отзывается Жуков, который после ознакомления с обстановкой докладывает Сталину, что фактически фронта перед Москвой нет.

2. Было принято одно из самых трудных решений войны, Ленинград был обречен на Блокаду потому, что войска из-под Ленинграда в срочном порядке перебрасываются под Москву. Кроме того, перебрасываются советские дивизии из центральной части страны.

3. Чтобы успеть перебросить под Москву войска, необходимо было выиграть время, для чего досрочно выпускают офицеров из московских военных училищ и начинают применять новые технологии против танковых дивизий армии Гудермана. Смысл этих технологии заключался в том, что закапанные перед переправами танки

должны были делать «заторы», сбивая головной и замыкающий танки противника.

### 3 этап войны за пределами границ СССР

Перенесение военных действий на территорию оккупированных гитлеровцами сопредельных с СССР стран, а затем и самой Германии поставило перед транспортом новые сложные задачи. Возникли вопросы в одних случаях о перешивке железных дорог с западноевропейской колеи на «союзную», в других — об организации перегрузочных районов, восстановлении и налаживании эксплуатации дорог западноевропейской колеи.

Гитлеровцы при отступлении стремились полностью разрушить железнодорожные пути, шоссейные дороги, уничтожить навигационное оборудование на реках, угнать или истребить подвижной состав (локомотивы и вагоны, суда и другие транспортные средства) и кадры транспортных.

Поскольку железные дороги СССР имели иную ширину колеи, чем железные дороги наших западных соседей, и транспортное обеспечение операций Советской Армии в новых условиях представляло собой серьезнейшую проблему. Железные дороги сопредельных стран отличаются от советских не только шириной колеи, но и другими техническими параметрами (короткие станционные пути, меньшие габариты, в том числе на мостах и в тоннелях и др.), а также методами эксплуатации. Поскольку станционные пути на дорогах сопредельных стран короткие и быстро удлинить их нельзя, из каждого нашего воинского поезда, имевшего вес около 1500, 1800 и 2000 т, предстояло формировать три-четыре поезда весом примерно по 500 т каждый.

При использовании схемы с перешивкой железнодорожных путей исключалась возможность использования подвижного состава западноевропейской колеи, поскольку переделать его на нашу колею, как показывал опыт, в короткие сроки было нельзя. Кроме того, если бы хоть одна транзитная магистраль сопредельной страны была перешита на союзную колею, то она разрезала бы сеть ее железных дорог, что могло привести к большим осложнениям экономики этого государства [4].

Можно без преувеличения утверждать, что, если бы ЦУПВОСО не координировало работу разных видов транспорта, были бы невозможны воинские, эвакуационные и важнейшие народнохозяйственные перевозки в таком объеме и в такие сроки, какими характеризовалось транспортное обеспечение решающих стратегических операций войны. Реорганизация транспортных наркоматов, создание в центре и на местах (на прифронтовых дорогах, в пароходствах, на фронтах) специальных органов для восстановления и эксплуатации путей сообщения обеспечили быстрое доведение решений Транспортного комитета при ГКО до непосредственных исполнителей и строгий контроль за их выполнением. Контроль перевозок был непрерывным. Хотя поток войск и грузов был

огромен (одновременно на колесах находилось до 2 тыс. эшелонов с войсками и 12 тыс. транспортов с воинскими грузами), ЦУПВОСО через каждые шесть часов получало информацию о ходе погрузки, продвижении и выгрузке каждого эшелона или транспорта и докладывало о них Верховному Главнокомандующему каждые два часа. [5].

Система управления ЦУПВОСО опиралась на разветвленную сеть оперативных органов ВОСО на местах — комендатур на станциях, начальников передвижения войск на железных дорогах, управлений ВОСО фронтов и военных округов, а также диспетчерскую службу во всех звеньях управления. Эта система полностью оправдала себя в годы войны.

К сожалению, необходимо признать, что фактически мы не можем дать количественную оценку роли транспортной системы в ВОВ. Если провести параллель с экономикой, то на сегодня нигде не считается чистый (прямой) вклад транспортной отрасли в ВВП. Поэтому количественную оценку роли транспортной системы будем давать через объем перевозок, строительство и ремонт транспортной инфраструктуры.

В целом же за время Великой Отечественной войны роль каждого вида транспорта в перевозках материальных средств по объему грузооборота составила: железнодорожного 79,7%, водного 17,7%, автомобильного 2,5%, воздушного — около 0,1%.

Всего за годы войны **автомобильным транспортом** перевезено более 145 млн. т. грузов. Совершенно очевидно, что рассчитать объем перевезенных грузов во время военных действий такого масштаба можно только со значительной погрешностью. Построено и восстановлено: — 100 тыс. км. дорог, — отремонтировано 800 тыс. машин [6].

**Воздушным транспортом** в годы ВОВ было перевезено более 2 млн. 350 тыс. человек и 278 тыс. тонн грузов. Эвакуировано около 350 тыс. раненых. Доставлено на фронт более 2 тыс. тонн консервированной крови и около 1,7 тыс. тонн медикаментов [6].

**Общий объем перевозок на внутренних и внешних морских сообщениях** составил около 100 млн. тонн. Перевезено более 4 млн. человек. Эвакуировано свыше 1 млн. человек, более 600 тыс. тонн оборудования и сырья, 300 тыс. голов скота [6]. Важнейшее место в деятельности транспортного флота занимали перевозки нефти и нефтепродуктов по коммуникациям Каспийского и Черного морей. Это было особенно важно для районов, где морские пути являлись практически единственным средством сообщения (Крайний Север, Дальний Восток, отчасти Каспийское побережье). Помимо каботажных плаваний морской транспорт участвовал в перевозке импортно-экспортных грузов между СССР и странами антигитлеровской коалиции.

Серьезные испытания с самого начала войны выдержал **речной транспорт**. За период 1941—1942 гг. речники эвакуировали из Ленинграда, Москвы, Сталинграда и других приречных городов свыше 2,5 млн. человек; более 2 млн.

голов скота, десятки тысяч единиц автомашин и сельхозтехники [6]. Речной флот принимал участие в Великой Отечественной войне не только как составная часть транспортной системы страны. Сотни лучших судов после переоборудования на судоремонтных заводах были переданы Военно-Морскому Флоту, причем большей частью вошли в состав военных флотилий с экипажами. В ряде случаев эти суда составили основное ядро вновь сформированных флотилий.

Основная тяжесть перевозок в военное время легла **на железнодорожный транспорт**. Всего *в эвакуацию* были вывезены 18 млн. человек. Для этого потребовалось более 1,5 млн. вагонов. В первые месяцы войны за Урал были вывезены 2,5 тыс. заводов и фабрик, что позволило в кратчайшие сроки восстановить военный и промышленный потенциал. За годы войны железнодорожники перевезли 20 миллионов вагонов — с солдатами, а также с грузами — снарядами, боевой техникой, продовольствием. Если выстроить эти эшелоны по цепочке, то ими можно всю Землю 4 раза обернуть по экватору. Поезда шли сплошным потоком, иногда интервал между ними составлял 600–700 метров. Железнодорожники обеспечили подготовку и проведение более 50 стратегических и наступательных операций. Во время оборонительных боев под Москвой под воинские перевозки было подано 333,5 тысяч вагонов. В ходе подготовки Курской битвы 14410 эшелонов перевезли целые армии в полном составе. Во время ВОВ было восстановлено и построено [5]:

- около 120 тыс. км железнодорожных путей (для сравнения на 01.01.2015 г. в стране 86 тыс. км железных дорог общего пользования).

- 2756 больших и средних мостов, более 13 тыс. малых мостов и труб, 46 тоннелей, 182 паровозных депо, 2345 пунктов водоснабжения, выполнено до 12 млн. куб. м земляных работ, 13 тыс. железнодорожных узлов и станций;

- построено около 10 тыс. км. новых линий.

Исследование роли транспортной системы СССР в Великой Отечественной войне 1941–1945 годов, проведенное в данной статье, позволяет сделать следующие выводы:

1. Транспортная система государства выдержала тяжелейшее испытание войной за счет четкой координации деятельности всех видов транспорта, рационального распределения грузопотоков, мобилизации всех резервов.

2. Великая Отечественная война раскрыла огромные преимущества советской транспортной системы по сравнению с капиталистической. Благодаря устойчивой и жизнеспособной экономической основе, в тяжелые годы войны была обеспечена ее высокая маневренность, живучесть и большие ее потенциальные возможности. Если бы Центральное управление военных сообщений Красной Армии не координировало работу разных видов транспорта, были бы невозможны воинские, эвакуационные и важнейшие народно-хозяйственные перевозки в таком объеме и в такие сроки, какими характеризова-

лось транспортное обеспечение решающих стратегических операций войны. Даже в США, при гораздо меньшем объеме перевозок и при отсутствии помех со стороны авиации противника сосредоточение и подвоз войск в морские порты Франции для открытия второго фронта привели к значительной дезорганизации транспортной системы, и огромным простоям подвижного состава в транспортных узлах.

3. Транспорт должен развиваться с опережением тех отраслей, которые он обслуживает — это аксиома. Важно заблаговременно создать резервы на транспорте. Управлять можно только резервом. В пропускной и провозной способности транспорта резервы должны отвечать не только потребностям народного хозяйства, но и требованиям укрепления обороноспособности страны.

4. Система путей сообщения, обслуживающая театры военных действий, должна включать в себя все основные виды транспорта — железнодорожный, автомобильный, водный, воздушный и трубопроводный. В Великую Отечественную войну во фронтовом и армейском тылу огромную роль играл автотранспорт, являвшийся продолжением железнодорожного подвоза к войскам, а в ряде случаев — средством дальних сообщений.

5. Во время войны были внедрены новые технологии эксплуатации транспортных систем. Для быстрее продвижения эвакуационных железнодорожники широко использовали:

- скоростное формирование поездов,
- безотцепочный ремонт вагонов,
- вождение тяжеловесных составов, отправление *сдвоенных поездов*.

С целью повышения пропускной способности некоторых участков осенью 1941 г. на железной дороге была введена «живая блокировка», то есть через каждые 800–900 метров на перегонах стояли сигналисты и по их сигналам шли поезда. В итоге среднесуточная скорость движения эшелонов с воинскими грузами на стратегических тыловых железных дорогах была доведена до 700–900 км при задании около 700 км (скорость курьерского поезда). Отдельные серии локомотивов машинисты умудрялись вести со скоростью 1100–1200 км в сутки.

Важным отличием системы управления транспортом в годы Великой Отечественной войны явилось создание не только стационарных органов управления, присущих мирному времени, но и системы мобильных органов, осуществлявших руководство многомиллионной армией транспортников — восстановителей и эксплуатационников. Государственный Комитет Обороны и его Транспортный комитет через НКПС повседневно руководили работой Главного военно-восстановительного управления. В составе фронтов и на предфронтовых дорогах были созданы военно-восстановительные (УВВР) и военно-эксплуатационные (ВЭУ) управления, а последним были подчинены железнодорожные бригады, эксплуатационные полки, военно-эксплуатационные отделения (ВЭО), паровозные колонны и ремонтные поезда.

*Литература:*

1. Осокин, А. В. Трилогия «Великая тайна Великой Отечественной» («Новая гипотеза начала войны» (книга 1, М.: Время, 2007), «Ключи к разгадке» (книга 2, М.: Время, 2010) и «Глаза открыты» (книга 3, М.: Время, 2013).
2. Ковалев, И. В. Транспорт в Великой Отечественной войне (1941–1945 гг.). — М.: Наука, 1981. — 480 с.
3. Киличенков, А. Л. СССР В 1939–1941 гг. <http://cyberleninka.ru/article/n/sssr-v-1939-1941-gg>
4. Основные показатели работы Тыла Советских Вооруженных Сил в операциях Великой Отечественной войны 1941–1945 гг. М., 1970.
5. Восстановление железных дорог в Великой Отечественной войне // Информационный сборник тыла. № 4 (11). — 1948. — с. 96–111.
6. Щербаков, И. Перевозки и подвоз материальных средств для обеспечения фронтовой наступательной операции // Тыл и снабжение Советской Армии. Вып. 1 (4). — 1951. — С. 26–46.

*Научное издание*

ЭКОНОМИКА, УПРАВЛЕНИЕ, ФИНАНСЫ

VI Международная научная конференция  
Краснодар 2016 г.

*Материалы печатаются в авторской редакции*

Дизайн обложки: *Е.А. Шишков*

Верстка: *П.Я. Бурьянов*

Подписано в печать 24.02.2016. Формат 60х90 <sup>1</sup>/<sub>8</sub>.  
Гарнитура «Литературная». Бумага офсетная.  
Усл. печ. л. 16,53. Уч.-изд. л. 11,18. Тираж 300 экз.

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