

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ БЮДЖЕТНОЕ  
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

**ФИНАНСОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ПРИ ПРАВИТЕЛЬСТВЕ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**



Региональная  
научно-практическая конференция  
студентов и молодых ученых

**"Устойчивое развитие России в условиях  
глобальных изменений"**



**29 мая 2015г.**

16+

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ БЮДЖЕТНОЕ  
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

ФИНАНСОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ПРИ ПРАВИТЕЛЬСТВЕ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

# **Устойчивое развитие России в условиях глобальных изменений**

**Материалы региональной научно-практической  
конференции студентов и молодых учёных,  
г. Краснодар, 29 мая 2015 г.**

*текстовое электронное издание*

**ISBN 978-5-91221-295-6**

**© ФГОБУ ВО «Финансовый  
университет при Правительстве  
Российской Федерации»  
(Краснодарский филиал), 2015**

**Краснодар  
2017**

**УДК 330.34**

**ББК 65.013**

**С 54**

**Устойчивое развитие России в условиях глобальных изменений: Материалы региональной научно-практической конференции студентов и молодых учёных, г. Краснодар, 29 мая 2015 г./** под общей редакцией Э.В. Соболева, [Электронный ресурс]. - Электрон, текстовые дан. (2,92 Мб). - Краснодар.: Краснодарский филиал Финансового университета при Правительстве Российской Федерации, Издательство: Краснодарский ЦНТИ - филиал ФГБУ «РЭА» Минэнерго России, 2017. - 1 электрон, опт. диск (CD-R). - Систем, требования: процессор x86 с тактовой частотой 500 МГц и выше; 512 Мб ОЗУ; Windows XP/7/8; видеокарта SVGA 1280x1024 High Color (32 bit); привод CD-ROM. - Загл. с экрана.

**ISBN 978-5-91221-295-6**

**Редакционная коллегия:**

**Соболев Э.В.**, канд. экон. наук, доцент-директор Краснодарского филиала Финансового университета – председатель;

**Берлин С.И.**, д-р экон. наук, профессор - заместитель директора Краснодарского филиала Финансового университета по научной работе – заместитель председателя;

**Кунаковская И.А.**, канд. экон. наук, доцент - заместитель директора Краснодарского филиала Финансового университета по учебно-методической работе;

**Игонина Л.Л.**, д-р экон. наук, профессор - заведующий кафедрой «Экономика и финансы» Краснодарского филиала Финансового университета;

**Калайдин Е.Н.** д-р физ.-мат. наук, профессор - заведующий кафедрой «Математика и информатика» Краснодарского филиала Финансового университета;

**Титоренко М.Ф.**, д-р ист. наук, профессор - заведующий кафедрой «Философия, история и право» Краснодарского филиала Финансового университета;

**Константиныди Х.А.**, канд. экон. наук, доцент - заведующий кафедрой «Менеджмент и маркетинг» Краснодарского филиала Финансового университета;

**Пахомова А.Ю.** - ответственный за организацию текущей работы научного студенческого общества Краснодарского филиала Финансового университета; преподаватель кафедры «Менеджмент и маркетинг»

В сборнике представлены материалы, отражающие опыт проведения научно-исследовательских работ по направлениям, затрагивающим актуальные экономические, финансовые, правовые и информационные проблемы функционирования и развития экономики в эпоху глобализации.

**Текстовое электронное издание**

**Минимальные системные требования:**

Компьютер: процессор x86 с тактовой частотой 500 МГц и выше; ОЗУ 512 Мб; 5 Мб на жестком диске; видеокарта SVGA 1280x1024 High Color (32 bit); привод CD-ROM

Операционная система: Windows XP/7/8 Программное обеспечение: Adobe Acrobat Reader версии 6 и старше.

© Краснодарский филиал Финансового университета, 2017

# СОДЕРЖАНИЕ

<b>РАЗДЕЛ 1 .....</b>	<b>11</b>
<b>СОЦИАЛЬНО - ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ОБНОВЛЕНИЕ РОССИИ: ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ</b>	
<b>Агабабян Г.З.....</b>	<b>11</b>
Логистические центры России	
<b>Аслибекян Т.Ю.....</b>	<b>15</b>
Анализ и оценка нововведений в земельном Законодательстве вступивших в силу с 01 марта 2015 года	
<b>Бычкова В.А.....</b>	<b>20</b>
Экономические агенты в современной экономической системе	
<b>Бычкова В.А.....</b>	<b>28</b>
Роль государства в регулировании экономической деятельности	
<b>Гаак Т.А.....</b>	<b>31</b>
Государственное регулирование процесса включения экономики России в глобальную хозяйственную систему	
<b>Денисенко Т.А.....</b>	<b>36</b>
Импортзамещение как важнейший приоритет экономической политики России в современных условиях	
<b>Илюхина Н.П.....</b>	<b>43</b>
Анализ потребительского поведения кардиналистский и ординалистский подход	
<b>Илюхина Н.П.....</b>	<b>48</b>
Основные направления повышения качественного уровня налогового контроля Российской Федерации	
<b>Можегова В.Д.....</b>	<b>55</b>
Продовольственная безопасность РФ: угрозы и перспективы ее обеспечения	
<b>Налитова А.А.....</b>	<b>61</b>
Создание условий для конкурентоспособного развития малого бизнеса в России	
<b>Оганесян Р.Ж.....</b>	<b>66</b>
Программа UNIT LINKED в отечественной системе страхования	
<b>Оганесян Р.Ж.....</b>	<b>69</b>
Обеспечение социальной защиты населения как фактор	

устойчивого развития в условиях нестабильности	
<b>Ратомская Е.Н.</b> .....	75
Социально-экономическое обновление России: новая модель развития	
<b>Самылина А.Ю.</b> .....	82
Налоговые инструменты деофшоризации Российской экономики	
<b>Саркисянц Д.В.</b> .....	89
Анализ влияния экономического кризиса 2014 года на социально-экономическое развитие	
<b>Склярова А.В.</b> .....	96
Необходимость усиления государственной поддержки для выхода сельского хозяйства из кризиса	
<b>Семка К.В.</b> .....	100
Экономическая устойчивость крупного бизнеса в Российской экономике в условиях глобальных изменений	
<b>Черкасов Д.О.</b> .....	107
Инновационный бизнес в России как прорыв в экономику будущего	
<b>Шистко Н.Е.</b> .....	112
Программно-целевой метод планирования бюджетных расходов	
<b>Щетинина О.В.</b> .....	120
Инвестиционная привлекательность Краснодарского края	
<b>РАЗДЕЛ 2</b> .....	123
<b>СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ И ТЕНДЕНЦИИ УПРАВЛЕНИЯ ФИНАНСАМИ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ СИСТЕМ, УЧЕТНО-АНАЛИТИЧЕСКИЙ ПРОЦЕСС И ТЕХНОЛОГИИ ФИНАНСОВОГО МЕНЕДЖМЕНТА</b>	
<b>Буклаков В.С.</b> .....	123
Финансовые аспекты удаленной работы	
<b>Бурдовицына А.В.</b> .....	132
Оценка уровня монетизации Российской экономики и пути ее повышения	
<b>Веревкина А.С.</b> .....	127
Сравнительный анализ доходов и расходов организаций	

(ОАО «Краснодарский хлебозавод» № 6  
и ОАО «Лабинский хлебозавод»)

<b>Веревкина А.С., Спицына А.И.</b> .....	148
Развитие теории бухгалтерского учета в работах М.И.Кутера	
<b>Гаак Т.А.</b> .....	153
Проблема дефицита факторов производства в современной экономике	
<b>Глечан С.А.</b> .....	157
Анализ механизма управления земельными ресурсами	
<b>Гора Т.А.</b> .....	163
Современные проблемы и вызовы экономической политики России	
<b>Долгополова М.А.</b> .....	170
<b>О системе развития национальной системы платежных карт</b>	
<b>Долгополова М.А.</b> .....	176
Почему не станет универсальной электронная карта Конкурентом VISA b MASTER GARD	
<b>Рудманская Я.В.</b> .....	181
Проблемы и необходимость внедрения международных стандартов аудита	
<b>Сердюк К.А.</b> .....	185
Сравнительный анализ международных и федеральных стандартов аудиторской деятельности	
<b>Смолева А.В.</b> .....	193
Комплексная оценка деятельности организаций ОАО «Газпром», ОАО «НК «Роснефть», ОАО «НК «Лукойл»	
<b>Спицына А.И.</b> .....	211
Роль финансового анализа в аудиторской деятельности	
<b>Спицына А.И.</b> .....	215
Обязательный аудит организаций	
<b>Струкова А.А.</b> .....	219
Особенности применения методов налоговой политики России в условиях экономической нестабильности	
<b>Тиханычева Е.О.</b> .....	226
Основные налоговые теории и возможности их применения в условиях современной Российской экономики	
<b>Тонян А.К.</b> .....	231
Оффшорный бизнес в России: проблемы и перспективы	
<b>Шабашева С.В.</b> .....	235
Совершенствование учета операций по расчетному счету	
<b>Шмакова Д.А.</b> .....	241

Долларизация экономики России как фактор ее внешней уязвимости

**РАЗДЕЛ 3** ..... 248

**СТРАТЕГИЧЕСКОЕ УПРАВЛЕНИЕ И  
ИННОВАЦИОННЫЙ МАРКЕТИНГ: НОВЫЕ ПОДХОДЫ  
В УСЛОВИЯХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ОГРАНИЧЕНИЙ**

**Абрарова К.А.**..... 248

К вопросу методологии оценки эффективности основных каналов информации в строительных компаниях г. Краснодара

**Барышникова Д.А.**..... 251

Исследование стилей жизни поколений как метод повышения эффективности маркетинга

**Гавриленко А.В.**..... 259

Механизмы совершенствования коммуникационных процессов в организациях (на примере ООО «Психологический бизнес-центр «Авалон»)

**Губанова Е.Е.**..... 264

Программный бюджет Краснодарского края как инструмент повышения эффективности расходов

**Горбачева Д.А.**..... 269

Роль инновационной деятельности в развитии малого Предпринимательства в России

**Данилова А.А.**..... 275

Руководитель и подчиненный с позиции культурного кода

**Захарова И.С.**..... 281

Формирование организационных механизмов обеспечения модернизации устойчивого развития экономики региона на основе создания инфраструктуры управления инновациям

**Илюхина Н.П.**..... 285

Управление демографическими процессами в современном обществе

**Кайфеджан Д.П.**..... 289

Нейромаркетинг как инновационная технология воздействия на потребителя и новая ступень развития маркетинга

**Комбарова Т.А.**..... 294

Роль ресурсов в предпринимательской деятельности (на примере проекта по выращиванию зелени «Зеленый мир»)

**Колесниченко Ю.А.**..... 301

Методика совершенствования управления оборотными

средствами торговых предприятий в современных условиях	
<b>Лим А.А.</b> .....	305
Актуальность реализованных концепций копирайтеров XX века в наши дни	
<b>Лобанова В.И.</b> .....	309
Проблемы EVENT- менеджмента в России	
<b>Межлумян М.А.</b> .....	318
Российская модель менеджмента	
<b>Нагучев М.М.</b> .....	323
Русская модель или как сделать свое экономическое чудо	
<b>Одуд А.А.</b> .....	328
Проблема управления деловой карьерой в современной России	
<b>Осипян А.А.</b> .....	332
Управление реализацией Мега-проектом Сочи-2014	
<b>Русин В.В.</b> .....	336
Инвестиции в человеческий капитал в условиях замедленного темпа экономического роста	
Сергиенко В.В.	343
Менеджмент рисков национальной системы России	
<b>Соболева З.Э.</b> .....	350
Системы материальной и нематериальной мотивации труда в организации	
<b>Спирина В.А., Герасимова А.С.</b> .....	355
Моделирование маркетинговых исследований туристических потоков в Краснодарском крае	
<b>Струкова А.А.</b> .....	362
Организационно-управленческие аспекты современной экономической политики России	
<b>Тиханычева Е.О.</b> .....	367
Современное управление экономической деятельностью: проблемы социальной справедливости и экономической эффективности	
<b>Торосян И.Л.</b> .....	371
Нейромаркетинг: этические аспекты применения в коммерческой деятельности	
<b>Трехглазова Д.А.</b> .....	378
Оптимизация использования инновационных технологий в банковском секторе	
<b>Хачатрян Г.М.</b> .....	383
Российский маркетинг на рынке информационных технологий в условиях глобализации	

<b>Яхимович А.А.</b> .....	389
Управление мотивацией малого бизнеса (на примере Краснодарского края)	
<b>РАЗДЕЛ 4</b> .....	392
<b>БИЗНЕС-ИНФОРМАТИКА И ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ</b>	
<b>Бакаева К.В., Сердюченко Е.И.</b> .....	392
SAPER как система совершенствования бизнес-процессов в организациях	
<b>Климин С.А.</b> .....	398
Интернет-банкинг как прогрессивная форма банковского обслуживания	
<b>Красюк Е.В.</b> .....	403
Электронный бизнес в России: проблемы и перспективы	
<b>Мазур Д.М.</b> .....	407
Проблема аутсоринга информационной безопасности в условиях экономического кризиса	
<b>Мезер С.Д.</b> .....	415
Оптимизация бизнес-процессов как инструмент развития фирмы	
<b>Пантелеева М.А.</b> .....	419
Тенденции использования информационно-коммуникационных технологий в сфере маркетинга	
<b>Скляр А.Ю., Некрут А.С.</b> .....	524
Влияние информационных систем на эмоциональное состояние человека	
<b>РАЗДЕЛ 5</b> .....	431
<b>ФИЛОСОФСКО-ИСТОРИЧЕСКИЕ И ПРАВОВЫЕ АСПЕКТЫ ОБНОВЛЕНИЯ РОССИИ</b>	
<b>Горлова П.С.</b> .....	431
Современные направления совершенствования межкультурного с щения студентов	
<b>Гришочкина Н.Б.</b> .....	435
Из истории пчеловодства на Кавказской линии	
<b>Карасева Е.О.</b> .....	439
Проблемы, сдерживающие развитие малого бизнеса в России	
<b>Налитова А.А.</b> .....	443
Экономическая политика советского государства в годы	

Великой отечественной войны	
<b>Новиков Н.Н.</b> .....	448
Делинквентное поведение подростков как психологический феномен: генезис проблем, подходы к профилактике	
<b>Новиков Н.Н.</b> .....	453
Особенности личности военнослужащих с синдромом «Выхода из войны»	
<b>Паю Е.А.</b> .....	461
Становление переводческой деятельности в годы Великой Отечественной войны	
<b>Стародубцева А.С.</b> .....	464
Пакет антикризисных тренингов как предиктор успешной деятельности компаний в условиях экономических ограничений	
<b>Сысоев К.Ю.</b> .....	473
Становление и развитие малого бизнеса в России (исторический аспект)	

# Раздел 1

## СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ОБНОВЛЕНИЕ РОССИИ: ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

*Агабабян Г.З.*

*Институт экономики и управления  
в медицине и социальной сфере  
Научный руководитель:  
Искандарян Г.О.,  
канд. экон. наук*

### ЛОГИСТИЧЕСКИЕ ЦЕНТРЫ РОССИИ

Зарождение и развитие логистики в России уходит корнями в далёкое прошлое. На первых этапах своего становления логистика применялась в военной среде, а позднее в экономической сфере, где и развивается современный бизнес.

Российский рынок логистических услуг развит не так сильно. По мнению экспертов, его потенциал оценивается в 120 млрд. USD, причем доля сектора перевозок и экспедирования грузов всеми видами транспорта составляет 55%, сектора складских услуг – 13% и сектора услуг по интеграции и управлению цепями поставок – 32%.

В целом отечественный рынок логистических услуг можно разбить на три сектора: перевозок и экспедирования грузов всеми видами транспорта; складских услуг; услуг по интеграции и управлению цепями поставок.

В настоящее время эффективность цепочки поставок товаров является основным условием обеспечения конкурентоспособности предприятия. Производители-конкуренты не могут снижать непосредственные издержки, связанные с производством, без риска снижения качества. Остается единственный способ экономии – сокращение времени реализации продукта по всей цепочке поставок. Опыт и высокоразвитых стран, и России доказывает, что реализовать современные требования к логистике способны только специализирован-

ные компании, и в России уже появился ряд таких логистических провайдеров, например Национальная логистическая компания (НЛК), FM Logistic, Tablogix и др., оказывающие услуги на мировом уровне.

У них накоплен богатый опыт в логистическом управлении, работает высококвалифицированный персонал и есть развитая инфраструктура – складские помещения, транспортно-распределительная сеть, парк транспортных средств, консалтинговые и девелоперские подразделения и др.

Крупные логистические операторы берут на себя выполнение всех логистических задач клиентов и предлагают наряду с хранением и дистрибуцией услуги по упаковке, сортировке товара, а также информационные, консалтинговые и финансовые услуги. Таким образом, контрактная логистика постепенно превращается в нашей стране в самостоятельную сферу коммерческой деятельности.

Ежегодный рост вводимых в строй складских площадей оценивается в 20...30%, повышается качество и расширяется спектр логистических услуг. Заметно усилился интерес логистических провайдеров к регионам, что связано с проявлением активности там крупных ритейлеров. Практически все заметные игроки расширили географию строительства новых складских комплексов, выйдя за пределы Московской области.

Логистические центры (парки) – это рыночные предприятия, осуществляющие координацию логистического (складского и транспортного) обслуживания и информационного обеспечения, а также их контроль. В последние годы о настоятельной необходимости их создания в России говорят всё чаще. Возведение крупных логистических центров – завтрашний день логистического рынка в России и один из главных факторов снижения арендных ставок складских помещений и стоимости предоставляемых логистических услуг.

Логистические парки, объединяя на одной платформе компании разных отраслей и транспортные коммуникации, устанавливают качественно новые стандарты в концепциях развития, дизайне и управлении логистикой. Решение о строительстве, как правило, предполагает знание объемов грузопотоков данного региона, тенденций развития потребительского спроса и оценку текущей себестоимости строительства сооружений, которые составят в дальнейшем структуру логистического центра или парка. Рост инвестиций в строительство складов, планируемый на ближайшие годы, должен способствовать появлению на российском рынке не только иностранных девелоперов, но и российских.

Рост инвестиций также послужит причиной строительства новых складских площадей, соответствующих классу А. В дальнейшем борьба за арендатора позволит девелоперам привлекать клиентов высокочассными технологическими решениями, сервисом и комплексным обслуживанием, включая круглосуточную техническую помощь и контроль в соблюдении безопасности объекта. Логистические центры распределения в зависимости от выполняемых задач и функций можно разделить на следующие категории:

- международные логистические центры распределения (International Logistics Center of Distribution – LCD);
- региональные логистические центры распределения (RLCD);
- локальные логистические центры распределения (LLCD);
- логистические торгово-распределительные центры (Trade Logistics Center of Distribution – TLCD);
- центры логистических услуг: (Center of Logistics Service – CLS).

Кроме того, на этих площадях должны быть организованы таможенные посты и парки автомобильного транспорта, привлечены экспедиционные фирмы, экспертные и финансовые организации, созданы торговые объекты, связанные с обслуживанием, объекты информационного обеспечения, охранные агентства, построены мотели и рестораны.

В России сейчас формируется рынок логистических операторов, основные тенденции которого аналогичны тенденциям рынка восточноевропейских стран, поэтому следует ожидать развития более тесного сотрудничества российского логистического оператора с клиентами в области оптимизации уровня запасов, интеграции компьютерных систем и совместного управления издержками.

На российском рынке логистических услуг уже действуют такие мощные международные логистические компании, как P&O Trans European, FM Logistic, Kuhne & Nagel, «Вельц», «Шенкер Россия», «ПанАльпина» и др. Наблюдается большой интерес к складской инфраструктуре России со стороны крупных международных логистических компаний, стимулируемый требованиями их международных клиентов.

Следует ожидать значительного расширения перечня логистических услуг, представленных на российском рынке, особенно при взаимодействии с крупными торговыми сетями. Рост спроса на логистические услуги в дальнейшем будет увеличивать разрыв между ведущими логистическими операторами и отсталыми в технологическом отношении компаниями, так как действительно полный комплекс ло-

гистических услуг может предлагать только тот провайдер, который способен управлять грузопотоками в цепочке поставок, применяя информационные технологии. Устойчивая тенденция роста товарооборота влечет за собой заметное оживление спроса на склады всех категорий. Московский регион еще сохраняет за собой доминирующую роль центра бизнеса страны, хотя многие девелоперы активно расширяют деятельность в регионах.

Двумя наиболее важными тенденциями в секторе складской недвижимости являются значительный спрос на склады международного уровня и начало активного строительства современных складских комплексов. Спрос значительно превышает предложение, при этом рост объемов нового строительства значительно отстает от роста спроса. Конкуренция на рынке складов международного класса довольно низкая, так как рынок не насыщен.

Инвестиции в складскую недвижимость в целом становятся более привлекательными. В среднесрочной перспективе следует ожидать активного строительства логистических центров в России, хотя здесь для инвесторов и существуют определенные трудности.

#### **Список используемых источников:**

1. Дыбская, В. В. Логистика складирования / В. В. Дыбская. — Москва : ИНФРА-М, 2011. — 559 с.
2. Прокофьева, Т. А. Логистический сервис в распределительных системах / Т. А. Прокофьева. Смоленск : ЦНТИ, 2009. 275 с.
3. Электронный ресурс. — Режим доступа : [www.logistika-prim.ru](http://www.logistika-prim.ru)
4. Электронный ресурс. — Режим доступа : [www.mclog.ru](http://www.mclog.ru)
5. Электронный ресурс. — Режим доступа : [www.logistic.ru](http://www.logistic.ru)
6. Электронный ресурс. — Режим доступа : [www.loginfo.ru](http://www.loginfo.ru)

*Аслибекян Т.Ю.*

*«Российский государственный  
университет правосудия»  
Северо-Кавказский филиал  
Научный руководитель:  
Шер М.Л., канд. экон. наук, доцент*

## **АНАЛИЗ И ОЦЕНКА НОВОВВЕДЕНИЙ В ЗЕМЕЛЬНОМ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВЕ, ВСТУПИВШИХ В СИЛУ С 01 МАРТА 2015 ГОДА**

Изменения, которые вступили в силу в земельном законодательстве от 1 марта 2015 года, носят принципиальный характер и существенно перекраивают все земельное право. Речь идет о № 171-ФЗ «О внесении изменений в Земельный кодекс Российской Федерации и отдельные законодательные акты Российской Федерации» от 23 июня 2014 года. Данные документы были приняты при реализации «дорожной карты» по «Совершенствованию правового регулирования градостроительной деятельности и улучшению предпринимательского климата в сфере строительства», которую утвердило Правительство России еще в 2013 году.

Произошло дополнение Земельного кодекса РФ («ЗК РФ») новыми главами (всего шесть), при этом существенно изменились или исключились положения действующих до этого статей ЗК РФ. При этом указанные изменения затронули не только ЗК РФ, но и отразились в ГК РФ (Гражданский кодекс), но и целый ряд других законодательных актов.

Реформа коснулась, прежде

, а также ряда других вопросов. При этом в самом законе есть достаточно обширные положения, касающиеся переходного периода и которые направлены на то, чтобы облегчить процесс по внедрению новых процедур и правил.

Новым законом, в целом, регулируются вопросы возникновения, прекращения и осуществления прав на земельные участки, обеспечивается прозрачность действия и равный доступ к земельным ресурсам, происходит сокращение избыточных административных процедур, установление ограниченного числа случаев при которых предоставляются земельные участки без процедуры торгов.

Следует отметить, что одной из целью вносимых изменений является создание стимулов, чтобы муниципалитеты завершили разра-

ботку правил застройки и землепользования. Те поселения, которые утвердили указанные виды документов, получают полномочия, позволяющие им распоряжаться теми государственными земельными участками, на которые не происходит государственного разграничения в границах поселений, при этом одновременно прекратятся такие полномочия у муниципальных районов.

Наиболее важные нововведения представлены:

- Установлением нового порядка, по которым будут предоставляться земельные участки, как для граждан, так и для юридических лиц, которые прежде принадлежали государству или муниципалитету.

- Определением условий, при которых могут приобретаться со стороны указанных лиц земельные участки на торгах и без проведения торгов и бесплатно или за плату.

- Регулированием отношений, которые касаются таких вопросов как установление сервитутов, перераспределение земель, передача земельных участков, которые находятся в федеральной собственности, в собственность муниципалитета или в региональную собственность.

- Возможностью для граждан и юридических лиц использовать земли, которые принадлежат государству или муниципалитету, не предоставляя земельные участки.

- Уточнение правовых норм, которыми определяется такое понятие, как "земельный участок". Этими нормами устанавливается порядок, по которому образуются земельные участки, основная суть и правила, регулирующие вещные и иные права на земельные участки, гарантированные законом условия и конкретные виды сделок с земельными участками.

- Внесением новой статьи в ГК РФ, которая предусматривает, что может быть отчужден объект незавершенного строительства из-за того, что прекращается договор аренды земельного участка, который принадлежит государству или муниципалитету.

- Внесением изменений в Лесной кодекс, Градостроительный кодекс РФ, Федеральный закон "О государственном кадастре недвижимости", ряд прочих федеральных законов согласно тем изменениям, которые внесены указанным выше федеральным законом в ЗК РФ. [1]

Нововведения в целом направлены на то, чтобы создать для граждан России возможность более эффективно распоряжаться имеющимися наделами, осуществлять их продажу, сдачу в аренду, процедуры закладывания и передачи в залог.

Очевидно, что внесенные изменения потребуют коррекции не только указанных законов и законодательных актов, но и ряда нормативных документов регионального и муниципального масштаба. Тем самым можно указать, что данное реформирование является одним из самых масштабных в течение последних 10 лет, касающихся именно земельного законодательства.

Фактически, закон предоставил возможность получить от муниципалитета для некоторых категорий граждан землю без участия в аукционе. Но коснулось это не всех, а главным образом льготников, которые нуждаются в земельных участках, чтобы строить жилье или вести личное подсобное хозяйство.

Рассмотрим, кого же можно отнести к указанной категории льготников.

Прежде всего, следует отметить, что к ним относятся специалисты в удаленных местностях или малонаселенных, к примеру, врачи, учителя для сельских школ и т.д. Если продавать с торгов землю в таких районах, то вероятность ее продажи крайне мала, но специалисты, которые необходимы на селе, к примеру, те же фермеры, смогут ее получить. Важным аспектом, является и учет многодетных семей (это те, у кого более трех детей), они также получают земельные участки в рамках нового законодательства без принятия участия в конкурсе, причем участки будут выделены в том районе, где они проживают.

Новый закон позволяет льготникам, указанным выше получить земельные наделы в пользование (безвозмездно), при этом, предусмотрено законом, что они будут переданы им в собственность после прошествии шести лет. Следует отметить, что устанавливая начальную стоимость будут, учитывать кадастровую стоимость, а она зачастую, гораздо ниже, чем рыночная.

Чтобы обеспечить указанные категории льготников жильем, чтобы они могли завести личное подсобное хозяйство, власти муниципальных органов получили право на бесплатное предоставление земельных участков. [3]

При этом в каждом субъекте Российской Федерации устанавливается собственный перечень таких территорий и категорий граждан, которые владеют профессиями, которые нужны именно конкретному региону.

При этом получение земли без торгов возможно и для юридических лиц, но при этом в законе оговаривается важное условие: ими должны строиться социально значимые объекты, представленные дорогами, коммуникациями, детскими садами, больницами, спортив-

ными площадками, или иными специфическими сооружениями, к примеру, электростанциями, гидротехническими объектами, промышленными предприятиями.

Есть и еще одна возможность, чтобы получить без торгов землю для юридических лиц: по распоряжению главы субъекта Российской Федерации, где планируется размещение строящегося объекта. Но речь идет об объектах, которые имеют социально-культурное и коммунально-бытовое назначение, или реализуются масштабные инвестиционные проекты при том условии, что они соответствуют указанным объектам, критериям инвестиционных проектов, что были установлены по законам, принятым в субъектах нашей страны.

Происходит ограничение и максимального времени, которое необходимо, чтобы предоставить земельный участок без торгов, его сокращение составит с действующих до 1 марта 2015 года 3-х лет до 3-х месяцев.

Новым законом также была облегчена процедура передачи земли для таких групп граждан, как предприниматели, владельцы киосков, ларьков и магазинов "на колесах", владельцы рекламных конструкций. Их освободят от необходимости обязательно заключать договора аренды на земельные участки. [2]

В 171-ФЗ говорится о том, что будут запущены в оборот значительные площади пустующих земель, которые прежде находились в собственности государства или муниципалитета. При этом будет проще получить земли, если планируешь осуществлять массовую застройку для граждан, которые планируют строительство на садово-дачных участках. Так и для граждан, которые планируют построить собственный дом.

При этом можно отметить, что в качестве стимула для такого решения и изменения в целом законодательства послужили слишком незначительные итоги, объявленной прежде "дачной амнистии", при ней приватизация охватила менее 30% всех участков, а целый ряд участков, которые были предоставлены после 1998 года вообще не вошли в эту амнистию. Благодаря введённым поправкам в Земельный кодекс муниципалитет и граждане получают возможность для оформления в свою собственность садовых земельных участков, которые были предоставлены до 2001 года.

Фактически, можно отметить, что данная реформа назревала и ее можно признать необходимой и нужной. По моему мнению, бюрократизм в земельном законодательстве, сложности с получением земельных участков во многом сдерживали развитие, как регионов, так и в целом страны. Особенно важным, сегодня, является возможность

получить льготный участок для специалистов, которые едут в те регионы, которые мало пользуются спросом, следовательно, такие выпускники получат не только возможность работать по специальности, но и возможность построить собственное жилье. Можно сделать вывод о том, что данные нововведения носят положительный характер и будут способствовать, в том числе и снижению коррупции.

### **Список использованной литературы:**

1. Федеральный закон № 171-ФЗ «О внесении изменений в Земельный кодекс Российской Федерации и отдельные законодательные акты Российской Федерации» от 23 июня 2014 года. URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_176350/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_176350/)

2. Земельное законодательство. URL: [http://www.frskuban.ru/index.php?option=com\\_content&view=article&id=30648:2015-01-14-08-16-52&catid=113:2009-10-07-14-17-25&Itemid=179](http://www.frskuban.ru/index.php?option=com_content&view=article&id=30648:2015-01-14-08-16-52&catid=113:2009-10-07-14-17-25&Itemid=179)

3. Существенные изменения земельного законодательства. URL: [http://www.roedl.com/ru/hu/publications/newsletters/newsletterarchive/newsletter\\_russland/newsletter\\_russland/newsletter\\_russland\\_september\\_oktober\\_2014\\_rossiiskii\\_informacionnyi\\_obzor\\_sentjabr\\_oktjabr\\_2014/pravovye\\_novosti/sushchestvennye\\_izmeneniya\\_zemelnogo\\_zakonodatelstva.html](http://www.roedl.com/ru/hu/publications/newsletters/newsletterarchive/newsletter_russland/newsletter_russland/newsletter_russland_september_oktober_2014_rossiiskii_informacionnyi_obzor_sentjabr_oktjabr_2014/pravovye_novosti/sushchestvennye_izmeneniya_zemelnogo_zakonodatelstva.html)

***Бычкова В.А.***

*Финансовый университет  
(Краснодарский филиал)  
Научный руководитель:  
Маркарян В.Р.,  
канд. экон. наук, доцент*

## **ЭКОНОМИЧЕСКИЕ АГЕНТЫ В СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СИСТЕМЕ**

Экономическая наука даёт нам обширное представление об изучении поведения человека в отношении приобретения и потребления. Другими словами, экономическая наука занимается, изучаем отношений, возникающих в производственной, распределительной и обменной сфере.

Экономическая наука так же предоставляет советы о том, как лучше людям использовать средства, которые находятся в ограниченном количестве.

Из того, что существует ограниченность экономических ресурсов, вытекает необходимость ведения хозяйственной деятельности. Часто хозяйственную деятельность именуют проще – экономикой. Экономическая деятельность - это постоянная работа по оценке, сравнению, отбору альтернативных вариантов использования экономических ресурсов. В хозяйственной деятельности участвуют хозяйствующие субъекты, именуемые в экономической теории экономическими агентами.

Роль каждого экономического агента заключается в его отношении к какому-либо фактору производства, которыми он владеет. Одни обладают только капиталом, другие экономической властью, но существуют такие, которые участвуют в полном управлении хозяйственной деятельности.

Хозяйствующие субъекты, которые самостоятельно занимаются принятием решений и выполнением каких-либо экономических планов, называют - экономическими агентами.

Основным субъектом экономической деятельности является – человек. Одно лицо не сможет организовать достойное управление, поэтому хозяйственной деятельностью занимается совместная группа сотрудников.

Экономическими субъектами принято считать тех, кто владеет определёнными ресурсами. Экономическими агентами являются: предприятия, фирмы, коммерческие и некоммерческие организации, а

так же домохозяйства.

Экономическим субъектам необходимо удовлетворять потребности индивидов. Но потребности растут в геометрической прогрессии, в случае повышения уровня дохода. Это зависит от усовершенствования технологий, образования новых методов производства. Соответственно, экономические потребности не имеют предела, они бесконечны.

Главными участниками экономического процесса являются - домашние хозяйства, фирмы, государство. При этом домашнее хозяйство и коммерческие организации относятся к рыночным агентам, а государство и некоммерческие организации – к нерыночным агентам.

Факторами, которые увеличивают желание получать материальную выгоду, называют экономические стимулы. В настоящее время это главный побудитель работать качественно и эффективно среди других своих конкурентов.

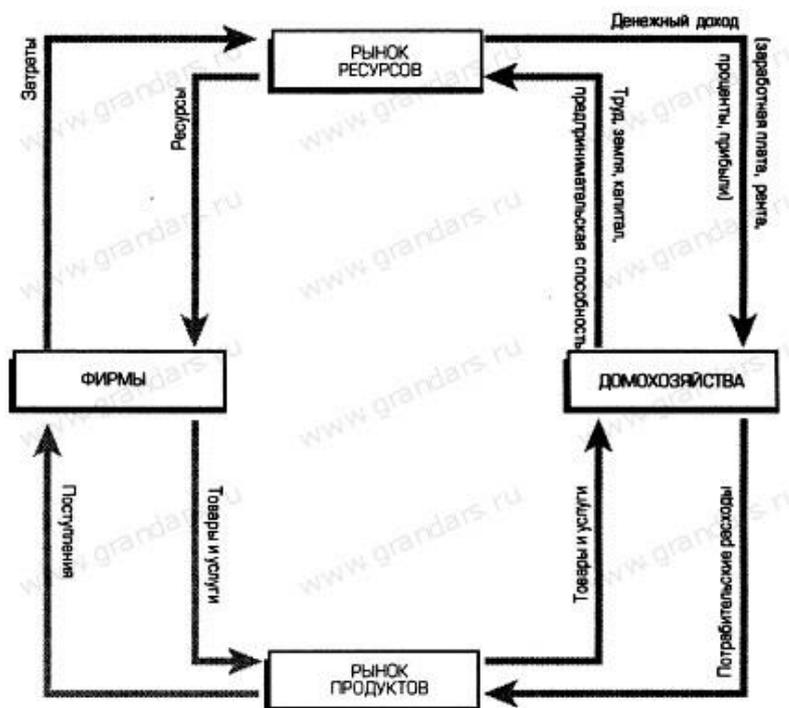
Экономические агенты независимы в своих решениях. Цели, стоящие перед субъектом экономики, должны быть достигнуты любыми способами, которые они используют в производственной сфере.

### **Модели взаимодействия субъектов рыночных отношений**

Современная экономика основана на разделении труда, при котором каждый производитель специализируется на производстве некоего товара, продаёт его на рынке, получает за это деньги и на них покупает все необходимые ресурсы для производства.

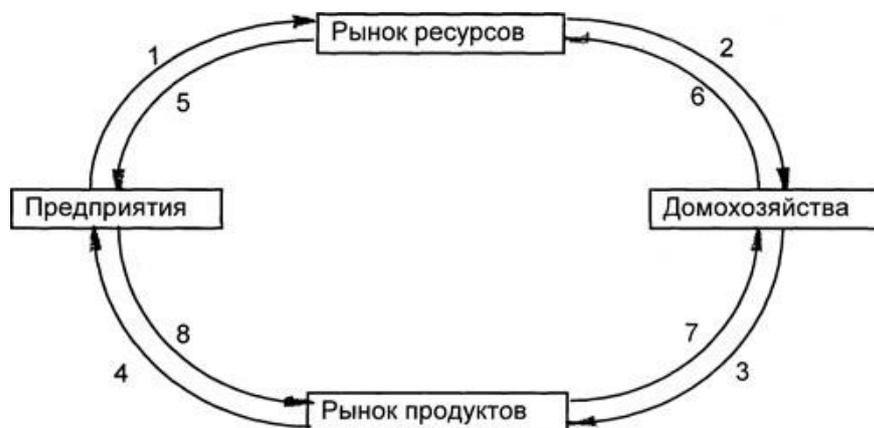
Производитель закупается на рынке ресурсов необходимыми ресурсами, превращает их в товары и услуги, продаёт посреднику, а тот продаёт их потребителю. Потребитель продаёт свой труд за заработную плату, которую тратит на оплату товаров и услуг. Государство — еще один участник рынка, покупает товары на рынках ресурсов, производителей и посредников, собирает налоги с этих рынков и обеспечивает исполнение законов.

### **Упрощенная модель взаимодействия субъектов рыночных отношений**



Рынок ресурсов — место, где ресурсы и услуги поставщиков ресурсов продаются и покупаются.

Рынок продуктов — место, где товары и услуги фирм покупаются и продаются.



### Принцип рациональности

При рассмотрении деятельности данных субъектов мы предполагаем, что они действуют рационально (**принцип рациональности**), т.е. таким образом, чтобы получить максимальный результат (максимальную прибыль для фирм или максимальную полезность для домохозяйств и т.д.) при имеющихся ограничениях (ограничениях в ресурсах, в денежных средствах и т.д.). Данное допущение является научной абстракцией и используется в экономической науке для удобства анализа. Рациональное поведение не всегда является наиболее правильным или наиболее логичным с житейской точки зрения.

**Рациональность** — это наиболее эффективный способ удовлетворения своей субъективной цели. При этом цели экономических субъектов могут быть самыми различными, для экономиста они рав-

ноценны (т.е. нет целей хороших или плохих, нравственных или безнравственных).

Домашнее хозяйство – это субъект экономики, в котором принимает участие одно лицо или группа лиц, связанные между собой определённой деятельностью. Домохозяйства независимы в принятии решений. Они владеют каким-либо фактором производства (рабочей силой, землёй или капиталом). 94% населения РФ, занимаются единичными домохозяйствами.

Домашние хозяйства, обычно, относят к сектору потребителей и определяют их следующими чертами:

- Любое домохозяйство принимает единое решение, будто оно состоит из одного человека;
- Домашние хозяйства — полновластные собственники экономических ресурсов и самостоятельно принимают решения об их продаже производителям;
- любое домохозяйство, которое принимает решение, стремится получить максимальное удовлетворение своих потребностей, максимальную полезность, исходя из поставленных целей и имеющихся ограничений для их достижения.

Главным приоритетом для домохозяйств является доход, который состоит из: заработной платы, труд, прибыль собственника, процент дивиденда, капитал, природные ресурсы, рента.

Всё это является главной составляющей их доходной части. В настоящее время изучение домохозяйства в России становится всё актуальнее, так как они пытаются избавиться от рубля, сделав приоритетными валюту и акции.

Российские домохозяйства определённо почувствовали вкус кризиса, а за рубежом РФ, Британские домохозяйства стали богаче на 100 тысяч фунтов стерлингов.

В отличие от домохозяйств, предприятия (а так же фирмы), в целом, осуществляют функцию потребления. Они осуществляют производственную деятельность, а так же занимаются финансированием, то есть вкладом капитала в развитие предприятия.

Предприятия могут носить материальный и нематериальный характер: заводы, шахты, салоны красоты, магазины и т.д. Предприятие-это независимый субъект экономики, который был создан и утверждён законодательством, для производства той или иной продукции, а так же оказание всяческих услуг. Конечно же, всем предприятиям необходима государственная регистрация, для того, чтобы выступать на рынке юридическим лицом. На сегодняшний день существует проблема незаконно приватизированных предприятий.

Днепропетровский губернатор Коломойский предложил национализировать и снова продать их. Такое предложение отлично поправит ситуацию в экономике России, так как, выставив эти предприятия на продажу, они получат в 10 раз больше.

Для государственных предприятий (в том числе и муниципальных), характерна ситуация, где капитал и управление сосредоточено в руках государства. Государственные и муниципальные предприятия являются унитарными. Так же важным фактором остаётся неделимость их имущества.

Многие муниципальные предприятия, к примеру Волгоградский ожидает приватизация. Так же существуют общественные организации, которые основываются на добровольном объединении групп людей, занимающихся удовлетворением духовных и нематериальных потребностей.

Участники этих организаций могут заниматься предпринимательской деятельностью, а так же им необходимы инвестиции. «Когда народ видит, что их просьбы и требования не слышат, они создают общественные организации», - это высказывание одного из депутатов Государственной Думы. Так в регионах Сибири общественные организации стремятся решать социальные проблемы общества.

В основном, функции предприятий заключаются в производстве товаров и услуг, которые будут удовлетворять человеческим потребностям. Именно эти функции целесообразны для экономики. Поэтому экономической системе необходимо присутствие фирм в той или иной деятельности, которые будут функционировать в этой сфере. На данный момент, существует поддержка малого бизнеса для того, чтобы занятость населения и экономика страны была в нормализованном состоянии и удовлетворяла всей системе.

Некоммерческие организации – это самостоятельный экономический субъект, цель деятельности которых заключается в реализации групповых экономических интересов, а так интересов государства. Эти организации называются некоммерческими, так как они не ставят в приоритет получение прибыли из своей деятельности и разделение её между участниками.

Если говорить о рыночной экономике, то некоммерческие организации это - медицинские, образовательные, научные, культурные учреждения, а так же благотворительные фонды. Некоммерческие фонды, это те, что образуются добровольными взносами, которые используются на благотворительные и культурные цели, являющимися общественно-полезными.

Таким образом, некоммерческими организациями так же являются неотъемлемым агентом экономической системы, как домашние хозяйства и коммерческие организации.

Интересы участников экономической деятельности могут быть достаточно многосторонними и не схожими. Для этого необходимо их скоординировать и согласовать, что может быть достигнуто различными способами, а так же с помощью государства.

Государство – это необходимый элемент экономической системы, который может устанавливать правила функционирования и регулирования других экономических агентов, а так же осуществлять контроль за ними.

Государство всегда играло важную роль в экономической жизни общества, так как оно обеспечивает общественные потребности и безопасность. Используя различные способы и методы, государство активно вмешивается в экономику. Так же существуют многообразные критерии экономической активности государства, среди которых существуют: доля государственных расходов в валовом внутреннем продукте (ВВП); доля налогов в ВВП; размеры государственной собственности и продукции, производимой государственными предприятиями.

В странах с рыночной экономикой, государство имеет значительное место в экономике, так как оно распределяет ресурсы между субъектами хозяйственной деятельности, а так же обеспечивает правовую базу для предприятий и экономическую политику. Государство, в некоторых случаях, может организовывать производство на государственных предприятиях.

Всё это говорит о том, что в настоящее время в России существует смешанная экономика, так как помимо частного сектора, функционирует государственный сектор экономики, поэтому рыночная система и государственный контроль взаимодействуют друг с другом.

Государство, как экономический субъект выполняет следующие функции:

1). Обеспечивает правовой основой деятельность экономических агентов и предоставляет услуги для эффективного функционирования экономической деятельности.

2). Осуществляет антимонопольное регулирование среди других агентов экономики

3). Воздействие на распределение ресурсов, среди участников экономики

4). Распределение доходов, для того чтобы сократить уровень неравенства в доходах.

Государственные предприятия могут выступать в качестве продавцов на рынке товаров и услуг. Но их поведение контролируется государством.

Существуют государственные учреждения, которые занимаются удовлетворением общегосударственных и социальных потребностей. К таким потребностям относятся поддержка уровня образования и здравоохранения, а так же сохранение культуры.

Вмешательство государства заключается в двух формах:

1). Прямое вмешательство подразумевает расширение государственной собственности на материальные ресурсы

2). Косвенное вмешательство (осуществляется с помощью различных мер экономической политики)

Для того чтобы выполнить эти меры правительство создаёт налогово-бюджетную и денежно-кредитную политику. Фискальная политика, это в первую очередь сборы и налоги, денежно-кредитная политика контролирует предложение денег и улучшение в кредитной сфере, а так же процентную ставку.

Хозяйственная деятельность, в условиях рыночной экономики, принимает вид предпринимательской деятельности. Экономические агенты, такие как, домашние хозяйства, предприятия (фирмы), государство, являются участниками этой деятельности.

Домохозяйства являются важнейшим независимым экономическим субъектом, от деятельности, которой зависит благополучие страны в целом. Чтобы домашние хозяйства функционировали рационально им необходимо иметь какой-либо фактор производства.

Предприятия (фирмы)- совершенно независимый экономический субъект, созданный для производства той или иной продукции, разнообразных услуг и выполнения всяческих работ, в общем, в целях удовлетворить потребности людей.

Главным экономическим представителем, который действует независимо и рационально, является государство. Главной его задачей является минимизация провалов на рынке, и максимизация социального благополучия.

Таким образом, экономические агенты необходимы для повышения уровня экономики страны, стабилизации общественного благополучия и удовлетворения человеческих потребностей, а государство будет следить за выполнением качественной и законной работоспособности хозяйствующих субъектов.

*Бычкова В.А.*

*Финансовый университет  
(Краснодарский филиал)  
Научный руководитель:  
Сорокожердьев В.В.,  
канд. экон. наук, доцент*

## **РОЛЬ ГОСУДАРСТВА В РЕГУЛИРОВАНИИ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

В рыночной экономической системе действуют специфические стимулы и принципы ведения хозяйствования, основанные на свободе предпринимательства, свободе профессионального выбора (для любого желающего работать), а также свободе потребительского выбора (конечно же, в пределах финансовых возможностей покупателя). При этом важнейшим стимулирующим принципом предпринимательской деятельности и рыночного предпочтения выступает частный экономический интерес. В общем, предприниматели имели интерес в максимизации прибыли, а те, кто владеет любыми факторами производства, были заинтересованы в том, чтобы получить высокий доход за использование их в области бизнеса, а потребители, покупающие необходимые им товары или услуги, пытаются получить свою выгоду.

Казалось бы, роль государства, в такой ситуации, должна была быть сведена к минимуму, на что и указывали представители Классической школы, отводившие государству в рыночной системе роль «ночного сторожа».

В современной рыночной экономике роль государства значительно повысилась. Теоретическим обоснованием необходимости активной роли государства в жизни экономики стали работы известного английского экономиста Дж. М. Кейнса. Под влиянием его идей и сторонников «социальной рыночной экономики» (В. Эйкен, Л. Эрхард, А. Мюллер-Армак, Ф. Бем и др.) родилось современное представление о диапазоне экономических задач государства. Однако это не означает, что сложилось единодушное мнение представителей экономической теории по поводу роли государства в условиях современного рынка. Скорее, напротив, в последнее десятилетие усилились дискуссии о целесообразности широкого и разнообраз-

разного вмешательства государства в экономическую жизнь общества. Основные оппоненты Дж. Кейнса и его последователей Ф. Хайек и М. Фридмен выступили против активной роли государства в рыночной системе хозяйствования.

Главным направлением деятельности государства является регулирование рынка. Для этого государство использует различные механизмы экономики, а в первую очередь – механизм налогообложения. Эта система налогов широко используется на доходы от производства и продажи товаров или услуг.

На рыночное равновесие государство значительно воздействует с помощью налогов после продажи товаров или услуг (это налоги на разнообразные товары и услуги, устанавливающиеся в зависимости от определённого процента от цены или в абсолютной сумме с каждой единицы товара). В этой ситуации налоговое бремя распределяется между покупателем и продавцом.

Внешними эффектами часто сопровождаются производства товаров и их потребление, то есть издержками или выгодами от рыночных операционных действий, не находящих отражения в ценах продаваемых товаров. Эффекты могут быть положительными, а так же и отрицательными.

Отрицательные эффекты случаются в том случае, если товар выпускается в слишком большом количестве и на него назначаются слишком маленькие цены, при этом производители не принимают их во внимание. Поэтому государство стремится к регулированию внешних эффектов, а прежде всего в природоохранной области. Оно устанавливает штрафные санкции в виде налогов после продажи товаров и услуг, производство которой сопровождается именно отрицательными внешними эффектами. Однако государство так же может устанавливать дотации производителям продукции, производство которой сопровождается внешними положительными эффектами.

Чтобы регулировать внешние эффекты, государство может использовать не только методы экономики, а именно дотации и санкции и т.п., но и зачастую административные методы, которые могут ввести различного рода запреты на хозяйственную деятельность, доходя до закрытия некоторых предприятий или производств.

Чтобы предотвратить чрезмерную дифференциацию доходов населения государство вводит прогрессивный подоходный налог, то есть налог, у которого средняя ставка увеличивается, по мере возрастания дохода налогоплательщика и уменьшается по мере снижения его дохода. Однако на этом этапе нужно принять во внимание антистимулирующую роль этих налогов для предприятий, которые в ответ

на это могут искусственно удерживать последующее наращивание объёма производства, а так же пытаться уйти в «теневую» экономику. Антимонопольное законодательство является важнейшим вмешательством государства в экономическую деятельность фирм и предприятий. В него включается совокупность законодательных актов и норм, направленных на ограничение деятельности монополий. Принятие антимонопольных законов так же преследует некоторые политические цели. Эти законы часто рекламируются, как свидетельство перерождения капитализма. Это перерастание, где государство борется различными методами с трестами, картелями и другими монополистическими объединениями предпринимателей.

*Финансовый университет  
(Краснодарский филиал)  
Научный руководитель:  
Сорокожердьев В.В.  
канд. экон. наук, доцент*

## **ГОСУДАРСТВЕННОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ПРОЦЕССА ВКЛЮЧЕНИЯ ЭКОНОМИКИ РОССИИ В ГЛОБАЛЬНУЮ ХОЗЯЙСТВЕННУЮ СИСТЕМУ**

Данная тема является актуальной как никогда, мы живем в современном мире, когда происходят масштабные изменения во всех структурах хозяйства, в технологической основе производственной деятельности, социального обеспечения, в мире, где каждое общество должно быть коммуникабельным, актуальными становятся проблемы поддержания необходимой стабильности в экономике и обществе, а также – осуществления всесторонней модернизации. В ответ на эти требования в России в настоящее время заявлены программы модернизации и новой индустриализации, которые призваны закрепить целый ряд успехов и достижений в социальном и хозяйственном развитии страны и помощи становления на путь интегрирования. Россия является великой державой, масштабной по размерам и богатой по духу. Так наша страна, наша экономика должна преодолеть так называемый момент застоя в экономике и включится в глобальную систему, где каждое государство дружит между собой, конкурирует и ведет взаимовыгодные отношения, почему бы нам, России не стать на путь интегрирования и не закрепить свои позиции на посту великой державы?

Прежде всего, хотелось бы начать с термина интеграция.

Под международной экономической интеграцией имеется ввиду процесс хозяйственного и политического объединения стран, на основе развития устойчивых взаимосвязей и разделения труда между национальными хозяйствами.

Чтобы интегрировать в мировое хозяйство, государство должно быть экономически развитым и иметь потенциал для интегрирования. Это весьма не простой процесс, имея все предпосылки для раз-

вития государства, мы не всегда ими правильно можем воспользоваться, это, во-первых, а во-вторых, на это нужно время.

Экономическое развитие общества представляет собой многоуровневый процесс, охватывающий экономический рост, сдвиги в структуре экономики совершенствование условий и качества жизни населения.

Говоря об экономическом потенциале это способность общества производить товары и услуги и обеспечивать расширенное воспроизводство в целях удовлетворения потребностей населения, улучшения качества жизни ее граждан.

В структуре экономического потенциала выделяются следующие элементы (потенциалы): природно-ресурсный, производственный, человеческий, трудовой, научно-технический, внешнеэкономический, потенциал сферы услуг.

На межгосударственном уровне интеграция происходит на основе формирования экономических объединений государств и согласования национальных политик.

Под действием стремительного развития межфирменных связей возрастает необходимость межгосударственного регулирования направленного на обеспечение свободной торговли (движение услуг, товаров, капиталов, рабочей силы) между странами в рамках данного региона. Результатом чего является создание региональных хозяйственных комплексов с единой валютой, финансовыми фондами, инфраструктурой, едиными экономическими задачами, общими наднациональными или межгосударственными органами давления.

Существуют различные формы интеграции, самой простой считается – зона свободной торговли, суть которой состоит в отмене ограничений и таможенных пошлин между странами-участницами.

Другая форма это таможенный союз — устанавливается единый внешнеторговый тариф и создается единая внешнеторговая политика в отношении третьих стран. В обеих формах межгосударственные отношения касаются только сферы обмена.

Есть и другая форма интеграции ее принято считать более сложной - это общий рынок, призванный обеспечивать участникам не только свободную торговлю и единый тариф, но и передвижение капитала, рабочей силы, а также согласованность политики.

Но высшей формой межгосударственной интеграции будет являться экономический и валютный союз, который включает в себя все указанные формы, а также проводит общую экономическую и валютно-финансовую политику.

Экономическая интеграция благоприятно влияет на взаимодействующие стороны. Это широкий доступ к разным видам ресурсов, новые технологии, защита от конкуренции, выявление наиболее значимых социальных проблем

с целью улучшения всех аспектов хозяйственной жизни населения.

Следует обратить внимание на то, что взаимодействие национальных хозяйств развивается не всегда равномерно и не везде одинаково, вследствие этого был предложен ряд факторов, по которым можно смело говорить о процессе интегрирования и готовности к нему. В основу интегрирования, включены следующие факторы: глобализация хозяйственной жизни;

международное разделение труда; научно-техническая революция; повышение уровня открытости национальных экономик.

В данный момент в России выработана «стратегия 2020» это краткое общепринятое наименование обновленного варианта Концепции долгосрочного социально-экономического развития РФ до 2020 года, подготовленной по заказу российского правительства в 2011 году. Она направлена на: повышение благосостояния населения, устойчивый экономический рост, восстановление экспортного потенциала, рационализация импорта, повышение конкурентоспособности российских фирм. Дабы выдвинуть их на международный уровень, преодоление дефицита денег, расширение рынков сбыта продукции отечественных производителей, улучшить положение в международном разделение труда.

Но чтобы осуществить эти цели нужно исключить негативные факторы, которые мешают реализации данной стратегии, прежде всего это не конкурентоспособность Российской продукции, внешние долги, неразвитость инфраструктур, неразвитостью валютного контроля и отсутствием иммиграционной политики и.т.д.

В настоящее время уже предпринят ряд мер по реализации стратегии ВЭД. Прежде всего эти меры в большей степени коснулись экспорта. Путем ограничения ввозимой продукции, так же немаловажен переход к новой системе внешне экономической деятельности. Который в дальнейшем должен поспособствовать развитию экономики, так же понижение курса продажи частной валютной выручки в республиканский валютный резерв. Отмена административных ограничений выхода предприятий на внешний рынок. Подразумевается, что именно эти факторы повлияют на дальнейшее развитие всех мер, видимо эти проблемы были наиболее значимы, раз государство начало действовать именно с них.

В ближайшее время реализация стратегии предусматривает следующие изменения: во-первых, это ликвидация множественности курсов рубля, что позволит перейти к рыночным способам регулирования внешнеторговых операций; сближение структуры внутренних и мировых цен; переход к конвертируемости рубля и привлечение иностранных инвестиций; развитие рынка СНГ, сохранение взаимовыгодных межреспубликанских хозяйственных связей; расширение экономических и научно-технических отношений с быстро развивающимися странами (Юго-Восточной Азии, Китаем, Японией, Кореей, странами Латинской Америки и Ближнего Востока)

Именно с этих стратегических позиций Россия начнет присоединяться к различным интеграционным сообществам.

Процессы, протекающие с Россией на данном этапе на фоне кризиса 2008, года и спада в экономике это как спасательный круг, совершенствую себя, и свои процессы мы реабилитируем на фоне неудач, всевозможные содружественные союзы, куда вступает Россия «ЕС» «ЕВразес» «СНГ». Все это положительно влияет на экономику нашего государства, мы развиваемся, улучшаем продукцию, дабы конкурировать с иностранными компаниями, улучшаем качество жизни населения всевозможными социальными пакетами, чего только стоит всеми известный материнский капитал, который повысил уровень рождаемости в стране. Россия совершенствует себя, чтобы выглядеть на фоне развитых стран не пустым местом, а членом общества, мирового общества, наши масштабы это все не просто так, у нас есть ресурсы, есть кадры, нам немного времени и мы наверстаем упущенное, станем одной из передовых стран и никакие санкции нам не помеха. Я считаю, что Россия должна стать одним из глобальных центров мировых хозяйственных связей, так как мы обладаем всеми связующими, дабы стоять на олимпе глобальной хозяйственной системы.

## Список источников:

<https://ru.wikipedia.org/wiki/>

Инновационное развитие – основа модернизации экономики России: Национальный доклад. – М.: ИМЭМО РАН, ГУ–ВШЭ, 2008 г.

Указ от 7 мая 2012 года «О долгосрочной государственной экономической политике» №596.

Глазьев С.Ю. Стратегия опережающего развития России в условиях глобального кризиса. – М.: Экономика, 2010 г.

О стратегии опережающего развития экономики России, Научный доклад под ред. С.Ю.Глазьева, 2011 г

*Денисенко Т.А.*

*Финансовый университет  
(Краснодарский филиал)  
Научный руководитель:  
Маркарян В.Р.,  
канд. экон. наук, доцент*

## **ИМПОРТЗАМЕЩЕНИЕ КАК ВАЖНЕЙШИЙ ПРИОРИ- ТЕТ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ПОЛИТИКИ РОССИИ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ**

Проблема необходимости и экономической целесообразности импортозамещения в различных отраслях на фоне современной международной обстановки более чем актуальна для России. На поиск её решений в соответствии с указаниями руководства страны направлены усилия большинства министерств и ведомств различных отраслей экономики.

Глобализация мировой экономики – это объективный процесс и важнейшая черта современного этапа ее развития. Она характерна нарастанием объемов международной торговли, вывоза капитала, интенсивной международной трудовой миграцией, формированием новых инструментов управления международным сотрудничеством, усилением маркетинговых войн и роли международной конкуренции.

Представители ведущих научных экономических школ отмечают, что расширение экспорта и импорта, других форм международных связей позволяет лучше использовать имеющиеся природные, трудовые и интеллектуальные ресурсы, производственные мощности, наращивать совокупный спрос, полнее использовать мировые достижения науки и технологической мысли, повышать качество жизни людей.

Однако, как показывает опыт ведущих стран, наряду с положительными эффектами в экономике, глобализация и интеграция содержат в себе ряд противоречий и серьезных проблем. Современные международные связи, мировая торговля формируются в условиях большой дифференциации экономик стран, регионов, отраслей по социально-экономическому состоянию, темпам роста, осуществляются в сложных внешнеполитических отношениях, в острых маркетинго-

вых войнах. Это приводит к большим экономическим рискам, использованию странами различного рода неэкономических и экономических санкций против своих конкурентов, к серьезным социально-экономическим рискам, ведущим к разрушению производительных сил, связей между странами, массовым банкротствам. Риски экспорта и импорта товаров обусловлены и частой сменой конъюнктуры мировых рынков, снижением или повышением мировых цен, ростом товарных пошлин, появлением различных заградительных мер, дополнительных условий, новых стандартов.

Эффективность импорта различных технологий, товаров и услуг состоит в том, что он позволяет преодолевать дефицитность экономики и рынков, организовывать новые виды производства, использовать мировые достижения науки и техники, получать продукты, которые не производятся в стране в силу неблагоприятных природных и климатических условий. Импорт продукции нередко обусловлен и отсутствием соответствующих запасов и сырьевой базы, а также неподготовленностью квалифицированных кадров. Однако это не значит, что у импорта нет острых проблем, они есть и немалые.

Чрезмерное использование импорта для экономического развития чревато, прежде всего, такими рисками, как:

- усиление зависимости национальной экономики от международных экономических связей и от внешнеэкономической политики экспортеров;
- опасность потерять собственную научно-техническую базу;
- отток квалифицированной рабочей силы в страны с инновационным типом производства;
- снижение потенциала экономики по обеспечению занятости населения и по получению налоговых поступлений.

Если рассмотреть экономические показатели России за последние 10 лет, то можно видеть мощный рост импорта продукции. Особенно заметны темпы роста импорта продукции в части сельскохозяйственного и продовольственного секторов экономики, сельскохозяйственной техники, новых технологий, продукции машиностроения, станков, автомобилей, авиапродукции, продукции военно-промышленного комплекса, тракторов, комбайнов, гербицидов, поголовья высокопродуктивных пород животных, семян. Россия солидный импортер сельскохозяйственной продукции – говядины, свинины, мяса птицы, рыбы, сыров, молока и молочных продуктов, плодово-овощной продукции. Об этом свидетельствуют данные, приведенные на рисунке 1.

Все это означает, что перед нами особый тип экономики – это экономика с большим потенциалом импортозамещения, характеризующаяся большой долей импорта в ВВП.

Российские исследователи часто считают, что быстрый рост импорта в России связан с либерализацией внешнеэкономических связей, с наличием значительных доходов от экспорта нефти, газа, древесины, электроэнергии, алмазов, удобрений, проката металлов, золота и других товаров, конкурентоспособных на мировом рынке.

Так, сетевое издание «РИА Новости» сообщает, что в 2014 г. объём добычи золота в России составил 272 т, а его общий государственный запас 1207 т, это шестое место в мире. В общем, покупать есть за что, нужно только делать это эффективно



**Рисунок 1** – Доля импорта наиболее распространенных товаров, в общем, их потреблении в РФ в 2013 г.\*

\* разработано по данным Росстата.

В экономической науке пока нет окончательной характеристики сущности импортозамещения (import substitution). Родоначальниками теории импортозамещения можно считать представителей одного из первых экономических учений - меркантилизма (Т.Мен,

А.Монкретьен, И.Т.Посошков), они доказывали, что основой успешного развития и богатства общества является экспорт, который позволяет накапливать деньги (золото), а импорт следует сокращать, национальные потребности следует удовлетворять за счет собственного производства.

Существует мнение о том, что под импортозамещением следует понимать процесс оптимизации структуры экономики страны путем создания и модернизации только тех производств и отраслей, которые способны заменять импорт на более выгодную продукцию отечественного производства и позволяют делать экономику независимой от внешних рисков. Иными словами, импортозамещение не означает полного отказа от импорта товаров и услуг. Эффективность формирования импортозамещения состоит в том, что эта стратегия позволяет переходить на использование национальной продукции. Избавляться от импортной продукции, делать национальное производство стабильным и гарантированным, переходить на мировой уровень НИОКР, увеличивать поступления налогов в бюджет. В этом случае складывается стабильная экономическая и социально-политическая ситуация.

Вместе с тем, это сложная и противоречивая категория. Поскольку импортозамещение является заменой импорта новым собственным производством, то достичь этого замещения не так просто. Необходимы определенные научно-технические и социальные условия. Для этого важно развивать науку, сферу образования, подготовку. Все эти факторы должны быть конкурентоспособными, а управление инновационным. Примером эффективности может быть реализуемая программа импортозамещения в Курской области. Благодаря развитию агропромышленного комплекса здесь полностью удовлетворяются потребности в муке, гречке, пшене, хлебе из ржаной и ржано-пшеничной муки, сахаре. Достигнут высокий уровень самообеспечения мясом, в том числе, за счет развития свинокомплексов, запуска в эксплуатацию птицекомбинатов, предприятий по переработке скота и других видов животных. Импорт мяса в области составляет всего 1,2 – 1,3% от общего потребления, это в основном деликатесы и другие эксклюзивные продукты. Существенно снижен импорт молочной продукции (около 3,5%), в том числе за счет строительства комплексов. Однако это не значит, что проблемы импортозамещения в региональном АПК решены полностью: здесь дефицит отечественных сыров, яблок, рыбы, овощей, особенно тепличного производства. И все же эффективность импортозамещения в областном АПК очевидна: рынок насыщен необходимыми товарами, доля

импортных продуктов в их потреблении не превышает 3%, созданы условия для формирования цен на приемлемом уровне, выделена группа социально значимых товаров, цены на которые находятся под контролем антимонопольных органов. Программы формирования продовольственной безопасности, повышается занятость населения и доходы, регион выступает крупным поставщиком продовольствия и в другие регионы страны, особенно зерна, сахара, свинины и курятины. Региональная программа импортозамещения, в том числе и продукции АПК, продолжает успешно реализовываться, намечено восстановить курское садоводство, расширить производство овощей, в том числе за счет строительства тепличных комплексов, развивать рыбное хозяйство. Как показывают исследования в каждой отрасли, этапы импортозамещения, должны разрабатываться индивидуально. Прежде всего, важно наладить постоянный мониторинг за импортируемыми товарами и услугами, их качества, условий производства.

В особом внимании нуждается изучение зарубежных технологий производства, путей повышения квалификации работников, улучшения межотраслевых связей. Эти факторы затем можно использовать при организации отечественного производства. На втором этапе реализации стратегии импортозамещения важно наладить импорт оборудования, запасных частей, сырья, материалов, а затем и их воспроизводство. Например, в российском сельском хозяйстве стало тенденцией импортировать большое количество голов племенных животных, семян высокоурожайных сортов сельскохозяйственных культур, покупать сельскохозяйственную технику. Это хорошо, но импортозамещение предполагает, что через определенное время они воспроизводятся уже на собственной территории. В открытой экономике нужно не только использовать передовые технологии, но и налаживать их собственное расширенное воспроизводство, иначе у международных конкурентов всегда будет возможность сохранять свой рынок закрытым.

Четвертым этапом реализации концепции формирования экономической политики импортозамещения является доведение продукции до состояния международной конкурентоспособности по качеству и ценам реализации. Эту продукцию важно проверить на внутреннем рынке, а также на предмет обеспеченности ее сырьем. После этого можно рассчитывать на то, что произведенная новая продукция соответствует мировым стандартам и может быть экспортирована в любые страны и на любые рынки, и, прежде всего на внутренний. Значительные возможности государство имеет в части стабилизации макроэкономики, снижения инфляции, регулирования внешнеэконо-

мических связей. Так, например, государство могло бы провести мониторинг импортируемой продукции и установить повышенные пошлины на ввоз тех товаров и услуг, которым отечественные производители в силах предоставить альтернативу. Опыт развитых стран ЕС свидетельствует о масштабной поддержке аграрного сектора государством, путем выделения значительных субсидий, дотаций и компенсаций, широко распространенной является и практика, строительства за счет государства дорог, возмещение более 50 % стоимости купленной техники. Российский аграрный сектор, получая такие субсидии тоже мог бы успешно развиваться, в том числе и по пути импортозамещения. Параллельно могли бы создаваться структуры, обеспечивающие производство оборудованием, материалами, энергоносителями, рабочей силой, научными разработками.

В принципиальных изменениях нуждается и общая стратегия бизнеса. Если последние 20 лет российский бизнес предпочитал наращивать силы в торгово-финансовой сфере, то в условиях нового этапа, он должен все больше внимание уделять материальному производству, созданию и расширению новых материальных отраслей и производств, расширению экспорта, часто очень выгодному, переходу от преимущественно торгово-банковского капитализма к индустриальному

#### **Список использованных источников:**

Эксперт Online <http://expert.ru/>

Буглай В.Б., Ливенцев Н.Н. Международные экономические отношения/ Учебное пособие. М.: Финансы и статистика, 2012г.

Официальный интернет-портал Федеральной службы государственной статистики (Росстат)

## **АНАЛИЗ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО ПОВЕДЕНИЯ КАРДИНАЛИСТСКИЙ И ОРДИНАЛИСТСКИЙ ПОДХОД**

Потребительское поведение - процесс формирования спроса потребителей на товары и услуги с учетом его дохода и личного предпочтения. На рынке потребитель может встретиться с большим числом товара, из которого он должен образовать свой личный набор товаров, который имеет определённую полезность.

Полезность – необходимое условие, при которой экономический субъект согласился его приобрести. В рамках маржиналистской теории имеются два основных подхода к измерению полезности: количественный и ординалистский.

Количественный подход к анализу потребительского поведения называют кардиналистский. Представителями этой теории являются У. Дживанс, К. Менгер и Л. Вальрас. Они допустили, что полезность благ может быть измерена количественно в неких абсолютных единицах, именуемых ютилями (или утилями). Она выражается формулой:

$$U = f(x_1, x_2, \dots, x_n).$$

С одной стороны, данный метод позволяет довольно легко и быстро установить полезность каждого товара или его единицы. Ведь крайне удобно выразить полезность через конкретные величины – посредством этого можно легко соотнести полезности по всем наборам благ и выделить наилучшую уровень потребления.

Однако количественный подход обладает значительными изъянами, которые не позволяют применять его в качестве стандартного и экономически верного. Дело в том, что невозможно распределить все вещи, товары и услуги по величине полезности. Ютиль – не обычная единица измерения, поэтому нельзя абсолютно точно сказать, чему он равен и как определяется, то есть, нет механизма сравнения. В соответствии с этим получается, что любому благу может быть назна-

чена практически неопределенная величина. В мире отсутствует такой прибор, который мог бы измерить полезность.

Кроме того общую полезность благ нельзя рассчитать на весь мир в целом. То, что удобно одному человеку, что полностью удовлетворит его нужду, может не подходить другим. Дело в том, что потребности носят разнообразный характер, дифференцированную структуру и удовлетворяют каждое экономическое лицо по-разному.

В настоящее время кардиналистский подход к рассмотрению полезности, спроса и потребительского поведения начал заменяться ординалистским подходом, который считается более современным. Он создан на комбинации благ по их предпочтениям. Ординалистская (порядковая) полезность – индивидуальная полезность, или удовлетворение, которую потребитель приобретает из получаемого им блага, измеренная по порядковой шкале.

Ординалистская (порядковая) теория полезности выражает альтернативную сторону кардиналистской (количественной) теории полезности.

Ординалистскую (порядковую) теорию полезности предлагали английский экономист и статистик Ф. Эджуорт (1845–1926), италийско-швейцарский социолог и экономист В. Парето (1848–1923), американский экономист и статистик И. Фишер (1867–1947). В 30-х гг. XX в. после трудов Р. Аллена и Дж. Хикса эта теория приобрела окончательную форму и по сегодняшнее время остается наиболее распространенной.

В соответствии с этой теорией, предельную полезность измерять неосуществимо; потребитель измеряет не полезность некоторых благ, а полезность наборов благ. Мерило ординалистской (порядковой) теории полезности предполагает упорядочение потребителем своих выборов сравнительно благ. Потребитель классифицирует предпочтение набора благ по уровню удовлетворения. В частности, 1-й набор ему нравится, 2-й набор – меньше, 3-й набор – совсем минимально т. д. Справедливо, что потребитель сможет сказать, какой комплект он выбирает второму, но не может обусловить, насколько один набор лучше противоположного.

Ординалистская (порядковая) теория полезности основана на нескольких аксиомах.

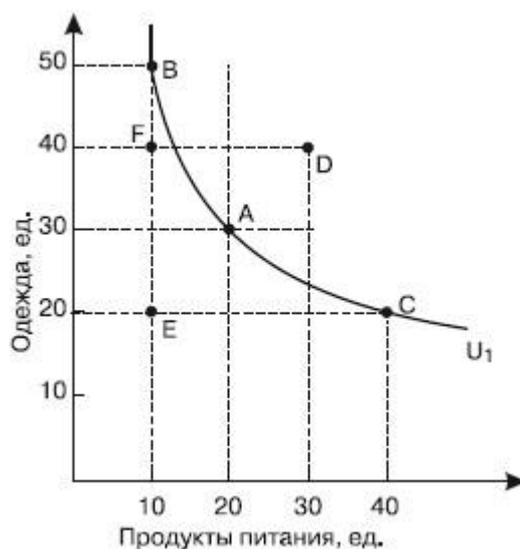
1. Аксиома полной (совершенной) упорядоченности выборов потребителя. Потребитель, совершающий приобретение, всегда может или назвать, какой из двух наборов благ лучше противоположного, или признать их равнозначными.

2. Аксиома транзитивности предпочтений потребителя обозначает, что потребитель один из комплектов.

3. Аксиома о ненасыщаемости потребностей гласит, что потребители всегда отдадут предпочтение большему числу любого блага наименьшему. Под эту аксиому не подходят «антиблага», обладающие негативной полезностью, поскольку понижают уровень благосостояния предоставленного потребителя. Так, загрязнение атмосферы, шум снижают уровень полезности потребителей.

В ординалистской теории полезности употребляются кривые и карта безразличия. Графически система выборов потребителя иллюстрируется посредством кривых безразличия, впервые употребленных Ф. Эджуортом в 1881 г.

Кривая безразличия описывает совокупность комплектов, между которыми потребитель не делает отличий. Любой набор на кривой обеспечит один и тот же уровень ублаговторения. Другими словами, кривая безразличия показывает альтернативные комплекты благ, которые приносят равный уровень полезности (рис. 1).



**Рисунок 1** - Кривая безразличия

На рис. 1 на одной оси отложено число единиц одежды, на другой – количество единиц продуктов питания. Объединив точки А, В, С, приобретем кривую  $U_1$ ; любая точка которой изображает допустимые комбинации единиц одежды и продуктов питания, приносящие одинаковое ублаговторение. Кривая  $U_1$  называется кривой безразличия, которая доказывает, что потребитель равнодушен к этим трем комплектам продуктов, т. е. потребитель не чувствует себя ни лучше, ни хуже, отказавшись от 10 единиц продуктов питания и получив 20 единиц одежды при переводе от набора А к набору В. Точно так же потребитель одинаково ранжирует А и С, т. е. может отказаться от 10 единиц одежды, чтобы получить 20 единиц продуктов питания.

Кривые безразличия имеют подобающие свойства.

1. Кривая безразличия, размещенная справа и выше другой кривой, показывает более предпочтительной для потребителя.

2. Кривые безразличия всегда имеют отрицательный наклон, ибо рационально влияющие потребители будут предпочитать большее количество каждого набора минимальному.

3. Кривые безразличия имеют вогнутую форму, обусловленную убавляющимися предельными нормами замещения.

4. Кривые безразличия никогда не скрещиваются и обычно изображают сбалансированные предельные нормы замещения одного блага на противоположное.

5. Наборы благ на кривых, более удаленных от начала координат, предпочтительнее комплектам благ, размещенным на более удаленных от координат кривых.

Главным рабочим суждением ординалистской (порядковой) теории полезности является предельная норма замещения  $MRS$ .

Предельная норма замещения ( $MRS$ ) представляет, от какого числа единиц одного блага экономический субъект должен отступить, для того чтобы купить добавочную единицу другого блага. Другими словами, это соотношение предельной полезности двух благ.

Предельная норма замещения измеряет желание поменять одно благо на каждую единицу противоположного, при этом, не покупая и не лишаясь полезности. Предельная норма замещения выступает норму, в соответствии с которой одно благо сможет быть заменено противоположным без потери или выигрыша для удовлетворения потребителя.

Смысл предельной нормы замещения постоянно отрицательны, так как повышение числа завоеванных единиц одного блага предполагает понижение потребления противоположного, т. е. встречаются разные знаки. Потому что кривая безразличия выпукла вниз, к началу координат, то предельная норма замещения чаще всего уменьшается по мере увеличения потребления одного блага вместо противоположного. Это явление именуют уменьшающейся предельной нормой замещения.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Камаев, В.Д. Экономическая теория: краткий курс / В.Д. Камаев, М.З. Ильчиков, Т.А. Борисовская : краткий курс – М. : КНО-РУС, 2011. – 384 с.
2. Курс экономической теории: учебник / Под ред. М.Н. Чапурина, Е.А. Киселевой. – 6 изд. - Киров: АСА, 2009. - С. 88—90.
3. Нуреев, Р.М. Курс микроэкономики: Учеб. 2-е изд. М.: Норма, 2009. - С. 120—157.
4. Тарасович, А.С. Микроэкономика: учебник / А.С. Тарасович, П.И. Гребенников, А.И. Леусский. - 4-е изд. - М.: Высшее образование, 2009. – 376 с. С. 71—120.

*Финансовый университет  
(Краснодарский филиал)  
Научный руководитель:  
Мамонова И.В.,  
канд. экон. наук, доцент*

## ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ПОВЫШЕНИЯ КАЧЕСТВЕННОГО УРОВНЯ НАЛОГОВОГО КОНТРОЛЯ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

В настоящее время одной из главных задач перед государством является совершенствование налогового контроля. Так как Россия взяла курс на инновационный путь развития, стабилизацию экономики, следует признать, что налоговое администрирование должно стать основой фундамента для повышения эффективности налоговой системы.

Налоговый контроль является составной частью налогового администрирования, от результативности действий которого во многом зависит результат проводимых экономических преобразований в нашей стране. Слабое регулирование налогообложения приводит к росту налоговых преступлений, снижению зачислений налогов и сборов в государственный бюджет и ухудшению работы уполномоченных государственных органов [1]. А успешный налоговый контроль, наоборот, приводит к повышению поступлений налогов и сборов в бюджет, уменьшению налоговых правонарушений и обеспечению прав физических и юридических лиц.

Главным направлением совершенствования налогового контроля должна стать ликвидация административных преград, которые препятствуют осуществлению налоговых обязанностей, а также повышение эффективности налоговых проверок в целях пресечения противоправного поведения налогоплательщиков.

Невозможно переоценить важность налогового контроля, так как только за первое полугодие 2013 года налоговыми органами в бюджет Российской Федерации в результате осуществления проверок было начислено более 164 353,9 млн. рублей. По состоянию на 1 июля 2013 года органами налогового контроля Российской Федерации было проведено 18 000 000 камеральных налоговых проверок, вследствие которых налоговые органы обнаружили более 767 077

налоговых правонарушений. По состоянию на 1 июля 2013 года было проведено более 21 340 выездных налоговых проверок, в результате которых было выявлено 21 209 нарушений налогового законодательства РФ [3].

В качественном выполнении контрольных и надзорных функций участвуют работники отделов по досудебному урегулированию налоговых споров, юридических отделов и отделов по урегулированию задолженности и обеспечению процедур банкротства, штатная численность которых составляет 24 324 единицы. Общая численность работников налоговых органов, осуществляющих функции контроля и надзора, составляет 78 098 единиц.

Привлечение экспертов и экспертных организаций в ходе проведения выездных налоговых проверок позволяют сформировать качественную доказательственную базу выявляемых налоговыми органами нарушений налогового законодательства. В этой связи в 2014 году эксперты и экспертные организации стали чаще привлекаться налоговыми органами в ходе проведения налоговых проверок. Так, если в 2013 году эксперты привлекались в каждой 11 комплексной выездной налоговой проверке, то в 2014 году – в каждой 9 [3].

В последние годы в налоговых органах Российской Федерации были разработаны новые методы контроля за налогоплательщиками. Введены изменения в Налоговый кодекс, которые позволили налоговым органам более эффективно проводить камеральные и выездные налоговые проверки. По нашему мнению, именно с помощью камеральных проверок можно выявить нарушения налогоплательщиком налогового законодательства в максимальном объеме, так как именно камеральная проверка является менее трудоемкой, и она охватывает всех налогоплательщиков, которые предоставили налоговую отчетность в налоговые органы.

В целях повышения качества обслуживания налогоплательщиков Федеральной налоговой службой на сайте ФНС России создан интернет-сервис «Узнать о жалобе», позволяющий оперативно в режиме онлайн получить информацию о ходе и результатах рассмотрения жалоб (заявлений, обращений), поступивших в управления ФНС России по субъектам Российской Федерации и ФНС России [3].

Так, за 2014 год на интернет-сервисе «Узнать о жалобе» зарегистрировано более 2 миллионов обращений, что говорит о его востребованности со стороны налогоплательщиков.

В последнее время чаще всего проводятся углубленные камеральные налоговые проверки, которые предусматривают получение дополнительных сведений о налогоплательщике. Затраты на их осу-

ществление намного ниже, чем при проведении выездных проверок, когда непосредственно налоговый инспектор выезжает на предприятие.

Практически все налоговые инспекции в России перешли на электронную систему обработки документов. Это позволило сократить количество выездных проверок, так как на основе результатов камерального анализа осуществляется выбор налогоплательщиков, которые включаются в план выездных проверок.

Расширение сферы электронного документооборота во взаимодействии налогоплательщиков и налоговых органов является на сегодняшний день наиболее перспективным направлением налогового администрирования. На основе его введения и активного использования налоговые органы достигают следующих результатов:

- возрастает скорость прохождения документов в системе налоговых органов;
- реализуется функция автоматизированного сохранения (передачи на хранение) документов;
- увеличивается скорость поиска документов;
- более оперативным становится учет и контроль исполнения документов.

Обобщая вышесказанное, можно сделать вывод, что в современных условиях государству необходимо сконцентрировать усилия на совершенствовании электронного документооборота, так как он может решить многие задачи, стоящие перед государством в сфере налогообложения.

Следует отметить, что с 01.01.2015 года вступили в силу поправки в первую часть НК РФ, которые ввели в систему налоговых правоотношений новый инструмент налогового контроля. Это налоговый мониторинг, который проводится по решению налогового органа на основании заявления налогоплательщика. Он заменяет камеральные и выездные проверки в течение года на постоянный доступ (в том числе и в режиме «он-лайн») налогового органа ко всем информационным системам и документам налогоплательщика. Налоговый мониторинг может применяться к налогоплательщикам, которые подходят под ряд признаков:

- сумма, подлежащая к уплате налога на прибыль, НДС и НДС И должна быть не менее 300 млн. рублей в год;
- сумма дохода за предыдущий год должна быть не менее 3 млрд. рублей;
- не менее этой же величины должна быть и стоимость активов;

- налогоплательщик должен обратиться с просьбой о налоговом мониторинге в налоговые органы.

При осуществлении пилотного проекта эти критерии были значительно выше (500 млн. руб., 5 млрд. руб. и 10 млрд. руб. соответственно), но затем они были уменьшены. По оценке ФНС России, количество возможных участников налогового мониторинга может составить около 2000 организаций. Существует два основных преимущества в налоговом мониторинге для организаций. Первый и главный состоит в том, что при его осуществлении допустимо избежать выездной налоговой проверки, которая всегда является дестабилизирующим фактором в деятельности налогоплательщика. Еще одним преимуществом является возможность для менеджмента организации превентивно учитывать мнение налоговых органов в отношении тех или иных конкретных ситуаций и планировать налоговый учет с учетом их мнения, что существенно снижает риск возможных доначислений.

Итак, налоговый мониторинг может существенно облегчить жизнь крупным налогоплательщикам и одновременно повысить эффективность налогового контроля в отношении крупнейших налогоплательщиков.

Усиление и расширение электронного документооборота должно быть реализовано в отношении, прежде всего, крупных бюджетобразующих налогов, к которым относятся НДС, налог на прибыль. Введение новой электронной декларации по НДС с 01 января 2015 года уже показало, что его поступления в бюджет РФ в январе-феврале 2015 года выросли на 11% и составили более 350 млрд. рублей, о чем свидетельствуют предварительные данные Федеральной налоговой службы России [3].

Новая декларация по НДС, применяемая с 1 квартала 2015 года, имеет несколько важных и существенных особенностей. В первую очередь отметим, что общие сроки уплаты НДС, включая предоставление декларации, продлены на 5 дней. Таким образом, новый срок подачи декларации по НДС 2015 года — 25-е число месяца, который следует за отчетным кварталом. Новая декларация НДС 2015 года предоставляется налогоплательщиками через спецоператора в электронной форме. На бумажном носителе декларацию по НДС могут предоставить только налоговые агенты, которые не являются налогоплательщиками данного налога. Основным новшеством нового электронного формата данной декларации является то, что в нее выгружаются все операции налогоплательщиков и хозяйствующих субъектов, осуществляющих посредническую деятельность, которые отра-

жены в книгах покупок и продаж, а также журналах выставленных и полученных счетов-фактур. Для осуществления налогового контроля такого громадного массива информации было создано новое программное обеспечение АСК НДС-2, аналогов которому не имеется в мировой практике. В целях организационного руководства и эффективной реализации вертикально-ориентированной системы камерального контроля, в структуру ФНС России интегрирована Межрегиональная инспекция по камеральному контролю, основной задачей которой является выявление противоречий в данных налогоплательщиков путем перекрестного анализа предоставленных сведений, свидетельствующих о занижении суммы НДС, подлежащей уплате в бюджет или о завышении суммы НДС, заявленной к возмещению.

Гораздо менее оптимистичными выглядят данные поступлений по налогу на прибыль. Например, в Краснодарском крае за 3 месяца 2015 года в бюджет края было мобилизовано 42,2 млрд. рублей, что на 2,4% больше, чем за аналогичный период 2014 года. Однако этот прирост меньше на 3,7% запланированного, в основном за счет снижения по налогу на прибыль и НДФЛ. В период первого квартала 2015 года в бюджет Краснодарского края по налогу на прибыль поступило 10,2 млрд. рублей, что на 0,5% меньше, чем в прошлом. При этом по стране в январе-феврале наблюдалось снижение поступлений по этому налогу на 51,3% [4]. Администрация края крайне недовольна таким исходом событий и вице-губернатор заявил, что налоговые и правоохранительные органы объединят усилия с краевыми и муниципальными властями, чтобы по итогам года рост доходов бюджета края увеличился не менее, чем на 5%.

Налогоплательщикам уже сейчас следует подготовиться к возможному повышению налоговой нагрузки: российский союз промышленников и предпринимателей предлагает вернуться к обсуждению вопроса об отчислении 1-2% от зарплат граждан в ПФР. Таким образом, фактически налоговая нагрузка на россиян может увеличиться с текущих 13% до 14-15%. Депутаты «Справедливой России» Сергей Миронов и Олег Нилов разработали и внесли в Госдуму проект закона об отмене транспортного налога со следующего года и включения его в акциз на топливо, что даст возможность сделать его более справедливым и повысит налоговую нагрузку на тех владельцев машин, которые их используют наиболее интенсивно, одновременно увеличив уровень собираемости данного налога даже без использования традиционных инструментов налогового контроля. В качестве контраргумента следует указать, что повышение акцизов на бензин и

дизтопливо, как правило, влечет за собой общее повышение цен на товары и увеличение уровня инфляции.

Частым правонарушением среди налогоплательщиков является осуществление деятельности без постановки на учет в налоговых органах. Для того чтобы избежать таких фактов, нужно повысить уровень количественного и качественного рассмотрения сведений, которые включены в информационные ресурсы налоговых органов [2]. Необходимо, в первую очередь, совершенствовать законодательную базу, которая, в свою очередь регулирует исполнение налогового контроля. В системе налогового контроля важным является перечень налоговых правонарушений, четкость формулировок, соответствие размера налоговых санкций тяжести противоправных действий хозяйствующих субъектов [3].

Подводя итог вышесказанному, можно сделать вывод, что для совершенствования налогового контроля в Российской Федерации необходимо повышать налоговую культуру в стране. Это можно сделать в рамках начального и среднего образования, проводя информационную работу со школьной скамьи. Например, ввести в учебную программу школьников курс лекций о налогах и налоговой системе, о высокой значимости налогообложения в жизни общества и государства.

Реализация таких действий позволит повысить уровень результативности контрольных мероприятий налоговых органов, обеспечит выполнение бюджетных назначений и, соответственно, увеличит уровень собираемости налогов в целом по стране.

#### Список использованных источников:

1. Маршавина Л.Я. Чайковская Л.А.. Налоги и налогообложение: Учебник. - М.: Юрайт, 2014.
2. Мамонова И.В. Прикладные аспекты налогового администрирования – грубое нарушение правил учета доходов, расходов и объектов налогообложения //Налоги и финансы. 2014.№1.С.13-19.
3. Берлин С.И., Мамонова И.В. Налоговые преференции как инструмент фискального регулирования в условиях нестабильности экономики // Современная научная мысль. 2016. №2. С. 111-118.

*Можегова В.Д.*

*Кубанский государственный  
аграрный университет  
Научный руководитель:  
Климова Н.В.,  
д-р экон. наук, профессор*

## ПРОДОВОЛЬСТВЕННАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ УГРОЗЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ ЕЕ ОБЕСПЕЧЕНИЯ

Продовольственная безопасность РФ – это одно из главных направлений обеспечения национальной безопасности страны в среднесрочной перспективе, необходимое условие реализации стратегического национального приоритета, а именно повышение качества жизни российских граждан путем гарантирования высоких стандартов жизнеобеспечения [1]. В условиях введенных против России санкций данная проблема является наиболее актуальной и значимой, поскольку требуется реализация политики импортозамещения, включая и продовольственные товары.

По мнению экспертов Центра агропромышленной политики РАН-ХиГС и Росстата, в настоящее время уровень продовольственной безопасности в России составляет около 89 %. Данный показатель за последние 15 лет вырос на 9 %, что свидетельствует о положительной динамике в обеспечении продовольственной безопасности России (в 1999 году показатель был менее 80 %). Данный уровень достигается лишь за счет превышения пороговых значений по зерну, растительному маслу, а не за счет достижения пороговых значений по всем показателям.

По данным Росстата, в РФ пороговые значения продовольственной независимости по ряду показателей были превышены ещё в 2012 году. По зерну фактическое значение составляло 134,8 %, что превышает пороговое значение на 39,8 %, по растительному маслу — 132,4 % (против 80 %), по сахару (87,8 % против 80 %)[2]. Следует отметить, что по зерну и растительному маслу РФ обеспечивает не только собственное население, но и около 50 млн. человек из других стран.

Уровень продовольственной независимости России не достигает необходимого значения по многим видам продукции. Так, по мясу

уровень продовольственной независимости составляет 79 %, который обеспечивается только лишь за счет производства мяса птицы [2]. По молоку уровень продовольственной независимости составляет около 76,8 %. А по отдельным видам молочной продукции (сыру, маслу, сухому молоку) самообеспеченность значительно ниже порогового значения [2]. Рынок продовольствия России по отдельным видам продукции находится в прямой зависимости от импортных поставок. Доля импорта ежегодно возрастает. Так, в 2014 году доля импорта в общем объеме потребления говядины составила 59 %, свинины – 31 %, мяса птицы – 13 %, молока – 60 %, сыра – 48 %. Необходимо отметить, что в России уровень свободных производственных мощностей при этом в мясоперерабатывающей отрасли составил около 34 %, в производстве сыра – 41 %, как и по выпуску цельномолочной продукции.

Официально в России доля импорта в целом составляет около 50 %, а в крупных городах – более 70 %. По данным Росстата, в 2014 году данные объемы импорта увеличились на 4 %, и теперь их сумма составляет примерно 42 млрд. долларов.

Проанализировать импортозависимость РФ можно с помощью рисунка 1.

#### Рисунок 1 – Импортозависимость РФ (Источник: Росстат)

Ограниченные возможности российских агропроизводителей, в ближайшее время не позволят заменить продукцию из США, Евросоюза, Канады, Норвегии и Австралии, в отношении которых правительство РФ ввело санкции.

Данная политика государства приводит лишь к повышению цен на продукты из-за ограниченного предложения, в связи, с чем активизировала свою работу Федеральная антимонопольная служба, поскольку недобросовестные продавцы стали искать выгоду в сложившихся условиях и стремились к быстрому обогащению, а также к ухудшению питания населения. Многие стали отказываться от привычных продуктов питания и экономят практически на всем. Стоит отметить, что в настоящее время после вступления России в ВТО для адаптации к ее условиям отечественных товаропроизводителей действуют тарифные квоты, которые в скором времени утратят свою силу. Так, например, срок окончания действия режима тарифных квот на свинину определен 31 декабря 2019 г., а по импорту крупного рогатого скота и птицы срок еще не определен. При наступлении отмены квот Россия должна будет установить обычную ввозную пошлину на мясо птицы на уровне не выше 37,5 %, на мясо КРС на уровне не выше

27,5 %, на свинину на уровне не выше 25 %, что является угрозой для развития отечественного животноводства. В связи с этим российским товаропроизводителям необходимо не только наращивать производство, но и первоначально уделить внимание снижению себестоимости продукции. В настоящее время существует целый ряд угроз обеспечения продовольственной безопасности России. Среди них можно выделить невысокий уровень платежеспособного населения, превышение порогового значения импорта, дефицит высококвалифицированных кадров, ценовые диспропорции в отношении продовольственных товаров, недостаточное развитие системы мониторинга и прогнозирования агропродовольственного рынка[3].

Также угроза продовольственной безопасности, по мнению экспертов, заключается в вытеснении малых форм хозяйствования и чрезмерной концентрации сельскохозяйственного производства, поскольку крупным предприятиям сложнее быстро адаптироваться к постоянно изменяющимся рыночным условиям и изменениям потребительского спроса, что может привести к его смещению с отечественной на доступную импортную продукцию.

К угрозе стоит отнести и подконтрольность значительной части крупнейших товаропроизводителей иностранцам. Так, например, контрольными пакетами акций пяти самых крупных производителей сахара в РФ, в совокупности производящих более 60 % данной продукции, владеют иностранные компании. Данная проблема касается и остальных отраслей сельскохозяйственного производства, что не позволяет однозначно положительно оценить продовольственную независимость РФ [1].

В рамках обеспечения продовольственной безопасности приоритетными направлениями государственной политики должны стать: поддержка и защита отечественных товаропроизводителей, рациональное развитие внутреннего рынка продовольствия, оптимальное использование собственных резервов и ресурсов сельского хозяйства, а также полная загрузка собственных свободных производственных мощностей для производства продовольственных товаров [2].

К основным мерам обеспечения продовольственной безопасности в РФ можно отнести:

— осуществление поддержки отечественного производителя сельскохозяйственной продукции на всех этапах и уровнях: законодательном, научно-технологическом, налогово-финансовом, информационном и др.;

— активное внедрение передовых и эффективных технологий сельскохозяйственного производства во всех отраслях;

- создание необходимых производственных мощностей и технологических парков для производства достаточных физических объёмов продовольствия с поддержанием его высокого качества;
- создание логистической инфраструктуры для хранения и транспортировки производимого продовольствия;
- реализация универсальных, производящих большинство продовольственного спектра агропромышленных моделей;
- создание условий для перехода к инновационной модели обеспечения продовольственной безопасности;
- обеспечение уровня доходов населения, не препятствующего экономической доступности продовольствия в должном объёме для подавляющей части населения.

Безусловно, для наращивания собственного производства необходима постоянная последовательная комплексная и планомерная поддержка государства. Так, по мнению Счетной палаты, необходимо обеспечить агропроизводителям за счет субсидий процентные ставки по кредитам, за счет которых организуется создание новых производственных мощностей, центров хранения и переработки, а также доставки продовольствия. Для этого Министерство сельского хозяйства предлагало дополнительно в ближайшие 6 лет выделять на развитие сельскохозяйственного производства 106 млрд. руб. в год. Но бюджетом предусмотрены лишь такие дополнительные суммы: в 2015 г. – 4,4 млрд. руб. и в 2016 г. – 1,8 млрд. руб., что не составляет и десятой части от предложенной суммы [3]. Тем не менее, Минсельхоз делал положительные прогнозы по импортозамещению продовольствия. Так, например, по их прогнозу замещение импорта мяса и мясопродуктов при сохранении действующей государственной программы и реализации, принятых к субсидированию инвестиционных проектов могло быть обеспечено отечественными производителями в течение 2-3 лет. Для реализации данного прогноза ведомство в регионы дополнительно направило 20 млрд. руб. на субсидирование процентной ставки по кредитам более 8,5 тыс. инвестиционных проектов, однако повышение Центробанком ставки рефинансирования на 6,5 % (с 10,5 % до 17 %) не предусматривалось. В связи с этим данный прогноз не будет полностью исполнен. Как пояснил глава Минсельхоза, столь резкого повышения процентных ставок по кредитам никто не предусматривал, в связи с этим средства на их погашение не предусмотрены государственной программой [3].

Для принятия дальнейших решений необходимо добиться изменения государственного бюджета, поскольку без этого в условиях кризиса выполнение государственных программ и импортозамещение

в течение 2-3 лет осуществить невозможно. Политика государства на данный момент носит скорее точечный и антикризисный характер, а не комплексный и стимулирующий. Безусловно, следует ее пересмотреть, поскольку мораторий на импорт продовольствия мог стать шансом для развития отечественного сельского хозяйства при умелой агрополитике государства.

Обеспечение продовольственной безопасности имеет, безусловно, важный стратегический аспект для оптимального функционирования и развития экономики России. Для реализации данной задачи необходимо рационально использовать необходимые ресурсы; выработать политику последовательного развития АПК с прямым участием государства и государственных финансовых институтов; ужесточить требования к импортируемому продовольствию. А именно, к содержанию вредных и опасных для жизнедеятельности человека веществ; качественно развивать аграрную инфраструктуру; особое внимание уделить развитию производства импортозависимых продуктов питания.

#### **Список использованных источников:**

1. Климова Н.В., Кочиева Ю.С. Продовольственная безопасность России: глобальный и национальный аспект // Аудит и финансовый анализ – Москва: - 2014. - № 3. С.352-356

2. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [www.gks.ru](http://www.gks.ru)

3. Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [www.ranepa.ru](http://www.ranepa.ru)

## **СОЗДАНИЕ УСЛОВИЙ ДЛЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОГО РАЗВИТИЯ МАЛОГО БИЗНЕСА В РОССИИ**

Малое предпринимательство (малый бизнес) – это совокупность микро и малых предприятий, которые занимаются предпринимательской деятельностью. Малый бизнес – это очень значимая часть экономики. Он определяет темпы экономического роста, структуру и качество ВВП (валового национального продукта). В развитых странах на малый бизнес приходится 60-70% ВВП (Канада, Великобритания, Германия), в США – 40%. Малый бизнес США содержит вдвое больше рабочих мест, чем средний и крупный вместе взятые. На территории СНГ малый бизнес еще очень молод (около 20% ВВП).

В России 2 885 736 микро-предприятий (до 15 работников), 41 076 малых предприятий (до 100 работников включительно) и 676 средних предприятий (от 101 до 250 работников). Всего 2 927 488 предприятий, 5 350 200 рабочих мест. Это означает, что на 1000 человек в России приходится 12 малых и средних предприятий и 20 индивидуальных предпринимателей. 30% выручки от реализации товаров и услуг в России приходится на субъекты малого и среднего предпринимательства (данные на 2010 год)

Малый бизнес в России развивается медленно относительно большинства стран в мире. По нашему мнению, причинами этого могут являться:

1. Россия пришла на мировой капиталистический рынок, когда он уже давно был сформирован
2. В России государство пытается владеть большинством процентов предприятий и собственности, поддерживая законодательством большие социальные программы
3. Большой процент коррупции на всех стадиях формирования малого бизнеса, начиная от его регистрации и функционирования и заканчивая его возможным закрытием

4. Малый бизнес уступает в конкуренции теневому и черному бизнесу.
5. Низкая покупательная способность населения
6. Бизнес, в большинстве своем, вынужден рассчитывать на свои силы, т. к. лишь малая часть бизнеса связана с кредитованием.

Банки не всегда кредитуют малый бизнес. Во-первых, главная причина этому – высокие процентные ставки. Для малых предприятий банки запрашивают высокий процент, т. к. малый бизнес считается зоной повышенного риска. Т.е. высок риск невозврата кредита из-за высокого процента банкротств малых предприятий. Во-вторых, бизнесмены не могут удовлетворить условия залога, выдвигаемые банком. В-третьих, сложность в предоставлении всех финансовых документов, запрашиваемых банком. Далее, причиной этому могут быть слишком короткие сроки кредитования.

За рубежом государство активно оказывает поддержку малому бизнесу. Например, в США существует действующее государственное агентство, которое занимается этим вопросом – Администрация по делам малого бизнеса при Президенте США. Это агентство создано в 1953 году с целью оказания помощи, поддержки и защиты интересов малого бизнеса, обеспечения свободной конкуренции. Также в США работает программа льготных займов. Одним из видов этой программы являются прямые займы: их размер не превышает 150 тыс. долларов, максимальная ставка – 7%. Займы предоставляются на различные сроки: до 6 лет – на текущие нужды; до 20 лет – на строительство, покупку оборудования и земли; до 30 лет – на восстановление предприятий, пострадавших от стихийных бедствий.

В Великобритании существует Министерство по делам бизнеса, инноваций и профессионального образования. Этот орган помогает стартующим предприятиям, облегчает доступ к финансовым ресурсам, развивает экспорт сектора малого и среднего предпринимательства. Он осуществляет помощь в развитии бизнес идей, найме работников, получении квалификационных бизнес услуг. Также предоставляет займы, поддерживает инвестиционные проекты, финансово поддерживает. В целом британские предприниматели могут получить помощь по 29 различным направлениям. Вместе с этим был создан специальный веб-сайт ([www.mentorsme.co.uk](http://www.mentorsme.co.uk)), где более крупные компании делятся опытом и информацией с начинающими предпринимателями. Данный сайт предоставляет доступ к базе данных, где в свою очередь содержится более 10 тыс. потенциальных «компаний-наставников».

Вся информация о ведении бизнеса в Германии предоставляется на сайте Министерства экономики и технологий. На портале министерства можно получить консультацию эксперта, задав интересующий вопрос. Для начинающих предпринимателей существует ряд различных программ финансирования: рисковое финансирование на ранней стадии проекта; корпоративное финансирование; финансирование инноваций; финансирование экологических и технологических инвестиций. Также имеет место программа «Бизнес-наследство». Проводятся образовательные программы в школах и колледжах для обеспечения предпринимательства.

В Италии создан Портал для молодых предпринимателей, где консультируют «новичков». По самым актуальным темам проводятся вебинары. Реализуется программа развития гарантийных фондов. Действует портал, ориентированный на молодежь и стимулирование открытия новых предприятий. На портале представлена вся информация о создании малого бизнеса и его развитии, выборе правовой формы и формы налогообложения, а также о государственной поддержке малого бизнеса.

В Швейцарии для поддержки предпринимательства создан Федеральный портал малого и среднего бизнеса, который поддерживается Государственным Секретариатом по экономическим вопросам Швейцарии. Посредством Портала предприниматель может отправлять любую информацию по любым законам и законопроектам со своим предложением их совершенствования. По результатам обработки запросов представители Портала связываются с заявителями и консультируют их по поднятым вопросам. Для финансовой поддержки малого и среднего бизнеса государство может выдать на сумму кредита до 500 тыс. франков. Начинающие предприниматели, которые осуществляют свою деятельность в секторе инновационных технологий, освобождаются от уплаты налогов на 2-3 года. Также предоставляются беспроцентные займы.

В России также существует поддержка малого и среднего предпринимательства. Например, 29 декабря 2014 года в России был подписан закон о «налоговых каникулах». Это означает, государство ставит 0% налоговую ставку для определенной категории начинающих предпринимателей (производство, научные разработки и социальная сфера) на 2 года. Право выбора отрасли производства остается за регионами. Также предоставляются субсидии на модернизацию производства. Максимальный размер субсидии составляет 5 млн рублей, но он не должен превышать 50% от затрат на приобретение оборудования, его установку и монтаж и не дол-

жен быть больше 10% стоимости самого оборудования. Существует конкурсный отбор молодежных предпринимательских проектов «Перспектива». Этот конкурс проводится среди предпринимателей не старше 30 лет, которые реализуют проекты. Победителям конкурса оказывается финансовая поддержка в размере 1 млн рублей. Вместе с этим Правительство Российской Федерации составило перечень плановых мер поддержки малого бизнеса на 2015-2016 гг (27 января 2015г):

1) В планах стоит увеличение количества малых и средних предприятий, т. к. выросли предельные значения выручки от реализации товаров, работ и услуг:

Микропредприятия – 120 млн рублей;

Малые предприятия – 800 млн рублей;

Средние предприятия – 2 млрд рублей.

У регионов появится право снижать налог на малый бизнес, который рассчитывается по упрощенной системе, с 6% до 1% с дохода.

2) Расширятся меры поддержки малых инновационных компаний: появятся гранты на финансовое обеспечение инновационных проектов, имеющих перспективу коммерциализации, расширятся масштабы реализации программ поддержки малых инновационных предприятий в научно-технической сфере.

3) Правительство намерено реализовать инициативу о введении патентов для самозанятых граждан. Попытки ее реализации не были успешны в Государственной думе в декабре прошлого года. С приобретением такого патента физическое лицо автоматически приобретает статус ИП, а по истечению срока действия патента теряет статус ИП.

4) Планируется сокращение оснований, по которым ФАС (Федеральная Антимонопольная Служба) России может осуществлять внеплановые проверки в отношении субъектов малого предпринимательства без согласования с прокуратурой. Также на них не будут распространяться некоторые запреты, предусмотренные антимонопольным законодательством (запрет на злоупотребление доминирующим положением, заключение несуществующих антиконкурентных соглашений)

В заключении хочется сказать, что за малым бизнесом стоит будущее нашей страны. Поэтому необходимо создать благоприятную среду для его развития и не допустить глобализации бизнеса. Тогда он поможет решить многие актуальные проблемы государства. Государство проводит активную политику по развитию малого предпринима-

тельства, что способствует количественному и качественному улучшению показателей развития малого бизнеса в нашей стране.

### **Использованные источники:**

1. <http://www.gks.ru>
2. <http://svoedelo.info>
3. поддержкабизнеса.рф
4. «Антикризисный План» - распоряжение Правительства РФ от 27 января 2015г №98-р
5. ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации»

*Институт экономики и управления  
в медицине и социальной сфере  
Научный руководитель:  
Ю.И. Климашова,  
канд. экон. наук*

## **ПРОГРАММА UNIT LINKED В ОТЕЧЕСТВЕННОЙ СИСТЕМЕ СТРАХОВАНИЯ**

Во многих странах очень популярен другой способ накопления денег — страхование жизни. Его преимущество состоит в том, что внося в течение определенного периода страховые взносы, Вы, в конце концов, станете обладателем большой суммы денег. Для этого оформляется смешанный страховой полис. Он гарантирует получение денежных средств наследниками в случае Вашей преждевременной смерти и Вами самими в случае дожития. Таким образом, помимо средства накопления и защиты от инфляции (выплачивается инвестиционный доход), тем самым получаем страховую защиту.

У любого человека, у которого доходы превышают расходы, имеются какие-то накопления. Некоторые их хранят самым банальным способом — под матрасом. Но в России постоянно растет инфляция и таким способом деньги не только не преумножаются, а теряют свою покупательную способность. Конечно, в каждом социально ориентированном государстве разработана пенсионная система, которая позволяет выплачивать престарелым гражданам пенсию по старости. Но размер этого социального пособия, как правило, не так уж велик и многим пенсии хватает лишь на то, чтобы сводить концы с концами. Поэтому о своих доходах в пожилом возрасте необходимо позаботиться заранее, еще, будучи молодым.

Договоры по смешанному страхованию жизни становятся все более популярными и в России. Они по праву считаются альтернативой и даже конкурируют с банковскими депозитными вкладами. В договор страхования жизни можно включить пункт, который защитит в случае потери трудоспособности. Это особенно актуально для тех семей, где один кормилец [1].

Получая дополнительные материальные средства, если из-за каких-нибудь обстоятельств не сможем работать. Инвестиционный до-

ход зафиксирован в договоре страхования жизни и обычно составляет 3-7% годовых.

Главным плюсом страховки в отличие от банковских депозитов является то, что выплаты по страховке не облагаются подоходным налогом. Доход же по банковским депозитам, превышающий ставку рефинансирования Центрального Банка, облагается налогом. К тому же еще одним преимуществом страховки является то, что в случае смерти застрахованного лица все средства по страховке наследники могут получить в минимальные сроки (не более одной-двух недель).

В случае же вложения средств в банковские депозиты для принятия наследства понадобится ждать полгода. К тому же накопления по страховке не подлежат конфискации и не делятся при разделе имущества. Этот вопрос особенно актуален в тех случаях, когда клиент уходит из жизни и оставляет за собой долги или же вопрос наследства очень запутан. Даже в этом случае, тот человек, который указан в полисе страхования как выгодоприобретатель, получает денежные суммы в полном объеме.

Конечно, лучше не думать о плохом, но, тем не менее, ежедневно многие люди умирают по самым различным причинам. Естественно предугадать свое будущее невозможно, но вот застраховать себя от неприятностей, которые могут случиться в жизни, вполне реально. Для этого можно оформить полис смешанного страхования жизни. И тогда, если мы будем заботиться о своем здоровье, мы обязательно сами получим те средства, которые нам предназначены по программе страхования жизни, со всеми компенсирующими выплатами.

Unit linked был разработан европейскими страховыми компаниями почти 50 лет назад. И сегодня он является одним из самых популярных продуктов на рынке страховых и инвестиционных услуг в развитых странах – на его долю приходится около половины рынков Европы и США [2].

Unit linked в России появился еще в начале 2000-х годов. Но, несмотря на это, на сегодняшний день в России, в отличие от развитых стран, основными классами продуктов страхования жизни до сих пор являются страхование заемщика и классическое страхование жизни.

А так как российское законодательство до сих пор не позволяет российским страховым компаниям создавать полноценные продукты в их классическом понимании, Unit linked в России представлен только зарубежными компаниями.

По своей сути Unit linked представляет собой симбиоз двух продуктов – страхования жизни и инвестирования.

Преимуществом подобного гибридного продукта является страховая защита, которая позволяет справиться с непредвиденными событиями, сохранить устойчивое финансовое положение и защитить свои средства от притязания третьих лиц (данный план страхования имеет четкую структуру наследования, которая прописывается в условиях договора).

Отличие Unit linked от классического страхования в России – это возможность получения обратно своих средств по окончании периода действия плана страхования в виде страховой выплаты (т. е. Вы не платите налог с данной суммы) [3].

«Unit» в данном словосочетании означает опцию для страхователя – возможность выбрать финансовые инструменты для инвестирования накопительной части страхования [4]. Поэтому Unit linked в России также очень часто используется как полноценная площадка для приобретения различных финансовых активов – акций, облигаций, ETF, сырья, структурных продуктов и т.д. Получить более детальную информацию по условиям программ Unit linked в России и подобрать наиболее оптимальный план.

#### **Список использованных источников:**

1. Закон РФ от 18.06.1991 №1499-1 (ред. От 23.07.2008) «О медицинском страховании граждан в Российской Федерации»).
2. [Электронный ресурс] [www.avcadvisory.ru](http://www.avcadvisory.ru)
3. [Электронный ресурс] [www.Ifing-expert.ru/](http://www.Ifing-expert.ru/) Unit linked
4. Темирова З.Д., Берлин С.И. Функционирование системы социального страхования как фактора обеспечения достойных условий жизни граждан страны. В сборнике: Молодая наука 2014. материалы V Открытой международной молодежной научно-практической конференции, посвященной Году культуры в Российской Федерации. Филиал ФГБОУ ВПО «Российский государственный гидрометеорологический университет» в г. Туапсе, Абхазский государственный университет г. Сухум, Абхазия, Краснодарское региональное отделение Всероссийской общественной организации «Русское географическое общество», ГБПОУ Краснодарского края «Туапсинский гидрометеорологический техникум», Управление образования административного муниципального образования Туапсинский район. 2015. С. 116-118.

## **ОБЕСПЕЧЕНИЕ СОЦИАЛЬНОЙ ЗАЩИТЫ НАСЕЛЕНИЯ КАК ФАКТОР УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ В УСЛОВИЯХ НЕСТАБИЛЬНОСТИ**

Основными формами социального обеспечения являются: пенсии, пособия, компенсационные выплаты и социальные услуги.

В условиях нестабильности и глобальных изменений в экономике страны, вопрос социальной защиты населения встает особенно остро, так как эти изменения оказывают прямое воздействие на возможность государства финансировать социальные расходы. Однако, данная проблема касается наименее защищенных слоев населения: пенсионеров, малоимущих, сирот и др., поэтому государство с осторожностью принимает кардинальные решения в аспекте сокращения расходов бюджета на социальные нужды.

Одним из способов решения проблем дефицитного финансирования социальных нужд незащищенных слоев населения, должна быть реализация принципа социальной справедливости, который отчасти реализуется в России в социальных видах страхования, однако тарифы по этим видам страхования не всегда обеспечивают полноту охвата нуждающихся всеми социальными услугами.

Эффективность и качество социальной защиты населения в сфере предоставления медицинских услуг требует разработки инструментально-методических средств. В первую очередь нужно сформулировать цель и задачи совершенствования организационно-экономического обеспечения качества медицинских услуг, что позволит повысить уровень социальной защиты населения.

Усиления социальной защиты можно добиться путем повышения качества и доступности медицинской услуги. Для этого необходимо определить инструменты, позволяющие получить желаемый результат по каждому средству достижения.

Медицинская услуга, в свою очередь – это единичное медицинское вмешательство или комплекс вмешательств, сосредоточенных на профилактике, диагностике и лечении заболеваний, медицинской реа-

билитации и имеющих самостоятельное законченное значение.

Из этого можно сделать вывод о том, что медицинская помощь не имеет самостоятельного законченного значения, а результат ее оказания складывается из результатов оказания каждой медицинской услуги входящей в нее.

Помимо этого в определении медицинской помощи не упоминаются так называемые гостиничные (или сервисные) услуги. Качество последних, точнее, его отсутствие, часто становится причиной неудовлетворенности потребителей медицинской помощи, а, следовательно, и медицинских услуг, так как данная категория услуг неразрывна с медицинскими услугами при оказании медицинской помощи, преимущественно в стационарных условиях.

Для оценки качества медицинской помощи используется ряд индикаторов, который не разграничивает понятие медицинской и гостиничной услуги, поэтому для построения эффективной системы контроля и управления качеством необходимо, в первую очередь, разграничить эти понятия в структуре медицинской помощи, а также определить из чего они складываются и каковы их конечные результаты. Это необходимо, в первую очередь, для того, чтобы понять, что и как оценивать, а также какие инструменты и механизмы контроля применять для повышения эффективности качества медицинских услуг и социальной защиты населения их получающих. [1]

Однако на сегодняшний день большее внимание уделяется правильности выполнения стандартов оказания медицинской помощи, при отсутствии индивидуального подхода, потому что несоответствие стандартам влечет санкции в отношении медицинского учреждения и персонала, участвующего в процессе оказания медицинских услуг. Нарушения же этики и деонтологии, взимание платы за «бесплатную» медицинскую помощь и прочие нарушения, выявляемые в ходе экспертиз, имеют незначительные объемы. Тем не менее, удовлетворенность потребителей медицинских услуг по-прежнему низкая, и каждый потребитель оценивает качество медицинской услуги с индивидуальной точки зрения, исходя исключительно из собственных ощущений. [1]

На сегодняшний день на качество услуг гостиничного (сервисного) обслуживания оказывает воздействие состояние основных фондов медицинских учреждений, которые в рамках модернизации отремонтировали, а где-то построены новые, но при этом в условиях ограниченного финансирования остаются нерешенные проблемы.

Ограниченность тарифа по ОМС не дает возможности медицинским учреждениям принимать самостоятельные управленческие ре-

шения в области повышения качества гостиничных услуг в рамках оказания медицинской помощи по программе ОМС, это приводит к тому, что население способное оплатить более комфортные условия лечения выбирает альтернативу услугам ОМС, оплачивает сервисные услуги из собственных средств, либо пользуется услугами частной медицины, и как упоминалось выше, платит за те услуги, которые должно получать в рамках программы ОМС.

Исходя из этого, предлагается разработать институционально-инструментарное обеспечение принципа «социальной справедливости» защищающее интересы не только малообеспеченных слоев населения, но и тех, кто имеет возможность оплачивать медицинские и сервисные услуги сверх программы ОМС.

Помимо этого целесообразно выполнение услуг, составляющих медицинскую помощь, закрепить за организациями, специализирующимися на них, оказание медицинских услуг оставить за лечебно-профилактическими учреждениями, а сервисные услуги (питание пациентов, уборка помещений лечебного учреждения и прочие) передать организациям бытового обслуживания. Право на выполнение сервисных услуг должно предоставляться на условиях тендерных торгов, организуемых Министерством здравоохранения региона на один календарный год, что касается медицинских услуг, то выбор организации их оказывающей будет зависеть исключительно от пациента и формы его медицинского страхования (обязательная или добровольная).

На наш взгляд целесообразно применять схему управления качеством основанную на управлении качеством технологического процесса медицинской помощи применяемой в индустриальной модели, рассматриваемую в научных изысканиях Полубенцева Е.И. и др., [2] и схемы управления качеством в туристско-рекреационном обслуживании предложенной Щепакимым М.Б., Басюк А.С. и Яновой В.В. [3] Таким образом, качество результата оказания медицинской помощи по нашему мнению целесообразно определять качеством услуг, ее формирующих, и принимать управленческие решения в ходе технологического процесса для скорейшего его совершенствования.

Внедрение такой модели управления качеством медицинской помощи, позволит улучшить качество медицинских и сопутствующих услуг, что приведет к повышению удовлетворенности пациентов (потребителей этих услуг), а также улучшит значение демографических показателей, состояния здоровья и социального обеспечения населения. Современная модель здравоохранения России нацелена на опти-

мизацию структуры отрасли и повышении качества медицинской помощи в целом, а не на управлении отдельными услугами ее составляющими.

По результатам проведенного исследования группой компаний «Эксперт» в 2012г. жители Краснодарского края чаще всего прибегают к услугам частной стоматологии 50 процентов рынка частных медицинских услуг, на втором месте по востребованности гинекологические, урологические, эндокринологические, хирургические и терапевтические услуги, доля их рынка составляет около 18 процентов.

Материальные возможности потребителей позволяют развивать частный сектор медицинских услуг, но существующее институционально-инструментарное обеспечение не обеспечивает исполнения принципа «социальной справедливости», так как население, имеющее материальный достаток, позволяющий пользоваться платными медицинскими услугами, по сути, оплачивает их дважды: первый раз, когда работодатель уплачивает страховой взнос в фонд ОМС и второй раз когда непосредственно оплачивает услугу, полученную в частном секторе медицины.

Таким образом, работающее население, имеющее доходы для получения частных медицинских услуг, оплачивает медицинскую помощь малообеспеченным слоям населения, и здесь принцип «социальной справедливости» работает, а в части получения обеспеченными гражданами медицинских услуг, соответствующих их требованиям и представлениям качества и сервиса – не работает.

В связи с этим возникает необходимость пересмотреть механизм оплаты медицинских услуг, который позволит сохранить функционирование принципа «социальной справедливости» и даст возможность обеспеченным гражданам, самостоятельно принимать решение, к услугам какого сектора медицины они будут обращаться.

Синергия обязательного и добровольного медицинского страхования, позволит подбирать набор услуг, входящих в страховую программу, по уровню дохода страхователя.

Программы обязательного медицинского страхования, сохранят принципы существующей территориальной программы государственных гарантий, что позволит обеспечить сохранность принципа «социальной справедливости» при экономии на комфорте.

Роль страховых компаний, осуществляющих медицинское страхование, значительно возрастет в структуре контроля, а каждый элемент контроля будет иметь свой инструментарий управления качеством услуг. На сегодняшний день существующие страховые механизмы и инструментарий не обеспечивают потребностей потре-

лей медицинских услуг, добровольное медицинское страхование не дополняет, а во многом дублирует обязательное [4].

При этом государственный сектор медицинских услуг не способен конкурировать с частным, в части комфортабельности предоставления медицинских услуг, в связи с дефицитом финансирования элементов, формирующих представления пациентов о качестве медицинских и сервисных услуг. Данное ограничение связано со структурой тарифа по ОМС, не включающего всех расходов связанных с предоставлением медицинских услуг.

На сегодняшний день государство дает возможность получения налогового вычета в случае обращения за платными медицинскими услугами или приобретения лекарственных средств, по назначению врача предоставляющего медицинские услуги в рамках территориальной программы государственных гарантий.

Поэтому мы предлагаем использовать в качестве стимулирующего механизма развития индивидуального ДМС, систему налоговых вычетов. Для этого требуется включить ставку страхового взноса установленного по ОМС, в перечень налоговых вычетов по налогу на доходы физических лиц (НДФЛ), в случае заключения договора ДМС, равную годовым страховым взносам по ОМС (5,1% от фонда оплаты труда).

Развитие такой схемы оплаты медицинских услуг, позволит не только повысить удовлетворенность граждан качеством медицинских услуг, но и даст возможность увеличить эффективность управления им, что, в свою очередь, повлияет на уровень социальной обеспеченности населения.

### **Список использованных источников:**

1. Черненко Э.М. Организационно-экономический инструментарий повышения качества медицинских услуг в механизме обеспечения социальной защиты населения региона (на примере Краснодарского края) Черненко Э.М. диссертация кандидата экономических наук: 08.00.05 / Адыгейский государственный университет. 2014.

2. Полубенцев Е.И., Улумбекова Г.Э., Сайткулов К.И., Клинические рекомендации и индикаторы качества в системе управления качеством медицинской помощи: Методические рекомендации М.: «ГЭОТАР-Медиа» 2006. – 60 с.

3/ Щепакин М.Б. Управление качеством: Учебник/ Щепакин М., Басюк А.С., Янова В.В. Ростов н/Дону: Феникс; Краснодар: Кубанский государственный технологический университет, 2014. – 256 с.- Высшее образование/

4/ Темирова З.Д., Берлин С.И. Функционирование системы социального страхования как фактора обеспечения достойных условий жизни граждан страны. В сборнике: Молодая наука 2014. материалы V Открытой международной молодежной научно-практической конференции, посвященной Году культуры в Российской Федерации. Филиал ФГБОУ ВПО «Российский государственный гидрометеорологический университет» в г. Туапсе, Абхазский государственный университет г. Сухум, Абхазия, Краснодарское региональное отделение Всероссийской общественной организации «Русское географическое общество», ГБПОУ Краснодарского края «Туапсинский гидрометеорологический техникум», Управление образования административного муниципального образования Туапсинский район. 2015. С. 116-118.

## **СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ОБНОВЛЕНИЕ РОССИИ: НОВАЯ МОДЕЛЬ РАЗВИТИЯ**

В настоящее время Россия оказалась в трудном положении. Всех нас беспокоит вопрос, как выбраться из него и обеспечить грядущее разумное развитие страны. Когда в 2008–2009 гг. предпринятые решительные меры вывели страну из кризиса и в 2010–2011 гг. мы вступили в полосу очередного подъема. Вместе с тем в 2012 г. проявился тренд к снижению темпов экономического роста, а затем и к определенной рецессии. Что теперь ожидает нас, какие действия предпринять, чтобы вывести страну из кризиса и решить задачи ее дальнейшего подъема? Хотелось бы найти решения, соединяющие качества быстроты и устойчивости, способные уверенно выправить ситуацию в ближайшие два года. Мы не можем утверждать, что знаем такие решения. Здесь излагаются мысли, аргументы, которые, как нам кажется, приближают к ним.

В результате трансформационных преобразований в большей степени исчерпаны возможности прежней модели роста экономики, опиравшейся на быстрое расширение внутреннего спроса. Новая модель потребует выхода на траекторию устойчивого и сбалансированного роста путем модернизации экономики и инновационной составляющей экономического развития постиндустриального общества. Впрочем, нашей стране нужен не просто экономический рост, но экономический рост определенного качества. Страна больше не может жить почти исключительно за счет экспорта сырьевых ресурсов не только в силу того, что нестабильность цен на них предопределяет неустойчивость развития, но и потому, что в таком случае она обречена на все большее технологическое и институциональное отставание.

В основе экономического развития человечества лежат следующие модели, которые продолжают играть главную роль в развитии экономики:

иерархическая модель с ведущим отношением господства и подчинения. Это - феодальная модель, преобладавшая прежде в средневековой Европе, в России - до отмены крепостного права в 1861 г., когда крестьяне были освобождены от крепостной зависимости, а также бюрократическая, такая, как в Китае за 250 лет до н.э. или СССР в годы советской власти;

рыночно-сетевая модель, где в основе взаимоотношений лежат связи между агентами по поводу торговли. Возникла в античной Греции, затем развивалась в Древнем Риме, а затем — в средневековой Европе, опираясь на города, торговлю, ремесленное производство, а потом — промышленность и услуги. Обе модели могут существовать совместно, но одна из них становится доминирующей. В Европе доминирование рыночной модели определилось в Новое время, особенно с победы капитализма и промышленной революции в Англии. В основе первой модели лежит приказ, в основе рыночной — договор [1].

Россия пережила следующие этапы развития:

Первый этап (1991–1998 гг.) — кризис и реформы. Снижение ВВП на 40% сопровождало преобразование экономики.

Второй этап (1999–2008 гг.) — период восстановительного роста, который базировался на ренте от повышения цен на нефть и газ, так и на силы новой экономики.

Третий этап постсоветского развития начинается с падения темпов роста производства и производительности. Следовательно, успех на данном этапе предполагает переход к механизму развития, который обеспечит реальную модернизацию. В тоже время механизм, использовавшийся в России с 2003–2004 гг. и рассчитанный на двигательную силу в основном опережающего роста мировых цен на нефть и газ, не мог больше решать задачи модернизации.

В целом ныне требуется иной механизм, новая институциональная система. Ее главная отличительная черта — обеспечение роста эффективности рыночной экономики. Несмотря на кризис 2008–2009 годов мы достигли и преодолели показатели уровня жизни самых благополучных лет СССР. Например, продолжительность жизни в России уже выше, чем в Советском Союзе в 1990–1991 годах[2].

Независимые исследования подтверждают, что реальные доходы четырех из пяти россиян превышают уровень 1989 года — «пика» развития СССР, после которого последовал крах тоталитарной систе-

мы социализма и распад Советского Союза. Сегодня более 80% российских семей имеет более высокий уровень потребления, чем средний уровень потребления советской семьи. Значительно выросла обеспеченность бытовой техникой в полтора раза — до уровня развитых стран. Автомобиль есть у каждой второй семьи. Жилищные условия значительно улучшились, так в 2014 г. было введено в эксплуатацию 1080,3 тыс. квартир общей площадью 81,0 млн. кв. метров. При этом индивидуальными застройщиками введено 260,3 тыс. жилых домов общей площадью 35,2 млн. кв. метров, что составило 114,8% к 2013 году.

Не только среднестатистический гражданин России, но и пенсионеры сейчас потребляют основных продуктов питания больше, чем в 1990-м[3].

Говоря о социальном развитии страны нельзя не проанализировать демографические данные: третий год подряд в стране рождаемость - на уровне 1,9 млн., ее суммарный коэффициент заметно вырос и составляет 1,76. И второй год подряд зафиксирован естественный прирост населения (плюс 33 тысячи человек в прошлом году). Наша страна выполнила Цели развития тысячелетия ООН в сфере здравоохранения, констатировала глава Минздрава Вероника Скворцова. Так в три раза снизилась смертность среди детей до пяти лет и более чем в 4 раза - материнская смертность по сравнению с 1990 годом. На 6,5 % уменьшилась смертность от сосудистых заболеваний, на 10% от туберкулеза. Продолжительность жизни достигла 71 года[4].

Главная надежда России — это высокий уровень образования населения, и прежде всего нашей молодежи. Много нареканий сегодня предъявляется к качеству отечественной образовательной системы, но, не смотря на это среди наших граждан в возрасте 25–35 лет высшее образование имеют 57% — такой уровень кроме России отмечен еще в 3 странах мира: в Канаде, Японии и Южной Корее. Динамичный рост образовательных потребностей продолжается: следующее поколение (15–25 лет) это поколение всеобщего высшего образования (его получает или стремится получить более 80% юношей и девушек).

Из чего следует, наша социальная сфера по своей структуре и организации станет подобна социальной сфере других рыночных стран, т.к. именно такая структура больше соответствует рыночным реалиям и заметно улучшает жизнь человека.

Вместе с тем, 2014 год занял особое место в дальнейшем развитии событий. Санкции западных стран, применяемые против России, еще больше ослабили и без того неустойчивую экономику России.

С осени 2014 г. началось падение рубля по отношению к доллару и евро. В начале ноября 2014 г. ЦБ объявил об отказе от плавающего валютного коридора и от регулярных интервенций. Это означало переход к режиму плавающего валютного курса на два месяца раньше запланированного срока (начало 2015 г.). Пойти на такой шаг Центральный банк заставило растущее давление в сторону ослабления рубля, подпитываемое как фундаментальными факторами такими как (снижение цен на нефть, ограничение доступа к финансированию из-за западных санкций), так и спекулятивными атаками. Повышение ключевой процентной ставки (с 8 до 10,5%) не остановило атаки на рубль. 15–16 декабря 2014 г. на валютном рынке сложилась чрезвычайная ситуация, спровоцировавшая панику на валютном рынке, темпы обесценения рубля достигли максимума. Резкое повышение ключевой ставки (до 17%), а также неформальные указания главы государства экспортерам позволили стабилизировать рынок через несколько дней. Такое резкое повышение ключевой ставки Центральным банком помогло стабилизировать валютный рынок и одновременно привело к повышению стоимости ресурсов. Для банков и их клиентов это означало снижение доступности кредитов, но в, то же время повысило привлекательность депозитов, что помогло ограничить масштабы снятия вкладов и снизить риск развития банковского кризиса. В дальнейшем ключевая ставка была снижена сначала до 15%, затем до 14% (март 2015 г.), и сейчас 12,5 % (май 2015 г.)

Этот кризис отличается повышенной неопределенностью, непредсказуемостью последствий. В то же время девальвация заметно повысила конкурентоспособность российской экономики по уровню издержек. Если в январе 2014 г. средний уровень зарплаты был равен 874 долл. США, то в январе 2015 г. — всего 479 долл. США. На мой взгляд, данные изменения в структуре активов и сбережений носят устойчивый характер. Что же касается вызванных девальвацией инфляционных процессов, то эти эффекты, напротив, будут быстро затухать, столкнувшись с падением доходов и спроса в экономике.

Новая стадия кризиса связана с распространением эффектов снижения цен на нефть, ослабления рубля и ускорения инфляции на доходы предприятий и населения, и динамику спроса, которое начало происходить уже зимой 2014–2015 гг. Теоретически процесс реструктуризации экономики в условиях низких цен на нефть и слабого курса будет опираться на рост конкурентоспособности промышленных

производств и сельского хозяйства (торгуемых секторов), в то время как доля не торгуемых секторов (строительство, сфера услуг, торговля), прежде развивавшихся опережающими темпами, будет поэтапно сокращаться.

Негативные последствия кризиса для не торгуемых секторов (строительства, сферы услуг, торговли) в целом будут связаны с эффектом падения спроса, не компенсированным снижением импорта.

Ключевой вопрос этапа реструктуризации — сможет ли экономика относительно быстро вернуться к росту, воспользовавшись выгодами от девальвации, избавившись от неэффективных предприятий и совершив структурную перестройку, или начавшаяся рецессия будет дальше углубляться, приняв хронический характер. На съезде РСПП в марте 2015 г. министр финансов А. Силуанов заявил, что «пик негатива пройден, и мы видим определенные моменты стабилизации», имея в виду стабилизацию валютного курса и начавшееся в марте снижение инфляции. Он также заявил о том, что «возврат к положительной динамике инвестиций будет означать выход экономики России из кризиса». Но на мой взгляд, одной стабилизации финансовой сферы для этого недостаточно.

Стабилизации платежного баланса будет способствовать 40%-е сокращение импорта, которое в отличие от кризиса 2008–2009 гг. может оказаться устойчивым из-за затяжного характера падения внутреннего спроса. Масштабы сокращения реальной зарплаты и доходов населения оцениваются в 8,5–9,5% в 2015 г. и 3–4% в 2016 г., и это станет результатом снижения номинальных темпов их роста в бюджетном и не бюджетном секторах, так и ускорения инфляции.

Какие же выводы напрашиваются?

1) Опора на рыночно-сетевую модель социальной организации предполагает широкую свободу предпринимательства, конкуренцию и верховенство права. В политической сфере эти элементы дополняются свободой слова, выборов, плюрализмом мнений. Именно так создаются наилучшие условия для роста производительности и производство инноваций для рынка. Страна должна формировать у себя подобную систему, добиваться соответствующих изменений в своей культуре. Глобализация, существенно влияющая на мировую экономику в последние десятилетия, способствует распространению этой системы в мире.

2) Государственная социальная политика должна гарантировать защищенность человека на протяжении всей его жизни: в детстве и юности путем вложений в его формирование и развитие (политика в области здравоохранения, образования, культуры); в трудоспособном

возрасте (политика профессиональной подготовки; создание и развитие соответствующих условий для занятости населения, обеспечение достойного уровня вознаграждения за труд, при этом рост заработной платы должен осуществляться в соответствии с ростом производства, прибыльности организации, что способствует заинтересованности работника в результатах своего труда); пенсионном и пожилом возрасте (политика по обеспечению защищенной старости).

Сегодня на первый план выдвигается задача абсолютного выполнения социальных обязательств государства перед населением, особенно перед, его, наименее защищенными, уязвимыми группами, которые оказались в наиболее трудном положении.

Итак, первостепенными задачами социальной политики на сегодняшний момент являются: сбережение населения путем стимулирования рождаемости и сокращения смертности, укрепления здоровья; продолжение реализации национальных проектов; проведение эффективной экономической политики, в том числе в области занятости и доходов; совершенствование предоставления государственных социальных услуг населению и повышение действенности системы социальной защиты населения; повышение качества жизни и духовно-культурное развитие населения[5].

Но преобразования социальной сферы - дело столь сложное и болезненно воспринимаемое населением, поэтому успехов меньше, чем хотелось бы. Переход к новой социально-экономической модели должен заметно улучшить качество жизни людей [6]. На наш взгляд, главная цель всех социально - экономических преобразований состоит в том, чтобы в исторически обозримое время, время жизни нынешнего поколения Россия по уровню, как и экономического, так и социального развития вышла в мировые лидеры, достигла уровня Англии, Германии, Франции. Наша история однозначно доказывает, что достичь реальных результатов можно одним способом: выбрать стратегию и придерживаться её 20-30 лет и если нам удастся нарастить темпы социально-экономического развития до 5-6% в год, то мы достигнем данного уровня к 2030-2035 гг. Главная цель любого государства - обеспечить достойную жизнь населению. И сделать это можно только на основе достижения высокого уровня экономического развития, высокой производительности труда.

## Литература:

1. Акиндинова, Н. В., Ясин, Е. Г. Новый этап развития экономики в постсоветской России доклад к XVI Апрельской международной научной конференции по проблемам развития экономики и общества, Москва, 7–10 апреля 2015 г. М. : Изд. дом Высшей школы экономики, 2015.
2. С. Дзарасов «Российский кризис: истоки и уроки» // Вопросы экономики №5, 2009 г.
3. Итоговый доклад о результатах экспертной работы по актуальным проблемам социально-экономической стратегии России на период до 2020 г.
4. Липкин А.И. «Российское государство: вчера, сегодня, завтра» Новое издательство 2012 г.
5. А. Навой «Российские кризисы образца 1998 и 2008 годов: найди 10 отличий» // Вопросы экономики №2, 2009 г.
6. Берлин С.И., Берлина С.Х., Хуако Х.Ш. Механизм обеспечения устойчивости региональной социально-экономической системы в условиях турбулентности внешней среды // Экономика. право. Печать Вестник КСЭИ. 2015. №4 (68). С. 107-113.

## **НАЛОГОВЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ ДЕОФФШОРИЗАЦИИ РОССИЙСКОЙ ЭКОНОМИКИ**

Президент РФ 24 ноября 2014 г. подписал Федеральный закон № 376–ФЗ «О внесении изменений в части первую и вторую Налогового кодекса Российской Федерации (в части налогообложения прибыли контролируемых иностранных компаний и доходов иностранных организаций)», получивший неофициальное название «закон о деоффшоризации», «антиоффшорный законопроект» или «закон о контролируемых иностранных компаниях (далее - КИК)».

Целью исследования является определение перспективной результативности государственной политики по деоффшоризации российской экономики с учетом последних законодательных инициатив.

В 2014 году произошло резкое увеличение оттока капитала из РФ до 151,5 млрд. долл., что в 2,5 раза выше уровня предыдущего года. Поэтому основной задачей вступившего в силу с 1 января 2015 г. Закона является деоффшоризация российского бизнеса, или выведение российских денег из оффшорных юрисдикций.

Таким образом, проблема оттока капитала в оффшорные зоны за последние годы стала для России наиболее напряженной. Ее решение является одним из приоритетов российской экономики, озвученным Президентом В.В. Путиным, что подтверждает актуальность проблемы.

Деоффшоризация – проведение государством комплекса мероприятий в законодательной, правоприменительной и информационной областях для снижения или исключения впоследствии вовлеченности в национальный хозяйственный оборот резидентов под видом иностранных лиц или с использованием иностранных правовых конструкций, преследующих преимущественно незаконные или недобросовестные цели.

В настоящее время операции с использованием оффшоров применяют такие компании как ОАО «РусГидро», ОАО «КамАЗ», ОАО

«Газпром», ОК «Русал», и другие. В России сложилась уникальная ситуация: основа экономики (электроэнергетика, предприятия ТЭКа, порты, связь, и т.д.) контролируется из оффшоров, кроме того, средства уходят из этих отраслей за границу. Оффшорные зоны Виргинских островов, Нидерландов, Великобритании, Кипра, Люксембурга пользуются наибольшей популярностью у российских компаний.

Несмотря на достаточно обширную географию и выгоды использования оффшорных схем для компаний, оффшоризация мировой экономики несет огромное количество негативных последствий для стран, из которых уходит капитал:

1. уменьшение государственного бюджета из-за сокращения налоговых поступлений;
2. снижение инновационного потенциала;
3. уменьшение инвестиций внутри страны;
4. зависимость от иностранных займов;
5. устаревание и износ основных фондов и т.д.

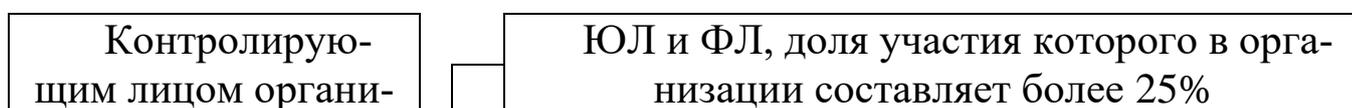
Из-за неблагоприятных последствий оффшорного бизнеса с оффшорами ведется борьба во всем мире.

Суть КИК применительно к России заключается в том, что ее налоговый резидент (как ФЛ, так и ЮЛ) должен будет платить в РФ налог на нераспределенную прибыль подконтрольных ему оффшорных организаций и структур, не выплачивающих дивиденды. Определение контролируемой иностранной компании дается в пунктах 1–2 статьи 25.13 НК РФ (см. рисунок 1).

КИК признается иностранная организация при одновременном выполнении условий	Она не признается налоговым резидентом РФ
	Её контролирующими лицами являются ЮЛ и (или) ФЛ, признаваемые налоговыми резидентами РФ
	Это иностранная структура без образования ЮЛ, контролирующими лицами которой являются ЮЛ и (или) ФЛ, признаваемые налоговыми резидентами РФ

Рисунок 1 – Определение КИК

Определение контролирующего лица дается в пунктах 3-6 статьи 25.13 НК РФ (рисунок 2).



зации (включая иностранную структуру без образования юридического лица) признаются	ЮЛ или ФЛ (совместно с супругами и несовершеннолетними детьми), доля участия которого в организации более 10%, если доля участия всех лиц - налоговых резидентов РФ в этой организации больше 50%
	Лицо, не отвечающее признакам, указанным выше, но осуществляющее контроль над организацией в своих интересах или в интересах своего супруга и несовершеннолетних детей
	Лицо, являющееся налоговым резидентом РФ, вправе самостоятельно признать себя контролирующим лицом по вышеперечисленным основаниям

Рисунок 2 – Определение контролирующего лица

#### Преимущества закона о деоффшоризации:

1. впервые вводит механизм налогообложения в России прибыли КИК, включая нераспределенную прибыль данных компаний в налогооблагаемую базу контролирующих их лиц – резидентов РФ, а также ответственность налогоплательщиков за неисполнение соответствующих обязанностей

2. определяет понятие бенефициарного собственника, которое используется в международных соглашениях для ограничения налоговых льгот

3. позволяет признавать иностранные компании российскими налоговыми резидентами

4. включение переходных положений, которые призваны облегчить бизнесу приспособление к новым условиям.

4.2 повышение порога признания корпоративных структур КИК:

- до 1 января 2016г. – 50%;
- с 1 января 2016г. – 25%.

4.2 повышение на 2015–2016 гг. порогов величины прибыли КИК, с которой уплачиваются налоги:

- за 2015 год – 50 млн. рублей;
- за 2016 год – 30 млн. рублей;
- с 2017 года – 10 млн. рублей.

#### Недостатки закона о деоффшоризации:

1. низкий порог владения иностранными компаниями, после которого применяются правила КИК (с 2016 г. – 25% или даже 10%, если общая доля российских резидентов составит 50% и более);

2. требования закона о КИК, в частности в отношении предоставления информации и отчетности, будут обязаны выполнять российские лица, фактически не контролируемые иностранные компании.

3. не проработана проблема устранения многократного налогообложения в случаях, когда накопленная прибыль КИК передвигается внутри структуры КИК и фиксируется в разных налоговых периодах и на разных уровнях КИК

4. не удалось уйти от многочисленных оценочных категорий, поэтому для его разумного применения потребуется высокая квалификация судей и сотрудников налоговых органов.

Для того чтобы примерно оценить, сколько теряет государственный бюджет налоговых поступлений в результате использования оффшорных зон, автором был проведен расчет, основанный на следующей формуле:

$$\text{НПр} = \text{РИ} \times \text{ПИ} \times \text{СНПр} \times \text{ДУИ},$$

где НПр – сумма налога на прибыль, переведенная в оффшоры;

РИ – сумма накопленных российских инвестиций за рубежом;

ПИ – прибыльность от инвестиций;

СНПр – ставка налога на прибыль (20%);

ДУИ – доля накопленных за рубежом российских инвестиций, фактическое управление которыми осуществляется из России, в общем объеме накопленных за рубежом российских инвестиций (в %).

По данным Росстата, на конец марта 2013г. сумма накопленных за рубежом российских инвестиций составила 158,4 млрд. долл. Расчет был произведен на том допущении, что минимальной прибыльностью инвестиций считается ставка в размере 5%. Пусть весь объем российских инвестиций, направленных за рубеж, является полностью управляемым, то есть ДУИ равна 100%. Тогда сумма налога на прибыль, которую теряет бюджет в результате вывода капитала за рубеж, составит 1,584 млрд долл. США [6].

$$\text{НПр} = 158,4 \times 0,05 \times 0,2 \times 1 = 1,584 \text{ млрд долл. США}$$

В прошлом году был проведен опрос собственников и руководителей компаний реального сектора экономики о причинах использования оффшоров. Основная причина – это необходимость защитить собственность (см. рисунок 3). Главное, что стимулирует использовать оффшорные зоны, – неконкурентоспособность корпоративного и налогового законодательства в России. Для решения спорных вопросов бизнес предпочитает обращаться в оффшорные юрисдикции. Поэтому для борьбы с оффшоризацией важны меры, которые были бы связаны с укреплением режима защиты прав собственности, а не

просто механизмы изъятия прибылей у иностранной контролируемой компании. Важный момент – это возможность реальной выгоды от деофшоризации. Суть процесса не в том, чтобы наказать уклонистов, а в том, чтобы вернуть России инвестиционный потенциал. Поэтому, усиливая налоговое давление на офшорные компании, необходимо вводить механизм снижения налоговой нагрузки, обеспечивающего стимулирование притока капитала в страну. Российские деньги надо не только вернуть, но и заставить работать на экономику нашей страны.

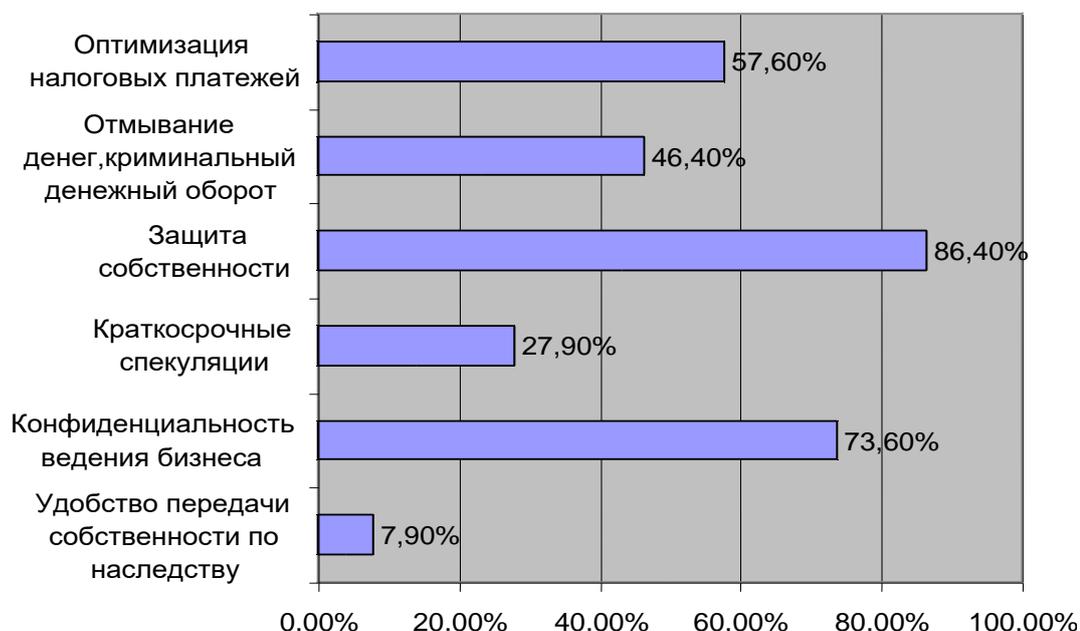


Рисунок 3 – Причины использования офшоров российскими компаниями (по данным опроса АКГ "Градиент Альфа")

Перспективы исполнения данного Закона будут зависеть от многих факторов:

Во-первых, от ликвидации недостатков в регулировании (в частности, дискриминации организаций) и внедрения действенного механизма устранения многократного налогообложения в отношении прибыли контролируемых иностранных компаний (КИК).

Во-вторых, результативность деофшоризации будет на прямую зависеть от тех мер, которые государство предпримет для сохранения конфиденциальности в отношении получаемой информации о структурах российских бенефициаров. Не секрет, что многие состоятельные резиденты РФ уходят в офшорные зоны не столько с целью экономии на налогах, сколько для того, чтобы сохранить свою причастность к тем или иным активам в тайне. При этом цели могут быть разные: от опасений по поводу рейдерских захватов до укрывательства активов от наложения взыскания в рамках бракоразводных процессов и обхода норм российского законодательства о наследовании

по закону. С этой точки зрения стимулирование деоффшоризации бизнеса – глобальная задача, которая не может быть сведена только к принуждению бизнеса административными и фискальными методами к переводу накопленной прибыли в Россию. Это сложный перманентный процесс, результатом которого должно стать повышение уровня доверия бизнеса государству и его институтам в целом.

#### **Список использованных источников:**

1. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 05.08.2000 N 117-ФЗ (ред. от 06.04.2015) (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.05.2015) // СПС Консультант—Плюс
2. Басова С.А. Оффшоризация как закономерность глобализации и ее воздействие на экономику России: монография. – СО РАН, 2010. – 224 с.
3. Брук Б.. Закон о деоффшоризации // Деоффшоризация бизнеса – сложный перманентный процесс повышения уровня доверия бизнеса к государству и его институтам // Редакция Закон.ру, 20.01.2015
4. Эффективные инструменты топ-менеджмента в современных условиях хозяйствования Кизим А.А., Вылегжанина Е.В., Михайлюк О.В. Труды Кубанского государственного аграрного университета. 2011. № 30. С. 16-21.
5. Цветков В. Деоффшоризация по-русски: как будет применяться закон о КИК // Налоговый вестник, 2015, №1
6. Берлин С.И., Мамонова И.В. Налоговые преференции как инструмент фискального регулирования в условиях нестабильности экономики // Современная научная мысль. 2016. №2. С. 111-113.

*Саркисян Д.В.*

*Финансовый университет  
(Краснодарский филиал)  
Научный руководитель:  
Васильева Л.Ф.,  
д-р экон. наук*

## **АНАЛИЗ ВЛИЯНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОГО КРИЗИСА 2014 ГОДА НА СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

Разразившийся в 2014 году финансовый кризис стал неожиданностью для России, несмотря на замедление темпов роста экономики с конца 2012 года. Казалось бы, российская экономика начала восстанавливаться после обрушившегося мощным ураганом в считанные месяцы на весь мир экономический кризис 2008-2009 годов, начавшийся с отрицательных сдвигов на фондовых рынках США, что было отмечено заявлением об окончании рецессии премьер-министром России Владимиром Путиным в апреле 2010 года и превышением фактического роста ВВП над прогнозным (4 % по итогам 2010 года). Несмотря на тенденцию развития, к концу 2013 года была признана стагнация в экономике, причиной которой стала сильная зависимость страны от нефти.

В первой половине 2014 года стагнация экономики продолжилась, более того резкий спад мировых цен на энергоресурсы, продажа которых составляет значительную часть в доходах бюджета России, а также введение экономических санкций в отношении России в связи с событиями в Крыму и на востоке Украины вызвали ухудшение экономической обстановки: с 2012 года по июнь 2014 года цена на нефтьмарки «Urals» находилась в районе \$100-\$115, постепенно снижаясь, в декабре 2014 года достигла минимальных показателей 2009 года - \$56,5; приток западного капитала был на \$40 млрд меньше планируемого, а отток российского капитала составил \$151,5 млрд, рост ВВП вместо планируемых 2,5 % составил 0,6 %, а инфляция достигла 11,4 % вместо планируемых 5 % .

(Рис. 1), также было вызвано значительное снижение курса рубля относительно иностранных валют, уменьшение реальных доходов населения и сокращение потребительской активности, вслед-

ствии чего зафиксировано падение прибыли мировых компаний, ведущих бизнес в России.

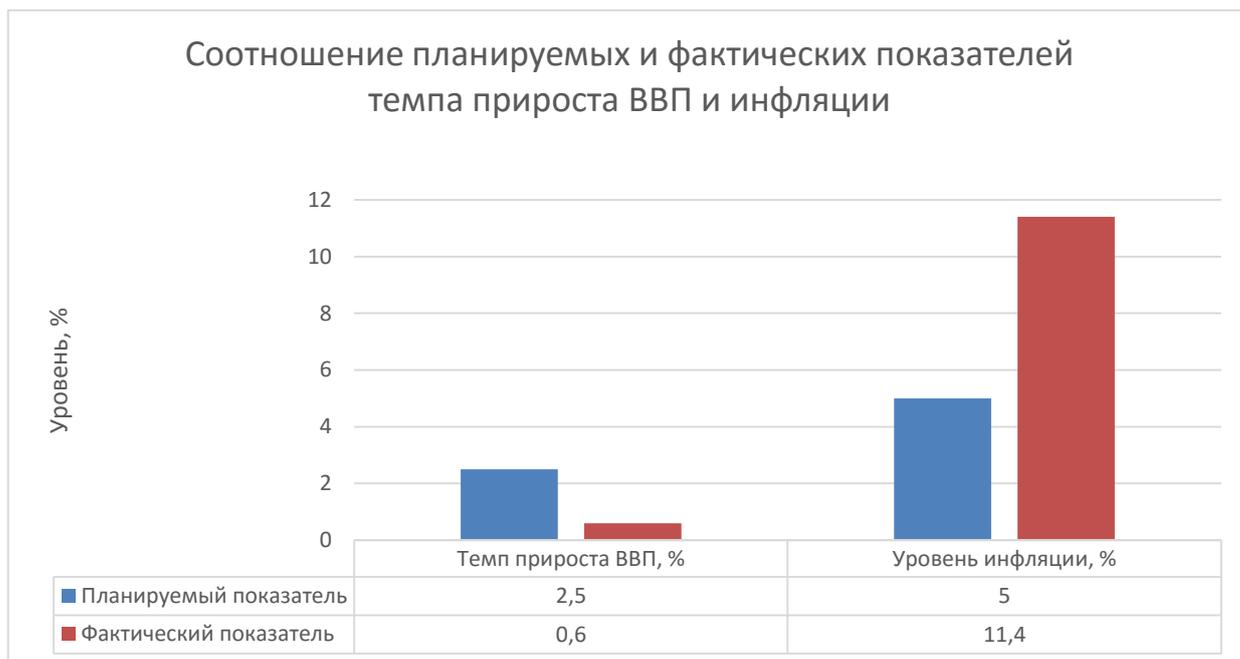


Рис. 1. Соотношение планируемых и фактических показателей темпа прироста ВВП и инфляции

Несмотря на то, что речь идет о финансовом кризисе, на практике макроэкономическая ситуация затрагивает социально-экономическое развитие России и проблема экономического роста остается в настоящее время чрезвычайно важной, так как экономический рост является целью экономической политики всех государств как основополагающий фактор высокого уровня жизни населения, соответственно появляется не только интерес, но и необходимость анализировать показатели развития экономики. В таблице 1 представлена оценка основных показателей развития экономики за 2013 и 2014 годы.

Таблица 1

Основные показатели развития экономики (в % к соответствующему периоду предыдущего года)	2013	2014	Изменения
ВВП	101,3	100,6	- 0,7
Индекс потребительских цен, на конец периода	106,5	111,4	4,9
Индекс промышленного производства	100,4	101,7	1,3
Обработывающие производства	100,5	102,1	1,6
Индекс производства продукции сельского хозяйства	105,8	103,7	- 2,1

Инвестиции в основной капитал	99,8	97,5	- 2,3
Объемы работ по виду деятельности «Строительство»	100,1	95,5	- 4,6
Ввод в действие жилых домов	107,2	114,9	7,7
Реальные располагаемые денежные доходы населения	104,0	99,0	- 5
Реальная заработная плата	104,8	101,3	- 3,5
Среднемесячная начисленная номинальная заработная плата, руб.	2979	32600	2808
Уровень безработицы к экономически активному населению (на конец периода)	5,5	5,2	- 0,3
Оборот розничной торговли	103,9	102,5	- 1,4
Объем платных услуг населению	102,1	101,3	- 0,8
Экспорт товаров, млрд. долл. США	523,3	493,6	- 29,7
Импорт товаров, млрд. долл. США	341,3	308,0	- 33,3
Средняя цена за нефть Urals, долл. США/баррель	107,9	97,6	- 10,3

*Источник:* составлена по официальным данным Министерства экономического развития Российской Федерации - <http://economy.gov.ru>

В 2014 году макроэкономическая ситуация характеризуется постепенным ослаблением динамики развития, так как снижению подверглось большинство показателей развития экономики.

Негативное влияние на общеэкономический рост оказали производство и распределение электроэнергии, газа и воды, строительство, сельское хозяйство, но, тем не менее, возобновился прирост **промышленного производства** в целом, составивший 1,3%. Он был обеспечен ростом добычи полезных ископаемых и обрабатывающих производств, а также восстановился рост в производстве машин и оборудования, в производстве электрооборудования, электронного и оптического оборудования, в производстве транспортных средств и оборудования, в химическом производстве, в металлургическом производстве и производстве готовых металлических изделий, в производстве кокса и нефтепродуктов, в производстве кожи, изделий из кожи и производстве обуви, в текстильном и швейном производстве. Отрицательную динамику показали производство пищевых продуктов, обработка древесины и производство изделий из дерева, целлю-

лозно-бумажное производство; издательская и полиграфическая деятельность [6].

Рост **производства продукции сельского хозяйства** из-за неблагоприятных погодных условий замедлился, что привело к снижению показателя на 2,1 % в 2014 году.

По оценке Минэкономразвития России, в 2014 году **инвестиции в основной капитал** показали отрицательную динамику, т.е. снижение составило 2,3% по сравнению с предыдущим годом, окраснение связано в основном с компаниями рыночных секторов в таких видах деятельности как предоставление прочих коммунальных, социальных и персональных услуг, здравоохранение и предоставление социальных услуг, финансовая деятельность, металлургия и деревообрабатывающий комплекс, а также со снижением капитальных вложений субъектов малого предпринимательства и инвестиций, не наблюдаемых прямыми статистическими методами.

Годовая динамика **объёмов строительных работ по виду деятельности «Строительство»** в декабре также снизилась и составила – 4,6% к предыдущему году.

На протяжении 2014 года **уровень безработицы** достиг исторически минимальной отметки в 5,2% от экономически активного населения.

По оценке Минэкономразвития России, за 2014 год **оборот розничной торговли** снизился на 1,4%. На потребительском рынке в течение года торговый и сервисный сегменты демонстрировали тенденцию замедления деловой активности. Сохранение геополитической напряженности и ожидание возможных негативных последствий санкций заставляет население отказываться от приобретения многих видов товаров и необязательных услуг или, в лучшем случае, к ограниченному пользованию ими. Все это создает атмосферу неуверенности в будущем и заставляет домашние хозяйства менять модель поведения от потребления к сбережению. В результате происходит сжатие потребительского спроса и замедление темпов роста оборота розничной торговли и платных услуг населению. Также фактором, ограничивающим потребительский спрос, является замедление динамики кредитования физических лиц. Существенной причиной отсутствия выраженных позитивных тенденций на потребительском рынке остаётся усиливающийся дефицит платежеспособного спроса, связанный с замедлением роста реальных располагаемых денежных доходов населения, высоким уровнем цен, ослаблением национальной валюты, негативными процессами в мировой экономике.

**Динамика реальных располагаемых доходов населения** снизилась по сравнению с прошлым годом. Исключением стала потребительская модель поведения к концу года, которая складывалась под влиянием внешнеторговых ограничений и девальвации национальной валюты. Население скупало импортные товары, создавая ажиотаж на рынке. В конце года наблюдался бум продаж на рынке товаров длительного пользования, особенно бытовой и компьютерной техники.

**Прирост реальной заработной платы** на протяжении всего 2014 года был ниже уровня 2013 года, что на фоне постепенного ускорения инфляции привело к нарастающему отставанию в темпах роста реальной заработной платы. В целом за 2014 год **среднемесячная начисленная номинальная заработная плата** увеличилась на 2808 рублей.

**Экспорт товаров** за 2014 год по оценке составил 493,6 млрд. долларов США, а значит, снизился по сравнению с 2013 годом на 29,7 млрд. долларов США.

**Импорт товаров** за год составил 308 млрд. долларов США, снижение составляет 33,3 млрд. долларов США.

В 2014 г. **цена на нефть марки «Urals»** снизилась относительно 2013 г. на 10,3 доллара США и составила 97,6 доллара США за баррель, (средняя цена по данным агентств Аргус и Платтс).

Обострение геополитической обстановки и усиление экономических санкций в отношении России в 2014 году привели к росту неопределенности и резкому ухудшению бизнес-уверенности. Ограничение доступа российских компаний к международным финансовым ресурсам и ужесточение денежной политики привели к росту стоимости заимствования, что в еще большей степени негативно отразилось на инвестиционном спросе и потребительских настроениях, вызвав усиление оттока капитала и всплеск инфляции. Падение цен на нефть и обострение внешнеэкономической ситуации с середины 2014 года привели к дальнейшему ухудшению условий для экономического роста. На данный момент действия правительства и Центробанка РФ нацелены на принятие мер по стабилизации экономической обстановки, выраженных в поддержании курса рубля, поддержкой компаний и банков и работой в формате кризисного 2009 года.

## Список использованных источников:

:

1. Мониторинг «Об итогах социально-экономического развития Российской Федерации в 2014 году». URL: <http://economy.gov.ru/minec/activity/sections/macro/monitoring/monitoring2014>
2. BBC - Всемирный банк прогнозирует два года стагнации в России. URL: [http://www.bbc.co.uk/russian/business/2014/09/140924\\_world\\_bank\\_russia\\_stagnation](http://www.bbc.co.uk/russian/business/2014/09/140924_world_bank_russia_stagnation)
3. URL: <http://www.interfax.ru/business/416458>
4. URL: <http://www.vedomosti.ru/finance/articles/2014/12/25/putin-poprosil-pravitelstvo-nachat-rabotat-v-formate>
5. URL: <http://government.ru/docs/16639/>
6. Проблемы формирования эффективной социально ориентированной модели хозяйственного развития России Клейнера Г.Б., Сорокожердьев В.В., Пименов Г.Г., Солонина С.В., Глушкова Ю.О., Голубева С.С., Одинцова Т.Н., Пахомова А.В., Карташов К.А., Мишулин Г.М., Васильева Л.Ф., Васильев С.К., Успенская С.Н., Баранов Н.С., Константиныди Х.А., Берлин С.И., Маркарян В.Р. Под редакцией Г.Б. Клейнера, С.И. Берлина, Х.А. Константиныди. Краснодар. 2014.

*Финансовый университет  
(Краснодарский филиал)  
Научный руководитель:  
Климова Н.В.,  
д-р экон. наук, профессор*

## **НЕОБХОДИМОСТЬ УСИЛЕНИЯ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОДДЕРЖКИ ДЛЯ ВЫХОДА СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА ИЗ КРИЗИСА**

В настоящее время наблюдается нестабильная экономическая ситуация в России, она проявляется в повышении цен на товары и услуги в связи с введенными санкциями против страны. Последствия вступивших ограничительных мер негативно повлияли на экономику, поскольку сейчас происходит сокращение рабочего персонала преимущественно на промышленных предприятиях, снижение заработной платы и государственных расходов на социальные нужды. Актуальность анализируемой темы заключается в том, что сейчас приоритет отдается отечественному АПК, поскольку повышение курса доллара и евро делает импортную продукцию дорогой для населения.

Ранее у потребителей была возможность выбрать позволяющий ценовой диапазон, поскольку конкурирующие товары значительно не увеличивали цену, как происходит это на данный момент. Чтобы обеспечить стабильное функционирование сельскохозяйственной сферы в условиях действующего эмбарго и решения проблемы импортозамещения, необходима государственная поддержка сельскохозяйственных товаропроизводителей.

В условиях действующей рыночной экономической системы технологический процесс производства сельскохозяйственной продукции выполняется за счет предпринимателей, которые стремятся наиболее благоприятно реализовать товар для получения максимальной прибыли при минимальных издержках. В сложившейся ситуации многим товаропроизводителям необходима государственная поддержка, которая позволит полноценно конкурировать на рынке и увеличит объем товаров. Для совершенствования отечественного производства необходимо увеличить мощности предприятия, модернизировать оборудование и технологии, следовать научно-техническому прогрессу.

Государство пытается помочь агропромышленной сфере с помощью реализуемых программ. Сейчас разработана «Государственная программа развития сельского хозяйства и регулирование рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия на 2013-2020 годы». В ней разработаны меры по улучшению эффективности сельскохозяйственного производства, которые способствуют повышению доходности товаропроизводителей в данной сфере деятельности, а также расширение производства, развитие агропромышленного комплекса.[1]

Для поддержки сельхозпроизводителей выделяются субсидии, гранты на реализацию поставленных целей и задач, проводятся конкурсы, которые мотивируют предпринимателей к созданию качественной, высокоэффективной продукции. Для начинающих фермеров действует государственная программа «Поддержка малых форм хозяйствования». Она предполагает выделение гранта на создание крестьянского фермерского хозяйства, бытовое обустройство фермеров, закупку необходимого оборудования. Также предусматривается субсидирование инвестиционных кредитов, субсидирование части первого взноса по лизингу сельскохозяйственной техники, оборудования и скота, проведение всероссийского конкурса «Лучший фермер».

Инвестиционные кредиты предоставляются на закупку необходимого оборудования, инновационной техники, приобретение крупного рогатого скота. Сумма кредитов для начинающих фермеров составляет до 5 млн. руб. Срок кредитования - 15 лет, льготный период (от срока начала возврата кредита) – 5 лет. Для получения данной помощи составляется заявка и подается в комиссию. В результате выявляются победители, их количество зависит от имеющегося лимита денежных средств из федерального бюджета и бюджетов субъектов Российской Федерации. Несмотря на принимаемые государством меры поддержки товаропроизводителей рентабельность сельскохозяйственного производства крайне низка. Выделяемая сумма денежных средств на проведение программ ограничена, поэтому получают помощь только единицы, остальным предпринимателям приходится рассчитывать только на свои силы.

Несмотря на отрицательное воздействие экономического кризиса, сложившаяся ситуация может и должна использоваться для развития сельского хозяйства. Сейчас создаются условия, в которых иностранные товары должны быть замещены отечественными. Необходимо максимально создать ресурсные возможности для аграриев, по-

сколькo оказание материальной помощи выгодно не только для самих предпринимателей, но и для экономики всей страны. [2]

Чтобы улучшить состояние экономической сферы в условиях действующего экономического кризиса необходимо прийти к ряду мер, направленных на восстановление и преобразование сельскохозяйственной деятельности:

- увеличить расходование денежных средств в агропромышленный сектор и предоставлять льготы производителям на получение кредита, направленного в развитие сельскохозяйственной деятельности;

- понизить налоги для сельскохозяйственных производителей;

- создать программу понижения кредитной ставки для предпринимателей агропромышленной сферы деятельности, стоимость кредитов должна быть не более 4-6 процентов годовых;

- создать программы по привлечению иностранных инвесторов, которые смогли бы максимально преобразовать производство АПК в развивающийся комплекс. Необходимо выделить денежные средства на модернизацию производственного процесса при максимальной окупаемости в дальнейшем;

- повысить уровень развития производственных сил на селе с помощью вложения денежных средств в предприятия, заводы, которые требуют определенных затрат на производственную деятельность, реализовывать инвестиции в фермерские хозяйства в сельской местности;

- улучшить производственную инфраструктуру: строительство заводов, птицефабрик для максимального обеспечения граждан сельскохозяйственной продукцией;

- исключить все административные барьеры при получении сельхозугодий;

- выделить денежные средства в ветеринарную сферу для исследования всех заболеваний животных, и создание эффективных мер профилактики и устранения болезней;

- привлекать высококвалифицированные кадры для создания качественной продукции. [3]

Приведенные выше предложения помогут улучшить экономическую ситуацию в нашей стране. Выявив главные проблемы и тенденции их устранения, следует учитывать основные направления, в которые нужно вмешаться государству в первую очередь.

Поддержка отечественного сельхозпроизводителя обеспечит благоприятную тенденцию для улучшения эффективности и производительности труда. Данные меры позволят предотвратить тяжелые

последствия, которые могут возникнуть в результате экономического кризиса, усиление государственной поддержки поможет предпринимателям эффективно реализовать свои цели и задачи, увеличить объем производства и получать максимальную прибыль при минимальных затратах. Пережив трудную экономическую ситуацию, Россия обретет независимость от других стран, стабильность, улучшение уровня жизни граждан.

### **Список использованной литературы:**

1. Макарец Л. И. Экономика отраслей растениеводства / Л. И. Макарец, М. Н. Макарец. – Санкт- Петербург : Лань, 2012;
2. Кундиус, В. А. Экономика агропромышленного комплекса : учебное пособие, Кнорус, 2014;
3. Иванова, В. Н. Импортозамещение продукции АПК : факторы конкурентоспособности : монография. Финансы и статистика, 2014.

## **ЭКОНОМИЧЕСКАЯ УСТОЙЧИВОСТЬ КРУПНОГО БИЗНЕСА В РОССИЙСКОЙ ЭКОНОМИКЕ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛЬНЫХ ИЗМЕНЕНИЙ**

Трансформация российской экономики под влиянием мировых экономических закономерностей зависит от ее способностей интенсивно и в короткий период концентрировать значительную массу капитала и от воздействия, которое сконцентрированный капитал оказывает на структуру промышленного производства. Процессы концентрации производства и концентрации капитала взаимосвязаны и являются предпосылкой укрупнения субъектов экономической деятельности, а, следовательно, и изменений в структуре рынка. Исследование процессов концентрации производства и капитала, проблем повышения их эффективности являлось объектом анализа ученых–экономистов всех экономических школ и направлений.

Классическая политэкономия (А. Смит, Д. Рикардо), акцентировала свое внимание на накоплении капитала как результате специализации производства. Неоклассическая теория (А. Маршалл) при анализе процессов концентрации производства и капитала особое внимание уделяла организационным вопросам управления и исследованию предпосылок концентрации, в частности, эффекта экономии от масштаба.

Представителями классической и неоклассической школы процессы концентрации производства и концентрации капитала рассматривались как синонимы, обозначающие объективный процесс укрупнения производства, как следствие развития экономических отношений, разделения труда и специализации.

К. Маркс, В. И. Ленин концентрацию производства и капитала рассматривали в следующем контексте: концентрация производства как материальная основа реальных процессов капиталовложений и база, определяющая возникновение прибавочной стоимости, накопление которой определяет концентрацию капитала.

В трудах ученых-экономистов институционального и неинституционального направлений природа и содержание процессов концентрации производства и капитала исследуется не в полной мере, особое внимание уделяется их последствиям: особенностям функционирования крупных фирм и управления ими в условиях изменений институциональной структуры рынка [3].

Мировая практика свидетельствует о том, что именно крупное производство формирует значительные рыночные спрос и предложение, определяет важнейшие предпосылки для успеха в конкурентной борьбе, который определяется динамикой издержек и темпами роста производства, что требует от предприятий высокотехнологичного производства, мобильности в формировании стратегии развития, скорости оборота капитала. Все эти факторы наиболее рационально сочетаются в крупном производстве, где создаются наиболее благоприятные условия их формирования.

Крупный бизнес – основа экономики страны, и с этой точки зрения анализ последних тенденций его развития является актуальным направлением исследования.

Крупные предприятия выполняют роль локомотива национальной экономики. Они до сих пор гораздо эффективнее основной массы средних и мелких компаний и по производительности труда, и по рентабельности, и, наконец, по темпам роста. В силу своего особого положения, крупный бизнес концентрирует в своих руках основные денежные потоки. Кроме того, большинство современных крупных фирм – это международные компании, работающие на глобальных рынках, что позволяет им использовать преимущества относительно дешевых ресурсов мировой экономики, размещая разные стадии производства в различных странах. С наибольшей наглядностью эти свойства крупного бизнеса проявились в деятельности современных транснациональных корпораций (ТНК).

По данным Росстата, в 2014 году промышленное производство в России возросло на 1,7% по сравнению с предыдущим годом. Этот относительно благоприятный результат был получен, во многом, благодаря подъему в декабре, когда был достигнут рост на 3,9% по отношению к декабрю 2013 года. В 2015 году ситуация в российской промышленности будет уже развиваться в менее позитивном ключе [4].

Судя по информации Росстата, основными зонами роста в российской индустрии в 2014 году были пищевая, нефтеперерабатывающая, металлургическая промышленность,

производство стройматериалов, труб и железнодорожной техники. В то же время, по большинству позиций в машиностроительной отрасли в целом был зафиксирован спад. В конце прошлого года отмечалось некоторое увеличение выпуска автомобилей (при общем падении более чем на 10% по итогам года), удобрений и газовых турбин. Однако в текущем году расклад, очевидно, меняется [4].

Прогнозы специалистов в отношении развития российской промышленности на 2015 год имеют выраженный пессимистичный характер. Спада ожидают все: различается только возможная его глубина — от около 5 до более 20% в некоторых отраслях. Текущая экономическая политика правительства и, особенно, Центробанка РФ, действительно, крайне неблагоприятна по отношению к реальному сектору экономики. Падение рубля, взвинчивание процентных ставок, дефицит денежных ресурсов, фактический переход к политике жесткой экономии бюджетных расходов, отсутствие крупных государственных антикризисных инвестиций — все эти факторы, действительно, обеспечивают российской экономике спад.

Крупный бизнес в зарубежных странах, является основой стабильности экономики. В странах с устойчивыми демократическими традициями крупный бизнес поставлен в позицию, когда для реализации его планов он вынужден договариваться с другими субъектами экономической среды. В число крупнейших компаний мира входят такие фирмы, как: General Electric (США, промышленность), Roal Dutch (Великобритания – Дания, нефтегазовый сектор), Coca-Cola (США), Nippon Telegraph & Telephone (Япония, телекоммуникационная компания), ExxonMobil (США, нефтегазовый сектор), Apple (США, технологический сектор).

В пятерку крупнейших мировых производителей сельхозтехники входят и российские производители – завод «Ростсельмаш» в России (Ростов-на-Дону) и тракторный завод в Канаде (Виннипега). Сегодня Ростсельмаш – группа компаний, в которую входят 13 предприятий, выпускающих технику под брендами ROSTSELMASH, VERSATILE, FARM KING, Buhler. На сборочных площадках в России, США, Канаде и ЕС изготавливается полная линейка машин и оборудования для успешного агробизнеса от подготовки почвы и посева до уборки переработки урожая. Продуктовая линейка компании включает в себя более 150 моделей и модификаций 24 типов техники, в том числе зерно- и кормоуборочные комбайны, тракторы, опрыскиватели, кормозаготовительное и зерноперерабатывающее оборудование и др.

Производственные площадки расположены на территории Канады, России, США, Украины и Казахстана. Продажа осуществляется в 26 странах мира. Ростсельмаш занимает 17% мирового рынка продаж комбайнов и 65% рынка России и стран СНГ. За 86 (с 1929г) лет с его конвейера сошло около 3 млн. зерно- и кормоуборочных машин. На предприятиях трудятся около 10 000 человек [2].

Оплата труда в России примерно на 30% ниже. Средняя ставка по кредитам в 2012 году для завода «Ростсельмаш» в России составила 11,75%; в Канаде – 2,30%. В 2012 г. выплаты по кредитам в Канаде составили \$3,5 млн., в России надо было бы заплатить \$17,9 млн.

Безопасность ведения бизнеса проявляется в том, что для охраны канадского предприятия требуется 4 человека, а для охраны российского аналога — 150.

Если анализировать издержки производства, расходы по которым в России выше, чем в Канаде, можно заметить, что около 30% (\$14,4 млн.) составляет превышение выплат процентов по кредитам и 53,6% (\$26,1 млн.) – превышение налоговой нагрузки. Ставка налога на прибыль в Канаде составляет 35,0%. Однако с учетом различных вычетов и льгот по стимулированию НИОКР и модернизации производства эффективная ставка налога на прибыль составила на заводе в Канаде в 2012 году – 16,7%, что на 3,3% ниже, чем в России (ставка налога на прибыль в РФ – 20%).

Помимо более выгодных рамочных экономических условий, в Канаде успешно действуют различные государственные программы поддержки развития производства. По мнению Бабкина, в России не так ощутима государственная поддержка развития производства. «К примеру, в 2012 году предприятие в Канаде получило индивидуальные гранты на разработку новых компонентов в размере 100–150 тысяч долларов США на проект. На эти деньги разработали новую раму для трактора, топливный бак, элементы капота из новых материалов», — отмечает бизнесмен [1].

Помощь канадского государства ощущается и на этапе реализации продукции. Начинается это с поддержки сельхозпроизводителей. «По данным Организации экономического сотрудничества и развития (ОЭСР), в 2011 году объём поддержки сельского хозяйства в Канаде составил \$7 млрд, то есть \$160 на 1 гектар посевных площадей (в России данный показатель не превышает \$40). К примеру, топливо для нужд сельского хозяйства в Канаде не облагается налогами и акцизами – так называемое «розовое

топливо», что значительно снижает издержки производителей и позволяет внедрять прогрессивные технологии», — аргументирует Бабкин.

Получив поддержку, канадские фермеры имеют возможность регулярно обновлять парк сельхозтехники. «Благодаря поддержке государства, в первом полугодии 2013 года рост продаж тракторов в Канаде составил 8%, комбайнов – 21% (в России – падение на 13% и 26%, соответственно), что противоречит всем утверждениям о глобальном кризисе в экономике в целом и сельском хозяйстве в частности», — обращает внимание бизнесмен [1]. Такая же ситуация в работе на экспорт. «В Канаде действует госагентство по развитию экспорта EDC. В отличие от российского аналога (ЭКСАР), данное агентство не только страхует экспортные сделки, но и выдаёт связанные кредиты по льготным ставкам зарубежным покупателям. Например, на рынке Казахстана канадский тракторный завод реализует 100% продукции через программы EDC, а комбайновый завод «Ростсельмаш» только 3% продукции через ЭКСАР», — отмечает Константин Бабкин.

«В сравнении с зарубежным развитием бизнеса именно российская налоговая система – является тормозом развития промышленности и не дает возможности решить поставленные президентом задачи» К.А. Бабкин в записке В.В. Путину.

Недавно, в марте 2015 года Константин Бабкин сообщил: "С экспортом все неплохо. Думаю, в этом году он вырастет еще процентов на 20", – уточнив, что ранее он составлял 20% от объема производства (4,2 тыс.). Основные импортеры – страны СНГ, в первую очередь Казахстан, а также восточная Европа. По словам Бабкина, такой динамике наряду с укреплением дилерской сети и продвижением техники на рынке способствует девальвация рубля. "Девальвация рубля идет на пользу российским производителям потому, что доля иностранных конкурентов на рынке уменьшилась из-за того, что у них техника в два раза в рублях подорожала. Соответственно, наша конкурентоспособность повысилась", – пояснил он. К тому же, стоимость комбайнов «Ростсельмаша» увеличилась на 3–5% в конце прошлого года из-за модернизации их модельного ряда. «Пока производственные планы у нас остаются на уровне прошлого года, – сказал Бабкин, уточнив, что это порядка 4,2 тысячи единиц сельхозтехники, однако в сложившейся ситуации нужно быть готовыми как к неплохому, так и низкому уровню продаж», – добавил он [2].

Примером успешной внешней интеграции может служить

создание филиалов крупных российских компаний за рубежом и вовлечение в их деятельность дочерних зарубежных компаний в таких отраслях промышленности, как металлургия, химическая, телекоммуникационная, добывающая и перерабатывающая (яркий пример – нефтяная компания «Лукойл», имеющая филиалы в Украине, Белоруссии, США, Италии и других странах). Поскольку крупный бизнес напрямую зависит от развития малого бизнеса, так как он является основным поставщиком средств производства, комплектующих, в первую очередь нужно стимулировать именно малый сектор экономики. В 2015 году в России действуют различные программы государственной поддержки малого бизнеса (малого предпринимательства):

обучение (на безвозмездной основе, либо с частичным, обычно символическим, покрытием расходов);

денежные субсидии (58800 т.р. от центра занятости и другие). С 2013 года появилась новая субсидия от департаментов инвестиций и предпринимательства, администраций. Субсидия в размере 70% от затрат на бизнес, но не более 300 000 рублей;

стажировки;

льготный лизинг;

льготный/бесплатный аутсорсинг;

гранты[4]

Исходя из вышесказанного, можно сделать вывод, что крупный бизнес наряду с преимуществами имеет серьезные недостатки:

1. Инновационная деятельность слабо развита. Уровень внедрения инноваций в российские компании существенно ниже, чем в зарубежные.

2. Негибкость, возможная потеря контакта с потребителями.

3. Снижение стимулов к повышению эффективности производства.

4. Трудности в управлении многочисленными филиалами.

5. Ориентация на сырьевой сектор. Основная часть российских крупных предприятий функционирует в металлургии и топливной промышленности и осуществляет экспорт своей продукции за границу, что приводит к зависимости от спроса на сырье на мировом рынке.

Качественное развитие, устойчивость крупного бизнеса в России невозможны без решения хотя бы части имеющихся проблем. Вероятно, для развития инновационной деятельности в России окажется полезным повышение качества высшего образования и увеличение государственного финансирования научных

исследований, необходима серьезная кадровая политика. Для минимизации потерь эффективности управления при росте фирмы необходимо внедрение новейших управленческих разработок. Со стороны государства для поддержки сельхозпроизводителей необходимо стимулирование развития внутреннего рынка, установление контроля над экспортом, поддержка малоразвитых отраслей, снижение налоговой ставки, урегулирование ставок по кредитам, тем самым делая кредитование более доступным для бизнеса. На наш взгляд, также необходимо переориентировать экономику России с сырьевого сектора на обрабатывающий, на высокотехнологичные производства, на выпуск наукоёмкой продукции. Немало важным является участие в выставках инвестиционных проектов, для привлечения к себе сотрудников и клиентов.

### **Литература:**

1. Интервью президента ассоциации «Росагромаш» Константина Бабкина// <http://babkin-k.livejournal.com/182898.html>
2. Официальные данные ООО Комбайновый завод «Ростсельмаш»// <http://ru.rostselmash.com/>
3. Сорокин Д.А. Развитие концентрации капитала как базиса экономической инфраструктуры –№6,2010
4. Федеральная служба государственной статистики РФ// <http://www.gks.ru>.

## **ИННОВАЦИОННЫЙ БИЗНЕС В РОССИИ КАК ПРОРЫВ В ЭКОНОМИКУ БУДУЩЕГО**

В современных условиях одной из первостепенных задач экономического развития России является развитие инновационного бизнеса с целью формирования высокотехнологичных конкурентоспособных отраслей, позволяющих отойти от экспортно-сырьевой направленности экономики страны [3]. Поэтому проблема развития и становления инновационного бизнеса в России все более привлекает внимание не только учёных, но и практиков.

Вопрос о стабильном прогрессе экономики страны всё чаще связан с проблемами недостатка инноваций, новшеств, улучшений, ведь только с помощью данных процессов возможен переход к экономике «будущего». Инновационный бизнес сегодня – это путь к успеху не только в отдельно взятом рынке, но и в экономике в целом. Чтобы предприятие развивалось и не теряло своих потребителей, ему необходимо самосовершенствоваться, во время совершенствования одного предприятия – другие тоже будут улучшаться. Так и происходит рост экономики страны, за счет конкуренции и введению инноваций, этим и объясняется актуальность выбора темы.

Мировое положение экономики показывает, что уровень развития инновационной сферы – науки, новых технологий, наукоемких отраслей и компаний – это основа экономического роста общества, определяющая роль и положение государства в системе международных отношений, степень его экономической безопасности. В последнее время высокие темпы научно-технического прогресса и развитие наукоемких производств дали новый толчок к интенсивным научным исследованиям инноваций и инновационного развития. В мире использование знаний и инноваций – это важнейший экономический ресурс

Инновации становятся стратегическим фактором экономического роста, влияют на структуру общественного производства, стабили-

зируют социальную ситуацию в стране, тем самым способствуя разрешению главной экономической задачи – удовлетворение потребностей при ограниченности ресурсов. Каждое государство старается поднять свою экономику на новый уровень, совершить «прорыв», но лишь та страна, которая сделает это с помощью инноваций, действительно, добьется поставленной цели и заслуживает уважения [5].

Внедрение и развитие инновационного бизнеса – это инструмент, благодаря которому возможен прорыв в экономику будущего. Преобразования могут касаться структуры и правил функционирования как отдельно взятой небольшой компании, так и экономики всей страны, основанной на знаниях и передовых технологиях.

По нашему мнению, для осуществления «прорыва» в экономику будущего, необходимо привлекать всё новые и новые проекты, просматривать молодых специалистов и финансировать их путём выплат государственных субсидий. России нужны новшества, инновации различные улучшения не только готовой продукции, но и способа продажи, изготовления и переработки. Всё это просто необходимо для движения вперед, улучшения экономики страны в целом и каждой её отдельной части. Запустить «инновационный механизм» для повсеместного преобразования жизни непросто, но возможно, ведь полностью изменив один товар, подтянутся и остальные. Например, стоит лишь сделать совершенно новую, недорогую и качественную машину, опережающую все остальные, как сразу же конкурентоспособные предприятия начнут улучшать и модифицировать свою продукцию, и начнётся гонка, которая приведет к совершенно новым стандартам и качеству не только автомобилей, но и дорог, парковок и всей автомобильной отрасли [4].

У большинства предприятий нет достаточного количества средств, для инвестирования в инновации. Поэтому они не могут себе позволить разрабатывать совершенно новый продукт, а лишь частично модифицируют старый [2]. Именно это отражается на экономике страны не лучшим образом. В таком случае и необходима поддержка государства, инвесторов, которые смогут правильно распределить средства и помочь предприятиям выпустить, например, совершенно новый продукт, который будет более качественным при меньших затратах.

Развитие инновационного бизнеса в России отличается от зарубежного не только темпом, но и качеством. Для более детального анализа сначала рассмотрим отечественный опыт развития инновационного бизнеса.

Уровень инновационной активности российских предприятий составляет 10%, в которых основная доля приходится на иностранную или совместную собственность. Для стимулирования развития данной деятельности важную роль играют местные администрации, которые могут не только инвестировать напрямую из местного бюджета, но и создавать благоприятные инфраструктуры.

Инновационная система России развивается неравномерно, так как спрос на различные разработки, исследования невелик, и темпы роста невысокие. В доказательство служит тенденция в изменении структуры затрат на различные виды инноваций. Государство хоть и увеличивает с каждым годом затраты на разработки и исследования, финансируя компании, но лишь часть средств идёт на столь необходимые инновации.

Система поддержки инновационного бизнеса в России только формируется, но уже сейчас можно назвать элементы инфраструктуры этой поддержки.

1. Информационное обеспечение, включающее средства о федеральном и региональном законодательстве. Также включена информация о потенциальных инвесторах, инвестиционных проектах и т.д.

2. Создание развитой сети коммуникаций для бизнеса, которые помогают инвесторам выбирать объекты финансирования.

3. Создание центров менеджмента и маркетинга, которые могут обучать и переподготавливать предпринимательские кадры по инновационным дисциплинам.

4. Формирование бизнес-инновационных центров, технопарков [2].

В России на данный момент существуют неплохие условия для развития инновационной деятельности. Например, сотни технопарков, венчурных фондов и, что немало важно, развитие нанотехнологий в виде корпорации РОСНАНО. Всё это важно, ведь взять, к примеру, Германию – лидера по экспорту, не имею существенных запасов полезных ископаемых. Весь секрет кроется в словах Тома Питерса: «Инновации не просто важны, а являются необходимыми для выживания в качестве существенного игрока мировой экономики».

Для инноваций важна среда, в которой их можно будет успешно коммерциализировать. Для этого необходимы технопарки, в том числе при ВУЗах, которые будут способны принять людей с их идеями, наличие венчурных фондов с опытом поддержки успешных проектов. В России эта среда постоянно становится все более эффективной, в

этом существенную роль играет сотрудничество с западными технопарками и венчурными фондами [1].

В итоге, если государство разработает систему защиты интеллектуальной собственности российских инноваций во всем мире, а также начнет привлекать инвестиции в долгосрочные венчурные проекты, то Россия вполне может стать одним из мировых центров НИОКР и, следовательно, российская экономика обладает основными факторами конкурентоспособности для реализации предлагаемой инновационной стратегии национального развития. Также хотелось бы отметить, что инновационный бизнес помогает как целой стране, с помощью экономического роста, так и отдельным предпринимателям, усиливая конкуренцию.

Инновации сегодня не могут быть везде, но к этому необходимо стремиться, ведь чем больше будет различных новшеств, тем лучше будет жизнь обычных граждан. Бизнес-инкубаторы, инновационные предприятия – все это есть и в нашей стране, но, зачастую, люди, у которых есть идея, план по разработке инновационного продукта, услуги не могут воплотить его в жизнь, и это задача государства – всеми возможными усилиями помочь человеку с идеей воплотить её в жизнь.

Инновационный бизнес приносит пользу не только государству, но и предпринимателю, так как в случае успеха компанию ждет награда в виде прибыли. А ведь акцент делается на малые предприятия, потому что лишь они способны быстро ввести или убрать новый продукт и переквалифицироваться полностью. Поведенный анализ показал, что Россия сейчас способна поднять свой уровень развития экономики главным образом через финансирование инноваций, которые приведут страну к успеху, прорыву и благополучию проживающих граждан хоть и система поддержки инновационного предпринимательства только формируется. Но инновационный бизнес в России освоен не достаточно хорошо, следовательно, мы имеем огромные ресурсы и потенциал для развития бизнеса и прорыва в экономику будущего в дальнейшем.

#### **Список использованных источников:**

1. Зельднер А.Г. Государство и экономика: факторы роста. – М.: Наука, 2003.
2. Кравцова Т.И. Вклад малого предпринимательства в инвестиции России // Инновации и инвестиции: современное состояние

и перспективы: материалы Всероссийской научно-практической конференции. – М., 2002.

3. Сайбель Н.Ю. Перспективы развития инновационного предпринимательства в России // Феномен рыночного хозяйства: от истоков до наших дней: материалы II-ой Международной научно-практической конференции / под ред. Я.С. Ядгарова, В.А. Сидорова, В.Г. Ткаченко, В.В. Чапли. Краснодар: Издательство НИИ экономики ЮФО, 2014. С. 433-444.

4. Сайбель Н.Ю., Емтыль Ф.К. Проблемы и перспективы инновационного развития экономики России // Актуальные проблемы экономической теории и практики: сборник научных трудов / под ред. В.А. Сидорова. Выпуск 15. Краснодар: Кубанский государственный университет, 2013. С. 63-72.

5. Смит А. Исследования о природе и причинах богатств народов. – М., 1931.

## **ПРОГРАММНО-ЦЕЛЕВОЙ МЕТОД ПЛАНИРОВАНИЯ БЮДЖЕТНЫХ РАСХОДОВ**

Сегодня государство является сложной и многоуровневой системой, включающая себя множество институтов и подсистем, требующих регулирования и организации. Несмотря на выработанные в течение истории человечества многочисленные инструменты ведения политики и активную деятельность членов органов государственной власти, всесторонний контроль и организация различных направлений политики государства – задача крайне важная и сложная. В качестве выхода из данной ситуации был предложен программно-целевой метод планирования, который в нынешние дни так или иначе проявляется в различных формах и объемах и направлен на выполнение разноплановых задач. Для начала дадим определение понятию «программно-целевое планирование».

Программно – целевое планирование - это один из видов планирования, в основе которого лежит ориентация деятельности на достижение поставленных целей. Его особенность в том, что он построен по схеме «цели - пути – способы – средства». Данный метод предполагает составление детализированного плана по достижению обозначенного результата по каждой из поставленных направлений в намеченные сроки и при сбалансированном обеспечении финансовыми ресурсами. Решаться, таким образом, могут не только народно-хозяйственные задачи, но и различные локальные проблемы производственного, технического и другого плана.

Необходимость программно-целевого планирования в рамках государства обусловлена тем, что в настоящее время усложняются и усиливаются межрегиональные и межотраслевые связи, производственные, социально-экономические проблемы выходят за рамки отдельных отраслей и регионов. Использование только отраслевого планирования будет ускорять научно-технический прогресс, но в, то, же время усиливать ведомственную разобщенность и тормозить интеграцию и кооперацию. В то время как использование лишь терри-

ториального планирования будет развивать инфраструктуру, но только в рамках данного региона. Поэтому программно-целевой метод планирования является компромиссным решением данной проблемы. В сочетании с указанными выше двумя методами планирования, а также другими методами, в конечном итоге будут соблюдены интересы отраслей, регионов и всего общества в целом.

Исследование эволюционного развития программно-целевого метода финансово-бюджетного планирования в России несет в себе важное концептуальное значение для понимания его внутреннего экономического содержания, специфических особенностей, механизма реализации на практике, а также определения ключевых тенденций его развития на долгосрочную перспективу. Это обусловлено следующими причинами:

1) изучение содержания программно-целевого метода финансово-бюджетного планирования в ретроспективном ключе предоставляет уникальную возможность проанализировать длительное развитие планирования как процесса преобразования методологического аппарата деятельности в целях обозначения ключевых изменений в финансово-экономических отношениях и обеспечения адекватной им ресурсной основы;

2) современные условия характеризуются непрерывно увеличивающимся объемом знаний и развитием научной методологии, что предопределяет относительную самостоятельность программно-целевого метода финансово-бюджетного планирования, имеющего собственный предмет, инструментарий и терминологию;

3) концентрация накопленного опыта и анализ существующих в настоящее время тенденций позволяет определить состояние финансово-бюджетного планирования в конкретный временной период, сформулировать соответствующие выводы, выявить его ключевые достоинства и недостатки, экстраполировать положительный опыт к современным условиям, предупредить или минимизировать воздействие негативных факторов на социально-экономическую ситуацию в России, ее регионах и муниципальных образованиях.

Программно-целевой метод планирования в России имеет следующие этапы развития:

- 1 Дореволюционный период (до 1917 года). Данный этап характеризуется полным отсутствием последовательного и планомерного характера финансово-бюджетного планирования;
- Постреволюционный период (1917 – 1920-е годы). В данный промежуток времени руководство осознало необходимость обеспечения

четкого и своевременного процесса планирования и его влияния на основные макро- и микроэкономические показатели;

Период НЭП. Данный период существенно повлиял на становление программно-целевых технологий финансового бюджетного планирования;

Период Великой Отечественной войны и послевоенного восстановления. Данный этап характеризовался процессами ломки всех народнохозяйственных пропорций при одновременном укреплении плановой дисциплины во всех звеньях социально-экономического механизма страны;

1960 – 1970-е годы. В течение данного хронологического этапа государственные программы приобрели статус основного инструмента долгосрочного планирования;

1980 – конец 1990-х годов. Существующие проблемы стали рассматриваться комплексно, в непосредственном взаимодействии с другими смежными сферами;

Современный период развития программно-целевого метода финансово-бюджетного планирования. Здесь можно выделить подэтапы:

2004 – 2006 годы – реформирование бюджетного процесса;

2007 – 2009 годы – антикризисная политика;

2010 – 2012 годы – повышение эффективности расходования средств бюджетов;

2013 – 2018 годы – повышение эффективности управления публичными финансами.

В результате всех проводимых преобразований на современном этапе должна быть сформирована действенная система управления публичными финансами, которая требует завершения внедрения программно-целевого метода финансово-бюджетного планирования, структуризацию управления имеющимися в распоряжении ресурсами; обеспечения и проведения мер по обеспечению качественного менеджмента, а также повышения эффективности расходов федерального бюджета, большей открытости и доступности системы управления государственными финансами.

Именно поэтому разработка и реализация государственных целевых программ – это не только метод планирования, но и инструмент реализации экономической политики государства. В перечень приоритетных проблем на федеральном уровне включены следующие:

социальное развитие;

поддержка перспективных и свертывание неэффективных производств;

развитие инфраструктуры;

эффективное расходование ресурсов и сохранение научно-технического потенциала;  
сбалансированность производства и платежеспособного спроса;  
диверсификация экспортного потенциала.

Каждая конкретная программа включает:

точное определение цели, характеризующейся соответствующими результатами выполнения программы;

комплекс мероприятий и варианты их проведения по срокам и объемам требуемых ресурсов (связанные между собой мероприятия могут быть организованы в самостоятельные подпрограммы);

оценку экономической эффективности и социально-экономических последствий выполнения каждого варианта мероприятий с позиций достижения общей цели программы;

1. порядок реализации программы, регулирующий организацию проведения мероприятий, ответственных за осуществление каждого из них и в целом за всю программу, а также график ведения всего комплекса работ.

В зависимости от степени охвата единого народнохозяйственного комплекса можно выделить: общегосударственные программы, разрабатываемые для достижения наиболее важных целей общества (экономической интеграции, повышения уровня жизни населения, комплексной программы научно-технического прогресса); межотраслевые программы, направленные на достижение важных целей общественного развития, мероприятия, по выполнению которых затрагивают ряд отраслей экономики (развития топливно-энергетического и аграрно-промышленного комплексов, транспортной системы); функциональные программы, предназначенные для решения задач общественного развития в целом. На сегодняшний день все государственные программы поделены на 5 направлений:

- a) новое качество жизни;
- b) инновационное развитие и модернизация экономики;
- c) обеспечение национальной безопасности;
- d) сбалансированное региональное развитие;
- e) эффективное государство.

В программно-целевом методе особое место занимает планирование бюджетных расходов, так как это необходимое условие сбалансированности бюджета и показатель рационального расходования бюджетных средств. В масштабах целого государства это становится отнюдь не легкой задачей. И поэтому необходимо всестороннее регулирование данного вопроса органами государственной власти.

В первую очередь, безусловно, должно осуществляться законодательное регулирование. В 2013 году был разработан и внесен в Правительство Российской Федерации проект Бюджетной стратегии Российской Федерации на период до 2030 года, на основе которого в I квартале 2014 года проведена работа по уточнению (корректировке) предельных объемов финансового обеспечения государственных программ, положенных в основу планирования бюджетных ассигнований федерального бюджета. Данная стратегия позволяет оценить: возможные риски в долгосрочной перспективе, степень устойчивости национальной экономики и бюджета, источники экономического роста.

В 2013 году также были утверждены Указания о порядке применения бюджетной классификации Российской Федерации для составления проектов федерального бюджета и бюджетов государственных внебюджетных фондов и их исполнения в «программном» формате, которые установили порядок применения единых для бюджетов бюджетной системы Российской Федерации видов расходов, а также таблицу их соответствия статьям (подстатьям) классификации операций сектора государственного управления. Кроме того, в полной мере внедрен механизм формирования федерального бюджета на основе реестров расходных обязательств с заполнением главными распорядителями средств федерального бюджета соответствующих обоснований бюджетных ассигнований, что обеспечивает повышение обоснованности и прозрачности бюджетных расходов. Также был разработан и опубликован «Бюджет для граждан». Основной целью «Бюджета для граждан» является предоставление населению актуальной информации о бюджете и его исполнении в объективной, заслуживающей доверия и доступной для понимания форме. «Бюджет для граждан» был разработан в большинстве субъектов РФ.

С 1 января 2015 года также был введен в промышленную эксплуатацию Единый портал бюджетной системы Российской Федерации, функционирование которого направлено на обеспечение освещения основных целей, задач, ориентиров и итогов реализации бюджетной политики в Российской Федерации, обоснование государственных расходов и их взаимосвязь с количественными и качественными показателями деятельности публично-правовых образований и организаций сектора государственного управления. Но при всем удобстве, доступности и наглядности данных мер далеко не все население знает о их существовании, и поэтому у некоторой части населения может сложиться неправильное впечатление о проводимой Правительством политике. Поэтому необходимо принять меры по ознакомлению

населения с данными программами путем периодического напоминания в СМИ, предоставления данной информации школьникам и студентам в качестве ознакомления и т.д [6].

Достоинства и недостатки программно-целевого планирования бюджетных расходов можно проследить на примере реализации ДРОНДов (Докладов о результатах и основных направлениях деятельности).

В Концепции реформирования бюджетного процесса в Российской Федерации в 2004–2006 годах было представлено Положение о ДРОНДах, а Минфин России разработал Методические рекомендации по подготовке ДРОНДов.

Цель подготовки данных докладов – расширение применяемой методологической базы бюджетного планирования, которое будет ориентировано на результаты на основе эффективного расходования средств бюджета. Задачей в данном случае является обеспечение информацией Правительства России и Министерства финансов России для составления доклада о целях и результатах бюджетной политики, а также проектов бюджета на последующие годы.

ДРОНД включает в себя следующие разделы:

- а) цели, задачи и показатели деятельности;
- б) расходные обязательства и формирование доходов;
- в) бюджетные целевые программы и непрограммная деятельность;
- г) распределение расходов по целям, задачам и программам;
- д) результативность бюджетных расходов.

По своему содержанию ДРОНДы можно назвать скорее аналитическими докладами, чем полноценными документами, на основе которых будут определяться объемы бюджетных ассигнований. Но, несмотря на это, безусловным их преимуществом является формирование информации о деятельности субъекта планирования с соблюдением увязки целей, задач и результатов деятельности с фактическими и планируемыми объемами финансирования.

Главным недостатком ДРОНДов является недостаточно проработанная организация процесса планирования, а именно иногда цели приводятся без предварительного анализа сферы ситуации, не соблюдается иерархия целей и задач. Большему контролю подвержены этапы постановки задач и формирования итогов, в то время как промежуточному ходу действий уделено недостаточное внимание. Этим объясняется и отсутствие стимулов к достижению результатов, обозначенных в докладах и проектах.

Здесь должно быть проведено несколько преобразований: дополнение существующего законодательства; создание отлаженной процедуры распределения и взаимоувязки расходов с целями и задачами; недопустимость использования выборочных данных по отдельным программам; разграничение деятельности ответственных лиц по каждой конкретной программе.

Для того чтобы каждый проект был реализован, необходимо каждому субъекту планирования в пределах его компетенции определить перечень конкретных мероприятий, направленных на решение поставленных задач.

Таким образом, если Правительство сконцентрируется на данных проблемах и разработает эффективные пути их решения на основе предложенных, то система программно-целевого планирования станет более совершенной, будет способствовать уменьшению доли расходов и, как следствие, будет увеличивать национальное благосостояние.

#### **Список использованных источников:**

1 Постановление Правительства РФ от 22 мая 2004 г. N 249 "О мерах по повышению результативности бюджетных расходов"

2 Распоряжение Правительства РФ от 30.12.2013 N 2593-р Об утверждении Программы повышения эффективности управления общественными (государственными и муниципальными) финансами на период до 2018 года

3 Приказ Минфина России от 18.03.2013 N 31н "Об утверждении Указаний о порядке применения классификации расходов бюджетов для составления проектов федерального бюджета и бюджетов государственных внебюджетных фондов, начиная с бюджетов на 2014 год и на плановый период 2015 и 2016 годов"

4 Прогнозирование национальной экономики. Учебное пособие, Попов, В.А. - М.: Российская экономическая академия им. Г.В. Плеханова, 2011

5 Портал государственных программ Российской Федерации: <http://programs.gov.ru>.

6 Кравченко Н.П., Берлин С.И., Кравченко О.Н. Формирование эффективной бюджетной политики Краснодарского края в условиях бюджетной реформы. монография / Н.П. Кравченко, С.И. Берлин, О.Н. Кравченко. Краснодар. 2008./

*Финансовый университет  
(Краснодарский филиал)  
Научный руководитель:  
Солонина С.В.,  
канд. экон. наук, доцент*

## **ИНВЕСТИЦИОННАЯ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТЬ КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ**

В 2015 году в регионе планируется привлечь в экономику не менее 705 миллиардов рублей. Продолжается работа по обеспечению комфортных условий для инвесторов путем развития системы агропромышленных, технологических и промышленных парков с подготовленной инфраструктурой и привлекательной системой налоговых льгот.

Для начала перечислим причины, по которым нужно инвестировать в Краснодарский край:

В Краснодарском крае - одно из лучших в России инвестиционное законодательство.

Удачное географическое расположение Кубани по отношению к Европе.

Развитая финансовая инфраструктура.

Политическая стабильность в регионе.

Концентрация современных высокообразованных производительных сил.

Система государственного сопровождения инвестиционных проектов на всех этапах - от подписания протоколов о намерениях до сдачи объектов в эксплуатацию.

Высокий уровень жизни населения.

Возможность реализации инвестиционных проектов в любой отрасли экономики.

Кубань - регион, в котором создаются особые экономические зоны курортно-рекреационного типа.

Богатый потенциал природных ресурсов.

Край очень привлекателен тем, что является самым южным регионом России. Граничит с Ростовской областью, со Ставропольским краем и на юге - с Абхазией. Инвесторы должны обратить внимание на то, что край омывается Азовским и Черным морями. Очень об-

ширная протяженность пляжей более 1 000 км, так же является для инвесторов обширным диапазоном для инвестиций в курортную зону края.

Развитые пути сообщения 9 морских портов, 5 аэропортов, железнодорожные и автомобильные маршруты федерального значения дают возможность беспрепятственно наладить сбыт продукции, а так же обеспечить туристическое перемещение в разных направлениях.

Ведущими отраслями в Краснодарском крае в экономики считаются промышленность, агропромышленный и топливно-энергетический комплексы, строительство, транспорт, курорты и туризм.

По итогам 2014 года валовый региональный продукт Краснодарского края превысил 1,6 трлн. рублей с ростом почти на 1%, а объем инвестиций достиг практически 700 миллиардов. По итогам министерства экономики региона доля инвестиций в валовой региональный продукт за 2014 год составил 42 %. Этот результат обеспечил краю - 4 место в стране по объему освоенных инвестиций. Краснодарский край признан регионом с минимальным инвестиционным риском в рейтинге инвестиционной привлекательности регионов России, составленным конце года национальным агентством «Эксперт-РА».

В настоящее время в активной стадии реализации в регионе находятся еще 198 крупных, стоимостью свыше 100 миллионов рублей, инвестиционных проектов на общую сумму порядка 1,1 трлн. рублей. До конца 2015 года планируется завершить 42 проекта на общую сумму 53,2 миллиарда.

Перспективные инвестиционные проекты в крае на сегодняшний день:

Строительство всесезонного горнолыжного спортивно-оздоровительного комплекса

Строительство гостиничного комплекса «Жемчужный»

Размещение курортно-рекреационной зоны в Краснодарском крае

Строительство горно-рекреационного комплекса «Гора Семиглавая»

Строительство санаторно-курортных и туристских объектов на набережной «Высокий берег»

Строительство комплекса по выращиванию, обработке, упаковке и хранению овощей в г. Армавир

Логистический комплекс, Краснодарский край

Размещение завода по переработке сахарной свеклы

Логистический парк, Краснодарский край

Деревообрабатывающий комплекс

- Строительство завода по производству керамического кирпича
- Строительство мусороперерабатывающего полигона
- Строительство усовершенствованной свалки ТБО и комплекса по переработке и сортировке ТБО и т.д.

Изучив инвестиционные проекты, создается полная картина по направлениям развития края. Значительных изменений инвестиционного рынка региона не ожидается, по сравнению с 2014 годом. В дальнейшем, по мнению экономистов, решающим фактором для инвесторов будет не рейтинг, а экономическая обстановка, складывающаяся внутри страны и за её пределами. Если посмотреть, то можно, сделать вывод, что для инвесторов регион, прежде всего, остается одним из самых выгодных во многих направлениях. Выбор проектов для инвестирования очень велик, благодаря этому край преобразуется и растет инфраструктура.

### **Источники:**

- 1.Форум инвесторов и международных инвестиционных проектов;
- 2.Сайт: Путеводитель инвестора;
- 3.Сайт: Министерство экономики Краснодарского края «Краснодарский край - четвертый в стране по объему освоенных инвестиций»;
- 4.Статья: «Что ждет Краснодарский край в 2015 году? Прогноз министерства экономики»;
- 5.Сайт: Инвестиции в туризм

## Раздел 2

# СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ И ТЕНДЕНЦИИ УПРАВЛЕНИЯ ФИНАНСА- МИ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ СИ- СТЕМ, УЧЕТНО-АНАЛИТИЧЕСКИЙ ПРО- ЦЕСС И ТЕХНОЛОГИИ ФИНАНСОВОГО МЕНЕДЖМЕНТА

*Буклаков В.С.*

*Кубанский  
государственный университет  
Научный руководитель:  
Гребенникова В.А.,  
канд. экон. наук, доцент*

### **ФИНАНСОВЫЕ АСПЕКТЫ УДАЛЕННОЙ РАБОТЫ**

В современной системе рыночных отношений удаленная работа является важной экономической категорией и играет значимую роль для информационного общества, его развития и преобразования, максимизации прибыли, потенциально получаемую от экономии денежных средств, в условиях текущего общественно-исторического этапа развития.

В настоящее время удаленная работа представляет собой развивающуюся систему, до конца не изученную и имеющую ряд противоречий. Несмотря на конкретную дефиницию экономической категории «удаленная работа» существует множество точек зрения, касательно сущности данной формы занятости и ее сфере распространения. Кроме того, можно отметить неопределенность роли и места удаленной работы в системе современных рыночных отношений. Существует проблема индивидуального отторжения данной формы занятости на уровне предпринимателя или наемного работника.

Именно поэтому вопрос определения целостности структуры, конкретных составляющих, распространения, преимуществ и недостатков удаленной работы представляется как в теоретическом, так и в практической плане, актуальным.

Целью данной научной работы является определение преимуществ и недостатков удаленной работы, руководствуясь, главным образом, их финансовым аспектом.

Для достижения намеченной цели были поставлены следующие задачи:

1) Дать общую характеристику такой экономической категории, как удаленная работа. В рамках данной цели необходимо рассмотреть процесс возникновения и становления удаленной работы, уделить внимание ключевым фигурам, способствовавшим распространению телеработы в разных странах. Определить основные понятия и структурные элементы данной экономической категории. Сравнить официальные термины, имеющиеся в ТК РФ и в различной литературе, например, экономических словарях. Это предстает принципиально новым в данной работе, а также, несомненно, весьма актуальным.

2) Провести финансовый анализ привлекательности данной формы занятости. Здесь можно говорить о том, для каких отраслей удаленная работа имеет возможность предоставить различные преимущества, а также, где она неприменима и с точки зрения используемых ресурсов представляется затратной.

3) Определить конкретные финансовые выгоды удаленной работы, как для работодателя, так и наемного работника. В рамках данной цели стоит уделить внимание конкретным денежным суммам, а также другим финансовым показателям, которые могут быть сэкономлены при использовании рассматриваемой формы занятости.

4) Оценить нормативно-правовую базу удаленной работы, которая является мотивом и стимулом для развития этой формы занятости в мире, а также России, в частности. Поскольку удаленная работа в современном мире, особенно рассматриваемая с точки зрения российской действительности предстает экономической категорией, особо не защищенной с точки зрения правовой базы, необходимо осветить законы и подзаконные акты, уже действующие в разных странах, главным образом в России, а также задать основные направления развития данного вектора отношений.

5) На основании проведенных исследований сделать выводы о финансовой привлекательности телеработы, сделать предположения по усовершенствованию развития данной формы занятости. Так-

же здесь необходимо сделать общий вывод о проведенном исследовании полностью, определить, что получилось в итоге. Кроме того, остро актуальным и предстоящим в роле научной новизны предстает проведение опросов, касательно финансовых выгод телеработы для работодателя и наемного работника, что позволило определить векторы и инструменты развития данной формы занятости.

Удаленная работа (работа на дому) – форма занятости, при которой работодатель и наемный работник (заказчик, исполнитель) находятся на расстоянии друг от друга, передавая и получая техническое задание, результаты труда и оплату при помощи современных средств связи (изначально, факс, почтовые сообщения, в наши дни – преимущественно Интернет).

В России удаленную работу начали практиковать в 90-х. Однако следует отметить, что в 2005 году ее признавали эффективной и выгодной только 14% руководителей страны (в то же время, в США данный показатель составлял 46%, а в Японии 78%).

Переходя к основному предмету исследования данной научной работы важно оговорить, что все выгоды, а также упущения удаленной работы будут рассматриваться с точки зрения не только двух непосредственно участвующих сторон, а точнее, работодателя и наемного работника, но и государства в целом. Все перечисленные выше субъекты, так или иначе, в чем-то выигрывают, а в чем-то проигрывают, сталкиваясь с удаленной работой.

Начнем рассматривать финансовые выгоды надомной работы для работодателя, то есть, непосредственно, для бизнеса. Перевод части сотрудников в режим удаленной работы и практика гибкого рабочего времени могут быть очень выгодными, говоря языком «сэкономленных долларов».

Итак, во-первых, мы говорим о повышении продуктивности бизнеса. Любую выполняемую работу можно условно разделить на продуктивную и непродуктивную. Под этим подразумевается, что именно продуктивная работа приведет к намеченным результатам. С другой стороны, непродуктивная работа расходует ваше время, силы, финансовые ресурсы, однако, к цели не приближает. Говоря о конкретных примерах, связанных с достоинством удаленной работы, обозначенным выше, можно заметить, что в компании AmericanExpress (американская финансовая компания, известными продуктами которой являются кредитные карты, платежные карты, дорожные чеки) удаленные работники производят на 43% больше, чем их коллеги в офисе. Кроме того, телеработник или надомник, в одной из крупнейших американских телекоммуникационных компаний AT&T, в

среднем работает на 5 часов больше, чем их офисный сотрудник в неделю.

Во-вторых, необходимо рассмотреть экономию для бизнеса, которая связана с арендой, парковкой и электричеством. Опять же, обратимся к конкретному примеру. Компания IBM, одна из крупнейших в мире производителей и поставщиков аппаратного и программного обеспечения, сократила затраты на недвижимость на \$50.000.000. Например, один из офисов компании в штате Нью-Йорк действует по правилу 80-20, что означает: 800 сотрудников используют только 200 рабочих мест.

Вывод о роли и месте удаленной работе здесь напрашивается сам по себе. Довольно прозрачным кажется и весомое сокращение затрат, которые связаны с парковкой. Несмотря на ясность доводов, и фактов, необходимо отметить, что в России компании далеко не самым достойным образом заботятся об этом. Однако, несомненно, в будущем, когда организация бизнеса выйдет на новый уровень, а также, принимая во внимание, современную дорожную ситуацию, данная проблема будет весьма актуальной. Значительным является и сокращение общепроизводственных расходов на электроэнергию. В свое время для многих стран мира идея такого сокращения являлась одним из главных мотивов для того, чтобы начать переводить часы на летнее и зимнее время. Световой день увеличивался, а значит в домах, офисах, компаниях появлялась возможность сэкономить на свете в течение, по меньшей мере, часа.

Третьим достоинством фриланса для бизнеса, является сокращение расходов по прогулам, опозданиям, а также отпускам по болезням.

Компании США ежегодно теряют 300 млрд. долл. из-за незапланированного отсутствия сотрудников на рабочем месте. По данным American Management Association, организации, которые практикуют возможность удаленной работы для сотрудников, сократили количество прогулов и опозданий на 63%.

Удаленные работники обычно не прекращают работать во время болезни. Надомник сам может определить, когда ему стоит начать работу, а когда принять лекарства или избавиться от недомогания. Также, можно говорить о положительном значении удаленной работы на бизнес, касательно удержания сотрудников.

Весьма странно, но остается фактом, что 6% американских работников предпочтут возможность работать удаленно повышению заработной платы, а 10% технических специалистов пойдут даже на сокращение оплаты труда ради варианта работы из дома. Именно так

ответили респонденты на предложенный опрос “Teleworking’s Advantages” в США в 2014 году. Перейдем ко второй стороне удаленной работы – надомник, который непосредственно эту работу осуществляет.

Одной из первых статей расходов для работников является транспорт. Даже если человек пользуется общественным транспортом, сумма за это использование в месяц довольно внушительная. По подсчетам, при текущем уровне цен, данная сумма составляет 1320 рублей в месяц, что очень весомо для работника. Удаленная работа решает проблему затрат на транспорт, а кроме того и проблему временных ресурсов.

Во-вторых, можно говорить о том, что, благодаря, «всемирной паутине» выбор организаций для работы неограниченно возрастает. Следовательно, наемный работник может выбрать наиболее оплачиваемую должность. Также надомник осведомлен о всех имеющихся предложениях работы по данной вакансии и о текущем положении дел, непосредственно там, где он работает.

Третьим достоинством является заработная плата. А точнее, ее независимость от территории проживания. Вы можете быть сотрудниками компаний, расположенных в любых концах страны и за рубежом. Для примера, если человек проживает в Краснодаре и у него есть желание удаленно поработать «наборщиком текстов», он может выбрать предложение из Центральных регионов России, например, Москва или Санкт-Петербург. Особенно это актуально, если в регионе, где проживает потенциальный наемный работник предложения по данным вакансиям нет.

Как уже было сказано, работать можно в любом месте, лишь бы был выход в Интернет. Именно поэтому многие удаленные работники, активно путешествуют. Это положительно сказывается на трудовом потенциале работника, а вполне возможно и на будущей заработной плате тоже. Кроме того, важнейшим преимуществом такой деятельности, которое принесет финансовые выгоды удаленному работнику в будущем, является гибкий график работы. Кому-то нравится работать по утрам, кому-то – вечером, можно заранее планировать свои личные дела. В первую очередь, фриланс эффективен для работников, которые не должны встречаться с клиентами или иными партнерами, либо могут делать это на их территории. Например, менеджеры по продажам. Также, фрилансер может иметь несколько работодателей, что ведет к снижению трудоемкости работы за счет возможности работы над схожими проектами в разных компаниях, или постоянных клиентов на свои услуги, а, возможно, и находить новых.

Несомненно, стоит отметить, что для надомника – удаленная работа – это возможность параллельно делать личные, домашние дела. Уход за детьми, пенсионерами, а также за людьми с ограниченными возможностями. Общей, как для работодателя, так и для наемного работника является преимущество сохранения занятости работников при неблагоприятном положении компании.

В особенности эта тенденция положительна если наемный работник не испытывает финансовых трудностей и способен подождать момента, при котором фирма преодолет, так называемый, кризис. Важно отметить, результатом надомной работы является, как правило, материальный продукт. Таким образом, надомная работа и дистанционная работа – более узкие понятия по сравнению с определением «удаленная работа», то есть составляющие удаленной работы.

**Таблица 1 – Определение основных понятий удаленной работы**

Термины	Трудовой Кодекс Российской Федерации	Современный экономический словарь
Надомники	Лица, заключившие трудовой договор о выполнении работы на дому из материалов и с использованием инструментов и механизмов, выделяемых работодателем, либо приобретаемых надомником за свой счет (по ст. 310)	Лица, выполняющие работу, занятое трудовой деятельностью на дому, согласно договору, заключенному с предприятием. Результат надомного труда – продукция – сдается предприятию и оплачивается им
Дистанционные работники	Лица, заключившие трудовой договор о дистанционной работе (по ст. 312.1)	Лица, являющиеся полноценными работниками, в отношении которых нет необходимости выполнения всех предусмотренных Кодексом процедуры (полноценное оформление, оборудование рабочего места и др.)
Надомная работа	Понятие равнозначно «дистанционной работе»	Форма занятости, предполагающая наличие работы, не связанной с конкретным рабочим местом на предприятии или в организации, но связанной с выполнением определенного задания, данного работодателя
Дистанционная работа	Выполнение определенной трудовой функцией вне	Форма занятости, когда работодатель и наемный работник находятся на некотором рассто-

	места нахождения работодателя, его филиала, представительства, при условии использования для выполнения данной функции и для осуществления взаимодействия между работодателем и работником по вопросам, связанным с ее выполнением	янии друг от друга, передача и получение технического задания, результаты и оплата выполненной работы происходит посредством информационно-телекоммуникационных сетей
Удаленная работа	Понятие равнозначно «дистанционной работе»	Работа, выполняемая работником компании у себя на дому

Выше приведена таблица, в которой сравниваются ключевые определения и понятия, связанные с удаленной работой. Главной целью данной сводки является следующая: определение различий в определении этих понятий, данных в ТК РФ, а также в современных словарях и определение, так называемого, удельного веса каждого из них.

Кроме того, важно отметить отрасли, в которых удаленная работа будет эффективна. Их огромная плеяда, поэтому можно выделить наиболее популярные, такие как: маркетологи, творческие специалисты, редакторы, исследователи, аналитики, IT-специалисты, наборщики текстов, корректоры, сборщики, упаковщики, консалтинг, юристы, репетиторы, психологи, переводчики, риелторы, торговые представители и др.

Постоянно растёт количество людей, которые занимаются телеработой. В странах Запада в законе давно прописаны обязанности и права обеих сторон, однако, стоит отметить, что в России подобных нормативно-правовых актов не было вплоть до 2013 года. 22 марта Госдумой в третьем чтении был принят федеральный закон «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации (об особенностях правового регулирования труда работников, выполняющих работу вне места расположения работодателя)».

Закон обязывает нанимающую сторону (работодателя) заключать трудовой договор с удаленными сотрудниками. Дистанционному работнику вправе выбрать – вносить сведения о работе по такому договору в трудовую книжку или нет. Необходимо также оговорить, что удаленная работа, касательно большинства стран, регулируется правом международным, явный пример этому – Женевская конвенция «О надомном труде» 1996 года. Однако конвенция не ратифицирована в России. В статье 312 ТК РФ, являющейся еще одним регулятором удаленной работы в нашей стране рассмотрены особенности

расторжения трудового договора с удаленными (надомными) работниками. На основании данных, приведенных выше, необходимо отметить, что нормативно-правовая- система удаленной работы в РФ нуждается в доработке и активном преобразовании для обеспечения наиболее полной защиты наемных работников и работодателей.

#### **Список использованных источников:**

1. Опальная Р.В. Справочник технического переводчика М. «Астрель» 2009 г. 607 с.
2. Райзберг Б.А., Лозовский Л.Ш. Современный экономический словарь. М.: ИНФРА-М. 1999 г. 479 с.
3. Рылявский А.А. Словарь бизнес-терминов, К. «АСТ». 2007 г. 501 с.
4. Щеглов Г.В., Арчер В. Терминологический ювенологический словарь, М.: «Астрель». 2005 г. 364 с.
5. Удаленная работа. Часть I: в чем выгоды для бизнеса? // [www.livebusiness.ru](http://www.livebusiness.ru)

## **ОЦЕНКА УРОВНЯ МОНЕТИЗАЦИИ РОССИЙСКОЙ ЭКОНОМИКИ И ПУТИ ЕЕ ПОВЫШЕНИЯ**

Данная тема актуальна в связи с последними экономическими событиями, связанными с возросшей волатильностью валютного курса и использованием центральным банком России ключевой ставки в качестве основного инструмента денежной и валютной стабилизации. Все это оказывает существенное влияние на состояние сферы денежного обращения. Рассмотрим это на примере показателя монетизации экономики.

Монетизация экономики – это показатель насыщенность деньгами. При расчете монетизации экономисты учитывают денежную массу в национальном определении (M2), которая состоит из наличных денег в экономике и банковских депозитов, на которых размещаются средства организаций, предпринимателей и населения. Таким образом, чем выше монетизация, тем больше денег у банков, чтобы предоставлять кредиты в реальный сектор экономики.

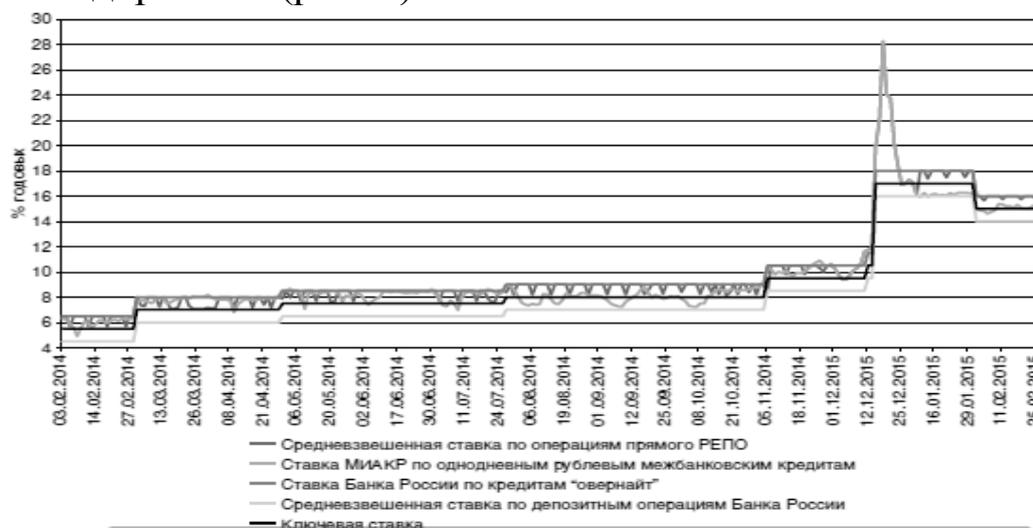
В 2013 году уровень монетизации экономики России – отношение денежной массы к ВВП – составил 47,1%, что характерно для некоторых недоразвитых экономик стран Африки и Латинской Америки. В среднем мировой показатель монетизации в 2012 году был 125,1%.

Если денег относительно номинального ВВП в экономике мало, то кредиты становятся слишком дорогими, предприятия не могут нормально развиваться, создавать новые рабочие места и модернизировать производство. В российской экономике так мало денег, потому что Центральный Банк России проводит целенаправленную политику по ограничению денежного предложения. Центральный Банк считает, что таким образом он сможет добиться снижения инфляции. Однако ЦБ почему-то не учитывает, что инфляция в России по большей части носит немонетарный характер, то есть, образуется не от того, что денег в экономике слишком много, а по целому ряду других

причин (это, например, рост тарифов на электроэнергию, газ и т.д.). В целом, по разным оценкам, доля немонетарной инфляции в России в последние годы была довольно высока – около двух третей от общего показателя[2]. Поэтому ограничение денежного предложения – это неэффективный способ для борьбы с инфляцией в России.

Более того, ограничение денежного предложения вредно для экономического роста. Из-за дефицита денежных ресурсов доступность банковских кредитов, как для бизнеса, так и для населения остается низкой, а стоимость привлечения средств продолжает расти. В начале 2015 г. в России ставки по среднесрочным кредитам повысились до 20% годовых и выше, т.е. находятся практически на запретительном уровне. Ставки по потребительским кредитам – еще выше. В итоге рост ставок по кредитам, с одной стороны, повышает издержки и вызывает стремительную потерю конкурентоспособности российского бизнеса, а с другой стороны, препятствует увеличению потребительского спроса. Темпы экономического роста в стране в такой ситуации могут только падать, что и происходит в российской экономике.

Испытывая дефицит ликвидности, банки увеличили заимствования в ЦБ, таким образом, стал более действенным второй канал денежной эмиссии. Однако этот канал монетизации ограничен. Стоимость таких займов очень высока, условия их предоставления жесткие, и не все кредитные организации могут их выполнить. Таким образом, если недавно рубли шли в экономику бесплатно (через такой канал, как покупка валюты), а теперь за каждый рубль нужно платить (кредитование ЦБ). А межбанковские кредиты (рыночная цена денег) остаются дорогими (рис. 1).



**Рисунок 1** – Динамика процентных ставок на рынке МБК, февраль 2014 г. – февраль 2015 г. Ист.: Статистический бюллетень Банка Рос-

сии. № 3. 2015 г. 7.Графики и диаграммы. С.250. п.7.2.<sup>1</sup> Одной из основных функций Банка России является рефинансирование банков под определенный процент, который выражен в ключевой ставке. Если ставка растет, то, во-первых, банки занимают у ЦБ меньше денег и, следовательно, сами выдают меньше кредитов населению и предприятиям. Данные в таблице 1 показывают, что произошло сокращение кредитования российскими банками.

**Таблица 1**– Объемы кредитования реального сектора российской экономики в 2011-2015 гг. (на начало года)

Показатель	1.01.1 1	1.01.1 2	1.01. 13	1.01.1 4	1.01. 15
Кредиты и прочие размещенные средства, предоставленные нефинансовым организациям и физическим лицам, включая просроченную задолженность (млрд. руб.)	18 147,7	23 266,2	27 708,5	32 456,3	40 865,5
в % к ВВП	39,2	41,6	44,6	49,0	57,2
в % к активам банковского сектора	53,7	55,9	56,0	56,5	52,6

Как видно из таблицы 1, доля кредитов реальному сектору экономики в активах банковского сектора в 2014 г. сократилась на 4 п.п.

Во-вторых, банки берут у ЦБ кредиты под более высокий процент и, чтобы компенсировать потери, также поднимают ставки на выдаваемые ими кредиты.

Таким образом, денег в экономике становится меньше, и они становятся дороже. В таких условиях, когда дефицит ликвидности усугубляется и замедляется экономический рост, ЦБ должен повышать монетизацию экономики. Это требует создания новых инструментов финансирования.

В России с начала 2015 г. ключевая ставка уже два раза пересматривалась в сторону понижения: с 17% до 14%. Это связано с замедлением роста цен и укреплением рубля, но навряд ли такая ставка «запустит» массовое кредитование.

По мнению экономистов, единственный путь – это ремонетизации российской экономики. Иными словами, в течение шести лет в мягком переходном режиме, с гарантией неинфляционного ввода средств просчитанная и предлагаемая процедура ремонетизации мо-

<sup>1</sup> Доступно на сайте Банка России. URL: <http://www.cbr.ru/publ/?PrId=bbs>

жет реально оздоровить российскую финансовую систему и дать импульс инвестиционной подкачке экономического развития[3].

Как может выглядеть пошаговый алгоритм подобных решений? Представляется, что его логика вытекают из пороговых условий решаемой задачи и выбора самого алгоритма. Ъ

Ввести (пусть даже и «временно») государственное управление валютным курсом, а именно: его дифференцирование по различным группам товаров.

Цель при этом состоит в защите от валютных атак и спекуляций, дестабилизирующих рубль, и снижении неопределенности для экспортеров-импортеров с максимальной гибкостью и минимальными издержками для отечественного бизнеса.

Необходимо создать специальный институт развития для ремонетизации российской экономики, например, с помощью инструмента проектного инвестирования с участием государственных банков. Это открывает возможность суверенного инвестирования в развитие в размере сотен миллиардов долларов, или более 10 трлн. руб. в год. Восстановить с помощью указанного института развития монетизацию российской экономики до безопасного и рабочего уровня.

Экономический рост и развитие, снижение инфляции, импортозамещение, модернизация экономики могут быть достигнуты только в случае суверенизации российской финансовой системы и изменения монетарной политики ЦБ РФ.

Очевидно, что нынешняя денежно-кредитная политика ЦБ РФ более неприемлема.

Фактически в распоряжении руководства России, поставившего задачу поиска новых источников экономического роста и развития, усиления потенциала противостояния внешним санкциям, объективно имеется суверенный ресурс в виде решения по ремонетизации финансовой и экономической системы страны. Это приведет к существенному оздоровлению национальных финансов и даст импульс интенсивным и позитивным социально-экономическим процессам развития. Особенно странной позиция ЦБ по ограничению предложения денег выглядит на фоне мер, осуществляемых центральными банками других стран – от США до Японии. Желая стимулировать инвестиции и экономический рост, они стараются увеличить объем предлагаемых средств, снизить их стоимость. Зачем мы делаем все наоборот?

### **Список использованных источников:**

1. Банк России. Денежно-кредитная и финансовая статистика. URL: <http://www.cbr.ru/statistics/?PrtId=dkfs> (дата обращения 05.05.2015).
2. Инфляция и монетизация в России [Электрон. ресурс] // ВОПРОСИК. – URL: <http://voprosik.net/inflyaciya-i-monetizaciya-v-rossii/>. – Загл. с экрана.
3. Российская экономика обескровлена. [Электрон. ресурс] // Газета.RU. – URL: [http://www.gazeta.ru/growth/2014/07/17\\_a\\_6117077.shtml](http://www.gazeta.ru/growth/2014/07/17_a_6117077.shtml). – Загл. с экрана. – (дата обращения 20.03.2015).

**СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ДОХОДОВ И РАСХОДОВ  
ОРГАНИЗАЦИЙ (ОАО «КРАСНОДАРСКИЙ ХЛЕБОЗАВОД  
№6»  
И ОАО «ЛАБИНСКИЙ ХЛЕБОЗАВОД»)**

ОАО «Краснодарский хлебозавод №6» является крупным производителем хлебобулочных и кондитерских изделий на Кубани. Предприятием вырабатывается около 13 % продукции хлебопекарной отрасли края.

Выработка хлебобулочных изделий по предприятию составляет 97,3% от общего объема производства.

На рынке хлебобулочных изделий – акционерное общество является безусловным лидером среди предприятий отрасли в г. Краснодаре и пригороде.

Так же, что немаловажно, акционерное общество обладает ярко выраженными конкурентными преимуществами (широкий ассортимент, качество продукции, большой запас мощности, ценовая политика, условия работы).

Выпуск продукции увязан со спросом и изменяется в соответствии с заказами покупателей. Заявки торговли на хлебобулочные и кондитерские изделия выполняются полностью.

Ассортимент вырабатываемой продукции постоянно расширяется и обновляется с учетом потребительского спроса. За 2014 год предприятие освоило выпуск булочек слойка Бабочка, слойка Лакомка, тостовый хлеб с укропом, тостовый хлеб Томатный, хлеб Казачий.

По данным ф. № 2 "Отчет о финансовых результатах" проанализируем в динамике состав и структуру доходов и расходов организации (табл.1).

**Таблица 1-Анализ состава, структуры и динамики доходов и расходов организации. (За 2013 год.)**

Показатель	2013 г.		2012 г.		Изменение (+:-)	
	Сумма, тыс. руб.	Удельн. вес, %	Сумма тыс. руб.	Удельн вес, %	тыс. руб.	Темп роста
1	2	3	4	5	6=2-4	7=2/4
1.Выручка (стр.2110)	648 018	99,41	627 861	99,20	20 157	103,21
2.Прочие доходы (стр.2340)	3 846	0,59	3 404	0,54	442	112,98
3.Отложенные налоговые активы (стр.2450)	0	0,00	1 652	0,26	-1 652	0
4.Всего доходов организации	651 864	100,00	632 917	100,00	18 947	102,99
5.Себестоимость продаж (стр.2120)	592 865	91,98	589 838	93,21	3 027	100,51
6.Коммерческие расходы (стр.2210)	34 384	5,33	31 482	4,97	2 902	109,22
7.Прочие расходы (стр.2350)	14 063	2,18	8 930	1,41	5 133	157,48
8.Отложенные налоговые обязательства (стр.2430)	2 592	0,40	2 222	0,35	370	116,65
9.Отложенные налоговые активы (стр. 2450)	318	0,05	0	0,00	318	-
10.Текущий налог на прибыль (стр.2410)	320	0,05	357	0,06	-37	89,64
11.Всего расходов организации	644 542	100,00	632 829	100,00	11 713	101,85
12.Доходы на 1 рубль расходов (коэфф.)	1,011	1	1,0001	1	0,0109	101,090

Таким образом, на конец отчетного года практически 100% доходов предприятия составляет выручка от продаж, доля прочих доходов

невелика. В целом это характеризует деятельность предприятия положительно. Также за год выручка предприятия выросла на 20 157 (тыс. руб.) (на 3,21%), все доходы увеличились на 18 947 (тыс. руб.) (на 2,99%). В структуре расходов основную долю занимает себестоимость товаров (91,98%). За год расходы предприятия увеличились на 11 713 (тыс. руб.) (на 1,85%). Как положительный момент следует отметить, что темп роста доходов превышает темп роста расходов. По данным ф. № 2 "Отчет о финансовых результатах" проанализируем в динамике состав и структуру доходов и расходов организации (табл.2)

**Таблица 2-** Анализ состава, структуры и динамики доходов и расходов организации. (За 2014 год.)

Показатель	2014 г.		2013 г.		Изменение (+;-)	
	Сумма, тыс. руб.	Удельный вес, %	Сумма, тыс. руб.	Удельный вес, %	тыс. руб.	Темп роста %
1	2	3	4	5	6=2-4	7=2/4
1.Выручка (стр.2110)	613 768	99,52	648 018	99,41	-34 250	94,71

Как видно из таблицы за год выручка предприятия уменьшилась на 34 25250 (тыс. руб.) (на 5,29%), все доходы уменьшились на 35 138 (тыс. руб.) (на 5,39%). В структуре расходов основную долю занимает себестоимость товаров (91,50%). За год расходы предприятия уменьшились на 28 671 (тыс. руб.) (на 4,45%).

2.Проценты к получению (стр.2320)	2	0,0003	0	0,00	0	—
3.Прочие доходы (стр.2340)	2 956	0,48	3 846	0,59	-890	76,86
4.Всего доходов организации	616 726	100,00	651 864	100,00	-35 138	94,61
5. Себестоимость продаж (стр.2120)	563 417	91,50	592 865	91,98	-29 448	95,03
6.Коммерческие расходы (стр.2210)	34 942	5,67	34 384	5,33	0	—

7.Прочие расходы (стр.2350)	15 371	2,5	14 063	2,18	1 308	109,3
8.Отложенные налоговые обязательства (стр.2430)	1 527	0,25	2 592	0,40	-1 065	58,91
9.Отложенные налоговые активы	136	0,022	318	0,	-182	42,77
10.Текущий налог на прибыль (стр.2410)	372	0,06	320	0,05	52	116,25
11.Прочее (стр.2460)	106	0,02	0	0,00	106	-
12.Всего расходов организации	615 871	100,00	644 542	100,00	-28 671	95,55
13. Доходы на 1 рубль расходов (коэффициент)	1,001	1	1,011	1	-0,01	99,01

Как видно из таблицы за год выручка предприятия уменьшилась на 34 Следовательно, за 2014 год состояние организации несколько ухудшилось. Это можно связать с тем, что, несмотря на то, что себестоимость и расходы уменьшились выручка, и доходы также имеют тенденцию к снижению

ОАО «Лабинский хлебозавод» - относится к предприятиям средней мощности. Период деятельности общества в отрасли 90 лет.

За 2014 год выработано изделий всего — 2427,3 тонн, в том числе хлеб – 1845,9 тонны, бараночные изделия – 15,6 тонн, булочные изделия – 548,5 тонн, кондитерские изделия – 299,5 тонны, макаронные изделия – 10,6 тонны. Из общего объема выработки хлеб составил — 64%.

Приоритетными направлениями являются:

1. Производство продукции с наименьшими издержками;
2. Увеличение реализации продукции в фирменной торговой сети;
3. Увеличение доли кондитерских изделий на рынке сбыта;
4. Внедрение новых технологий и материалов;
5. Подготовка квалифицированных работников;

6. Расширение ассортимента и массовый выпуск новых изделий. (В течение 2014 года выпущено новых изделий — 48 наименований в том числе:

- хлеб – 3 видов
- булочные изделия – 15 наименований
- кондитерские изделия – 30 видов

По данным ф. № 2 "Отчет о финансовых результатах" проанализируем в динамике состав и структуру доходов и расходов организации (табл.3).

**Таблица 3-**Анализ состава, структуры и динамики доходов и расходов организации. (За 2013 год.)

Показатель	2013 г.		2012 г.		Изменение (+;-)	
	Сумма, тыс. руб.	Удельный вес, %	Сумма, тыс. руб.	Удельный вес, %	тыс. руб.	Темп роста %
1	2	3	4	5	6=2-4	7=2/4
1.Выручка (стр.2110)	124 589	98,91	123 003	99,54	1 586	101,30
2.Прочие доходы (стр.2340)	1 379	1,09	571	0,46	808	541,51
3.Всего доходов организации	125 968	100,00	123 574	100,00	2 394	101,94
4.Себестоимость продаж (стр.2120)	112 300	91,98	113 453	96,43	-1 153	98,98
5.Коммерческие расходы (стр.2210)	5 214	4,27	0	0,00	5 214	-
6.Прочие расходы (стр.2350)	3 092	2,53	2 656	2,26	436	116,42
7.Текущий налог на прибыль (стр.2410)	1 487	1,22	1 544	1,31	-57	96,31
8.Всего расходов организации	122 093	100,00	117 653	100,00	4 440	103,77
9.Доходы на 1 рубль расходов (коэффициент)	1,032	1	1,101	1	-0,069	93,73

Таким образом, на конец отчетного года практически 100% доходов предприятия составляет выручка от продаж, доля прочих доходов

невелика. В целом это характеризует деятельность предприятия положительно. За год выручка предприятия выросла на 1 586 (тыс. руб.) (на 1,30%), все доходы увеличились на 2 934 (тыс. руб.) (на 1,94%).

В структуре расходов основную долю занимает себестоимость товаров (91,98%). За год расходы предприятия увеличились на 4 440 тыс. руб. (на 3,77%).

Темп роста расходов выше, чем темп роста доходов. Это является отрицательным фактором для организации, но положительным является факт увеличения доходов и уменьшения себестоимости.

По данным ф. № 2 "Отчет о финансовых результатах" проанализируем в динамике состав и структуру доходов и расходов организации (табл.4).

**Таблица 4-**Анализ состава, структуры и динамики доходов и расходов организации. (За 2014 год.)

Показатель	2014 г.		2013 г.		Изменение (+;-)	
	Сумма, тыс. руб.	Удельный вес, %	Сумма, тыс. руб.	Удельный вес, %	тыс. руб.	Темп роста %
1	2	3	4	5	6=2-4	7=2/4
1.Выручка (стр.2110)	142 507	99,12	124 589	98,91	17 918	114,38
2.Проценты к получению (стр.2320)	333	0,23	0	0,00	333	—
3.Прочие доходы (стр.2340)	732	0,51	1 379	1,09	-647	53,08
4.Отложенные налоговые активы (стр.2450)	199	0,14	0	0,00	199	-
5.Всего доходов организации	143 771	100,00	125 968	100,00	17 803	114,13
6.Себестоимость продаж	127 436	92,46	112 300	91,98	15 136	113,48

(стр.2120)						
7.Коммерческие расходы (стр.2210)	6 388	4,64	5 214	4,27	1 174	122,52
8.Прочие расходы (стр.2350)	2 225	1,61	3 092	2,53	-867	71,96
9.Текущий налог на прибыль (стр.2410)	1 778	1,29	1 487	1,22	291	119,57
10.Всего расходов организации	137 827	100,00	122 093	100,00	15 734	112,89
11. Доходы на 1 рубль расходов (коэффициент)	1,043	1	1,032	1	0,011	101,07

Как видно из таблицы за год выручка предприятия увеличилась на 17 918 (тыс. руб.) (на 14,38%), все доходы увеличились на 17 803 (тыс. руб.) (на 14,13%). В структуре расходов основную долю занимает себестоимость товаров (92,46%). За год расходы предприятия увеличились на 15 734 (тыс. руб.) (на 12,89%).

В целом за 2014 год состояние организации несколько улучшилось. Как положительный момент следует отметить небольшой опережающий рост доходов по сравнению с расходами. Для сверки данных по доходам и расходам организаций необходимо составить таблицу сравнительного анализа доходов и расходов.

**Таблица 5-Сравнительный анализ доходов и расходов.**

Показатели	ОАО Краснодарский хлебозавод № 6		ОАО Лабинский хлебозавод	
	2013 г.	2014 г.	2013 г.	2014 г.
Изменение доходов (тыс. руб.)	18 947	- 35 138	2 934	17 803
Темп роста (%)	102,99	94,61	101,94	114,13
Изменение расходов (тыс. руб.)	11 713	- 28 671	4 440	15 734

руб.)				
Темп роста (%)	101,85	95,55	103,77	112,89

В представленной таблице четко видно, какие изменения произошли с данными показателями в двух организациях, занимающихся одним видом деятельности.

В целом можно сказать, что «Лабинский хлебозавод» за исследуемый период имеет тенденцию к увеличению доходов и расходов, а «Краснодарский хлебозавод № 6» наоборот, к уменьшению.

Доходы организации «Краснодарский хлебозавод №6» уменьшились, поэтому необходимо повысить значение данного показателя. Можно сдать в аренду помещение, не используемое организацией. У организации есть неиспользованное складское помещение площадью 40 м<sup>2</sup>. Сумма аренды за месяц 400 (рублей) за 1 м<sup>2</sup>.

Доходы от сдачи в аренду:

$D = AP * K * P$ , где

D – доход;

AP – арендная плата за 1 м<sup>2</sup>;

K - количество месяцев сдачи в аренду;

P – площадь арендуемого помещения.

$D = 0,4 * 40 * 12$

D = 192 000 (рублей)

Основные затраты, связанные со сдачей складского помещения:

Затраты, связанные с размещением рекламы на сайте = 2 695 (рублей);

Затраты на ремонт всего помещения склада (1 500 (рублей) за 1 м<sup>2</sup>, т.е. 60 000 (рублей)).

Общая сумма всех затрат составит 62 695 (рублей). Экономический эффект от сдачи в аренду составит:

**Таблица 6-Расчет экономической выгоды от сдачи в аренду складского помещения**

Доходы от сдачи в аренду, D = AP*K*P, где D – доход; AP – арендная плата за 1 м <sup>2</sup> ; K - количество месяцев сдачи в аренду; P – площадь арендуемого помещения.	Затраты, связанные с размещением рекламы, рублей	Затраты на ремонт всего склада	Общая сумма затрат, рублей	Экономический эффект, рублей
1	2	3	4=2+3	5=1-4
0,4*40*12=192 000 (рублей)	2 695	1 500 *40 = 60 000 (рублей)	62 695	129 305

Влияние, которое оказал данный доход отражен в таблице

**Таблица 7**

Влияние дополнительного дохода. Показатель	Сумма до сдачи в аренду, тыс. руб.	Сумма после сда- чи в аренду, тыс. руб.	Изменение, тыс. руб.
Выручка	613 768	613 768	-
Проценты к получению	2	2	-
Прочие доходы	2 956	3 085	129
Всего доходов организации	616 726	616 855	129

В связи с этим доходы увеличились в 2014 г. на 129 (тыс. руб.), следовательно экономическая ситуация улучшилась.

#### **Список использованных источников:**

1. Басовский Л.Е. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности: учебное пособие / Л. Е Басовский, Е. Н. Басовская. – М.: ИНФРА - М, 2009.- 366 с.

2. Вахрушина М. А. Анализ финансовой отчетности: Учебник /- 2-е изд. - М.: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2011. - 431 с.: 60х90 1/16. (переплет) ISBN 978-5-9558-0176-2, 2000 экз.(92 – 97)

3. Вахрушина М. А. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности: Учебное пособие / ВЗФЭИ; - М.: Вузовский учебник, 2008. - 463 с.: 60х90 1/16. (переплет) ISBN 978-5-9558-0070-7, 3000 экз.(100 – 105)

4. Сайт компании «КонсультантПлюс» (нормативно-правовые акты): <http://www.consultant.ru>

*Финансовый университет  
(Краснодарский филиал)  
Научный руководитель:  
Маничкина М.В.,  
канд. экон., наук, доцент*

## **РАЗВИТИЕ ТЕОРИИ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА В РАБОТАХ КУТЕРА М.И.**

Кутер Михаил Исаакович родился 20 января 1945 г. в городе Краснодар. В 1968 году окончил Московский экономико-статистический университет. Кутер М.И. является видным ученым в области экономики, внесшим существенный вклад в развитие бухгалтерской науки и системы высшего образования, признанным как в России, так и за рубежом.

С именем Кутера связано создание современной школы теории бухгалтерского учета, ориентированной на последние достижения западной науки с сохранением национальных традиций. Он автор первого отечественного учебника по теории бухгалтерского учета в рыночной экономике. Им опубликован современный перевод и научный комментарий к первой книге по учету (1494 г.): Л. Пачоли «Трактат о счетах и записях». Данный труд высоко оценен российским и международным бухгалтерским научным сообществом.

Кутер М.И. — автор 215 работ в области теории и истории бухгалтерского учета, в том числе: четырех учебников, двенадцати учебных пособий, пяти монографий. Его книги признаны базовыми по основной теоретической дисциплине профессии, издаются существенным объемом и тиражами.

М.И. Кутер — член рабочей группы по разработке национального образовательного стандарта по бухгалтерскому учету, анализу и аудиту, член редакционных коллегий центральных профессиональных журналов («Международный бухгалтерский учет» и «Все для бухгалтера»), член Методологического совета по бухгалтерскому учету Министерства финансов РФ. Избран действительным членом (академиком) Академии экономических наук и предпринимательской деятельности и Академии гуманитарных наук, членом-корреспондентом Международной академии высшей школы, действительным членом Всемирной академии историков бухгалтерского

учета (США), является членом Европейской и Американской ассоциаций бухгалтеров.

Кутеру М.И. присвоено звание «Заслуженный деятель науки Кубани» (2002 г.), «Заслуженный деятель науки Республики Адыгея» (2004 г.), «Почетный работник высшего профессионального образования» (2004 г.), «Отличник статистики» (1982 г.), награжден медалями «За выдающийся вклад в развитие Кубани» III степени (2005 г.), «За заслуги перед Республикой Адыгея» (2004 г.). В 2011 г. ему присвоено почетное звание "Заслуженный работник высшей школы".

Также, на основании изученных материалов, на примере бухгалтерских книг Джованни Фаролфи, на основании средневековых книг Франческо Датини им был написан ряд статей о развитии и способах начисления амортизации.

В статье «Первый опыт расчета амортизации в системе двойной бухгалтерии», опубликованной в журнале Международный бухгалтерский учет за 2011 г. Кутер исследует бухгалтерские книги Франческо де Марко Датини и делает основные выводы по развитию амортизации в Средние века.

«Много споров вызвала запись об амортизации на счете прибылей и убытков. Как минимум, можно выделить три бытующих мнения:

- списание выбывшего из эксплуатации оборудования;
- периодическая инвентаризация и переоценка активов и списание в расходы разницы стоимостей текущей и предшествующей оценок;
- динамическая амортизация – распределение стоимости долгосрочного актива по периодам полезного его использования» [4; с. 62 - 67].

В статье «Самая ранняя запись по амортизации на счетах двойной бухгалтерии», опубликованной в журнале Международный бухгалтерский учет за 2012 г. Кутер, на примере бухгалтерских книг Джованни Фаролфи рассматривает самый ранний в истории опыт расчета амортизации в условиях применения двойной бухгалтерии.

«Если вспомнить опыт компаний Франческо Датини, имевший место через столетие, то в Средневековье можно обнаружить еще два варианта начисления амортизации:

- переоценка имущества при закрытии компании и передача имущества в новую компанию;
- равномерное распределение стоимости утвари по заданному алгоритму, правда, в условиях «условной ликвидации» и только на дату этого события.

Особо следует заметить, что текущие переоценки имущества в Средние века не производились» [5; с. 57 - 63].

Также в статье «Алгоритм линейной амортизации в Средневековье» напечатанной в журнале Международный бухгалтерский учет за 2012 г. Кутер, по средневековым книгам Франческо Датини, в которых обнаружено описание линейного алгоритма, начисления амортизации, описывает практику использования этого метода на счетах двойной бухгалтерии.

«Все это позволяет рассуждать об амортизации не как о статическом методе сопоставления оценок, а как о «динамическом» процессе распределения «ранее оцененной стоимости». Однако не следует забывать, что рассмотренная практика не может рассматриваться как факт проявления динамической идеологии, так как она имела место в рамках принципа ликвидации предприятия.

Динамический учет предполагает распределение стоимости долгосрочного имущества по периодам его полезного использования в рамках непрерывно действующего предприятия, а не при его ликвидации. В данном случае имеем дело с динамическим процессом в рамках статической учетной доктрины.

Дальнейшая задача исследователей — поиск аналогичных примеров в других бухгалтерских информационных системах средневековья» [1; с. 57 - 63].

В последующей статье «Идеальная Бухгалтерия средневековья: Инвентаризация домашнего имущества и его амортизация» напечатанной в журнале Международный бухгалтерский учет за 2013 г. Кутер рассматривает один из самых ранних примеров начисления амортизации в условиях формирования промежуточного финансового результата без изъятия прибыли до закрытия предприятия.

«Предложенная в статье одна из ранних методик начисления амортизации демонстрирует стремление наших средневековых коллег к достоверности исчисления финансового результата. Применяемый ими, а точнее сказать, создаваемый методический аппарат бухгалтерского учета вполне понятен и близок нам, хотя с тех пор прошло более 6 столетий.

Авторы выражают надежду, что знакомство с другими составляющими «идеальной» бухгалтерии Средневековья (счет расходов по дому, промежуточный счет «Убытки и прибыли» между открытием и закрытием компании, найденный нами и никем ранее не описанный, по всей вероятности, самый ранний в истории параллельный счет-баланс и т. д.) также вызовет интерес у читателей» [2; с. 61 – 71].

В статье «Об исторических исследованиях А. Ч. Литтлтона в части формирования теории и практики амортизации» впервые выполнен перевод гл. 14 «Амортизация» знаменитой книги А. Ч. Литтл-

тона. Перевод снабжен комментариями авторов. Материал позволяет увидеть поэтапные шаги развития бухгалтерского учета амортизационных процессов.

«Авторы надеются, что выполненный ими перевод раздела «Амортизация» и разбор творчества А. Ч. Литтлтона в этом направлении позволят читателям глубже понять такую важную проблему, как бухгалтерский учет амортизационных процессов. Обратим внимание, что американский ученый в этой части был носителем конкретных взглядов, далеко не всегда обязательных для современного обязательного применения. Более того, в этой работе он не показывает своего отношения к тем или иным позициям других авторов, а только рассматривает пути, по которым могли пойти наука и практика учета. Конечно, дальнейшее развитие проблема амортизации получила в первой четверти XX в., в эпоху динамической теории амортизации Э. Шмаленбаха. Для авторов данной публикации выполненный обзор также играет важную роль. Он лишний раз подтвердил как значимость проделанной работы в архивах Италии, позволившей существенно уточнить более ранние сроки применения амортизации, как следствия переоценки долгосрочного имущества, так и указать, возможно, самый ранний период применения линейного метода распределения стоимости долгосрочного инвентаря по периодам его использования» [3; с. 47 - 55].

Данная статья также опубликована в журнале «Международный бухгалтерский учет» за 2013 г.

В настоящее время Кутер Михаил Исаакович, является доктором экономических наук, профессором, заведующим кафедрой бухгалтерского учета, аудита и автоматизированной обработки данных Кубанского государственного университета в г. Краснодаре.

### **Список использованных источников:**

1. М. И. Кутер статья «Алгоритм линейной амортизации в Средневековье» Журнал «Международный бухгалтерский учет» за 2012 г. ; [с. 57 - 63]
2. М. И. Кутер статья «Идеальная Бухгалтерия средневековья: Инвентаризация домашнего имущества и его амортизация» Журнал «Международный бухгалтерский учет» за 2013 г. ; [с. 61 - 71]
3. М. И. Кутер статья «Об исторических исследованиях А. Ч. Литтлтона в части формирования теории и практики амортизации» Журнал «Международный бухгалтерский учет» за 2013 г. ; [с. 47 - 55]
4. М. И. Кутер статья «Первый опыт расчета амортизации в системе двойной бухгалтерии» Журнал «Международный бухгалтерский учет» за 2011 г.; [с. 62 - 67]
5. М. И. Кутер статья «Самая ранняя запись по амортизации на счетах двойной бухгалтерии» Журнал «Международный бухгалтерский учет» за 2012 г. ; [57 - 63]

*Финансовый университет  
(Краснодарский филиал)  
Научный руководитель:  
Маркарян В.Р. ,  
канд. экон. наук, доцент*

## **ПРОБЛЕМА ДЕФИЦИТА ФАКТОРОВ ПРОИЗВОДСТВА В СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКЕ**

В современном мире, где каждая страна пытается не отставать от другой и идет в ногу со временем, всегда есть проблемы, одна проблема объединяет множество стран это проблема ограниченности экономических ресурсов, в теме моего доклада я буду рассматривать дефицит факторов производства в условиях современности. На данном этапе развития мир далеко шагнул вперед, во всех смыслах этого слова, люди и общество совершенствует себя, но помимо совершенствования у нас растут и запросы, а как мы знаем, главным вопросом экономической теории является, «как удовлетворить потребности человека в условиях ограниченности экономических ресурсов?». С проблемой ограниченности ресурсов сталкиваются как крупные и малые фирмы, так и общество в целом. Ведь ограничению подлежат как физические и интеллектуальные способности человека, так информация и даже время, которым он располагает для удовлетворения своих потребностей, и, конечно же, природные ресурсы которые мы используем в своих целях (создание инфраструктуры, техногенного прогресса и.т.д).

Экономическими ресурсами будет являться все, чем располагает человек для производства товаров и услуг. Это:

- природные ресурсы
- материальные ресурсы
- человеческие ресурсы
- финансовыересурсы
- информационные ресурсы

Ресурсы могут делиться на располагаемые и потенциальные. Располагаемые ресурсы это те ресурсы, которые имеются в распоряжении, а потенциальные ресурсы, которые в будущем могут быть допущены в экономическихцелях. Чтобы ресурсы использовать в хозяйственной деятельности они, прежде всего, должны быть доступны в

получении. Часть благ, таких как атмосферный воздух, ветер, вода, солнечный свет, доступны для всех людей без каких либо исключений. Такие ресурсы называются свободными. Остальные ресурсы (экономические) всегда существуют в ограниченном количестве.

Ограниченность ресурсов диктует необходимость их рационального распределения и использования. Ресурсы, вовлеченные в производство, будут являться факторами производства. Общая величина факторов производства составляет производственный потенциал экономики. Существуют следующие виды факторов производства: труд, земля,

Капитал, предпринимательские способности. Дефицит рабочей силы. Рынок труда. Объектом купли-продажи на рынке труда будет, является право на использование рабочей силы, предметом - определенный вид способностей человека. Соответствуя определению Международной организации труда (МОТ), рынок труда – это сфера, где предприниматели и трудящиеся совместно ведут переговоры, относительно заработной платы и условий труда.

На данный момент на российском рынке труда наблюдается профессионально-квалификационный дисбаланс спроса и предложения рабочей силы. В стране ощущается нехватка квалифицированных кадров по отдельным профессиям и специальностям. Одной из причин является несоответствие структуры профессионального образования потребностям рынка труда (в соответствие квалификации и профессиональной структуре).

Одной из причин нехватки трудовых ресурсов это низкий уровень оплаты труда, который приводит к оттоку квалифицированных кадров в другие сектора экономики и к снижению спроса на профессиональное образование по низкооплачиваемым специальностям.

Рассматривая дефицит рабочей силы в отраслях экономики, наиболее остро это проблема рассматривается в строительстве, транспорте и связь. Широкое использование иностранной рабочей силы в этих сферах (прежде всего в строительстве) уже свидетельствует об усилении остроты проблемы дефицита кадров в них.

Последствия возникновения дефицита рабочей силы:

Рост заработной платы

Более ранний выход на рынок труда

Более поздний уход с рынка труда

Усиление давления со стороны внешних рынков труда

Дефицит природных ресурсов.

Общество всегда в той или иной степени использовало дары природы. Но день за днем размеры изымаемых природных ресурсов уве-

личиваются , становясь все более весомыми в жизни людей , а тем временем запасы практически не возобновляются. Ежедневно человек добывает большое количество полезных ископаемых для последующего их использования , ведь каждый день человек употребляет значительную долю железа, нефти, электричества и т.д.

Ресурсы, располагаемые нами, принято делить на исчерпаемые (те в свою очередь делятся на возобновляемые-растительный мир, и не возобновляемые- полезные ископаемые, минералы и т.д) и неисчерпаемые- солнечная энергия, энергия воздушных масс Мирового океана, космическая энергия.

Главными негативными факторами будут: разрушение местообитаний, загрязнение окружающей среды, чрезмерное употребление, интродукция новых видов, деградация среды. В настоящее время уничтожению подлежат существование более 200 видов млекопитающих животных, более 300 видов птиц и 30 тыс. сортов растений. Столь значимым примером является лес. В настоящее время на поверхности земли осталось всего 2/5 лесов, некогда покрывавших сушу. Причем 1/3 лесов была уничтожена в последние 300 лет. Лес – это сложная экологическая система, известно, что именно «зеленый лист», в котором совершается фотосинтез, дает атмосфере нашей планеты углерод и кислород. С уничтожением лесов общество наблюдает развитие двух явлений: с одной стороны, сокращение площади лесов, а с другой – сокращение количества кислорода в атмосферном воздухе, что может привести к серьезному нарушению газового состава атмосферы.

Капитал как фактор производства не является особо ограниченным, но как говорится «денег много не бывает», но все же мы живем в современном обществе, где есть инвестиционные проекты на поддержание функционирования фирм и экономик стран. Предпринимательские способности ограничены и будут зависеть от самого человека, ведь мы индивидуумы и не похожи на других, каждый думает по своему, если группе людей дать по капиталу, все воспользуется им по-разному, и найдет ему свое применение, у кого-то дело пойдет в гору у кого-то на спад. В этом и будет заключаться ограниченность предпринимательских способностей, качественных и правильных.

Меры по урегулированию дефицита на рынке труда состоят в возможности преодоления возникшего дефицита с помощью осуществлением комплекса взаимосвязанных мер, направленных на повышение экономической активности населения, рост производительности труда, упорядочивание и активизацию замещающей миграции, смягчение структурных проблем рынка труда [6].

Регулирование дефицита природных ресурсов, рассматривается в виде

сбалансированного экономического роста, основанного на формах развития, не представляющих угрозы окружающей среде. Но переход от несбалансированной экономики к сбалансированной – это вопрос выживания человечества. Государственная политика в области регулирования дефицита природных ресурсов заключается в принятии необходимых мер для охраны и научно обоснованного рационального использования Земли и ее недр, растительного и животного мира, водных ресурсов, сохранения чистоты воздуха и воды, обеспечения воспроизводства природных ресурсов и улучшения окружающей человека среды.

Проблема ограниченности ресурсов в наше время является одной из наиболее острых проблем человечества. Дефицит на рынке факторов производства оказывает неблагоприятное воздействие на экономическое развитие страны. Но создаются специальные меры и программы по устранению весьма значимых социальных и мировых проблем. Всеобщими усилиями и стараниями, мне кажется, у нас получится справиться с весьма непростыми вопросами.

#### **Список источников:**

1. [http://www.gks.ru/bgd/free/B04\\_03/IssWWW.exe/stg/d04/12.htm](http://www.gks.ru/bgd/free/B04_03/IssWWW.exe/stg/d04/12.htm) : Занятость и безработица РФ в 2009 г. (Экономическая активность населения).
2. <http://www.consultant.ru/>
3. <https://ru.wikipedia.org/wiki/>
4. Экономика: А.И. Салов Микроэкономика: учебник для бакалавров / И.Э. Белоусова, Р.В.Бубликова, Е.И.Иванова и др.; под ред. Г.А. Родиной, С.В.Тарасовой.- М.: Юрайт, 2012
5. Козырев В. М. «Основы современной экономики» 4-е изд., 2009.
6. Проблемы формирования эффективной социально ориентированной модели хозяйственного развития России Клейнера Г.Б., Сорокожердьева В.В., Пименов Г.Г., Солонина С.В., Глушкова Ю.О., Голубева С.С., Одинцова Т.Н., Пахомова А.В., Карташов К.А., Мишулин Г.М., Васильева Л.Ф., Васильев С.К., Успенская С.Н., Баранов Н.С., Константиныди Х.А., Берлин С.И., Маркарян В.Р. Под редакцией Г.Б. Клейнера, С.И. Берлина, Х.А. Константиныди. Краснодар. 2014.

*Российский государственный  
университет правосудия  
Северо-Кавказский филиал  
(г. Краснодар)  
Научный руководитель:  
Шер М.Л.  
канд., экон., наук, доцент*

## **АНАЛИЗ МЕХАНИЗМА УПРАВЛЕНИЯ ЗЕМЕЛЬНЫМИ РЕСУРСАМИ**

Основной целью управления земельными ресурсами является обеспечение потребностей государства, в том числе стабильное развитие предпринимательской деятельности, а также сохранение и восстановление, свойств окружающей природной среды.

Земля – важнейший природный ресурс, используемый людьми в качестве благо, который способен удовлетворять разнообразные потребности. В жизни общества роль земельных ресурсов огромна и многообразна. Она является необходимым условием существования человеческого общества; фундаментальной основой общественного производства многочисленных товаров и услуг.

Земельные ресурсы представляют собой основу развития экономики страны и создания национального богатства. На сегодняшний день Российская Федерация является крупнейшим в мире обладателем земельных ресурсов и из этого исходит, что выбор правильного пути в становлении и развитии системы земельного управления необходимо в целом для государства. Земля обладает не только экономической значимостью, но и социальной; ее рассматривают в качестве, природного ресурса, недвижимости, а также и территории.

Актуальность проблемы управления земельными ресурсами в РФ заключается в проводимых социально-экономических реформах. При этом особенное внимание уделяется нормативно-правовому обеспечению и ведению государственного земельного кадастра. По этим направлениям велись многие исследования и разрабатывались проекты, но в целом данная проблема освещена довольно слабо, несмотря на ее значимость для нашей страны..

На современном этапе ключевой проблемой земельной реформы является формирование эффективной системы управления земельными

ми ресурсами. На сегодняшний день, одна из главных задач, которая должна поставить перед собой Россия – создание своей национальной системы землепользования, при этом завершив реформирование земельных отношений. По площади земель Россия занимает в мире одно из лидирующих мест. Земельные ресурсы, находящиеся на территории РФ составляют земельный фонд РФ. По экономическому назначению он подразделен на 7 категорий.[2]

В таблице 1 представлены данные об использовании земель в России по данным Национальной статистической службы.

**Таблица 1 – Использование земель в России [5]**

Общая площадь	2014	17 075 400	км <sup>2</sup>
Плотность населения	2011	8.1	человек на км <sup>2</sup>
Общая площадь на 1000 жителей	2011	123.1	км <sup>2</sup> /1000 человек
<b>Площадь суши</b>	2014	16 377 740	км <sup>2</sup>
Площадь суши на 1000 жителей	2011	118.0	км <sup>2</sup> /1000 человек
Площадь суши от общей площади	2014	95.9	% от общей площади
<b>Площадь акватории</b>	2014	697 660	км <sup>2</sup>
Площадь акватории на 1000 жителей	2011	5.0	км <sup>2</sup> /1000 человек
Площадь акватории от общей площади	2014	4.1	% от общей площади
<b>Сельскохозяйственные земли</b>	2007	2 154 630	км <sup>2</sup>
Площадь сельскохозяйственных земель на 1000 жителей	2007	15.5	км <sup>2</sup> /1000 человек
Площадь сельскохозяйственных земель от общей площади	2007	12.6	% от общей площади
Площадь сельскохозяйственных земель от площади суши	2007	13.2	% от площади суши
<b>Пахотные земли</b>	2007	1 215 740	км <sup>2</sup>
Площадь пахотных земель на 1000 жителей	2007	8.8	км <sup>2</sup> /1000 человек
Площадь пахотных земель от общей площади	2007	7.1	% от общей площади
Площадь пахотных земель от площади суши	2007	7.4	% от площади суши
Площадь пахотных земель от площади сельскохозяйственных земель	2007	56.4	% от площади сельскохозяйственных земель
<b>Многолетние насаждения</b>	2007	17 940	км <sup>2</sup>
Площадь многолетних насаждений на 1000 жителей	2007	0.1	км <sup>2</sup> /1000 человек

Площадь многолетних насаждений от общей площади	2007	0.1	% от общей площади
Площадь многолетних насаждений от площади суши	2007	0.1	% от площади суши
Площадь многолетних насаждений от площади сельскохозяйственных земель	2007	0.8	% от площади сельскохозяйственных земель
<b>Постоянные пастбища и луга</b>	2007	920 950	км <sup>2</sup>
Площадь постоянных пастбищ и лугов на 1000 жителей	2007	6.6	км <sup>2</sup> /1000 человек
Площадь постоянных пастбищ и лугов от общей площади	2007	5.4	% от общей площади
Площадь постоянных пастбищ и лугов от площади суши	2007	5.6	% от площади суши
Площадь постоянных пастбищ и лугов от площади сельскохозяйственных земель	2007	42.7	% от площади сельскохозяйственных земель
<b>Леса</b>	2007	8 085 986	км <sup>2</sup>
Площадь лесов на 1000 жителей	2007	58.3	км <sup>2</sup> /1000 человек
Площадь лесов от общей площади	2007	47.4	% от общей площади
Площадь лесов от площади суши	2007	49.4	% от площади суши
<b>Другие земли</b>	2007	6 137 124	км <sup>2</sup>
Площадь других земель на 1000 жителей	2007	44.2	км <sup>2</sup> /1000 человек
Площадь других земель от общей площади	2007	35.9	% от общей площади
Площадь других земель от площади суши	2007	37.5	% от площади суши

В России завершилась оцифровка земель сельскохозяйственного назначения, что позволяет Министерству сельского хозяйства РФ в режиме он-лайн наблюдать за состоянием сельскохозяйственных земель. Такая оцифровка земель представляет собой электронные карты полей, на которых будут указаны кадастровые номера, площади и состояние посевов, карантинные зоны и т.д. Поскольку земли сельскохозяйственного назначения занимают в РФ 393,4 млн га, что составляет 23% от общей площади земельных ресурсов РФ, то такие современные технологии позволяют более рационально использовать земли данного назначения. Согласно законодательству Российской Федерации земля является объектом гражданских прав. Статьей 130 ГК

РФ земельные участки включены в понятие недвижимых вещей. Также к недвижимым вещам (недвижимое имущество, недвижимость) относятся участки недр и все, что прочно связано с землей, то есть объекты, перемещение которых без несоразмерного ущерба их назначению невозможно, в том числе леса, многолетние насаждения, здания, сооружения, объекты незавершенного строительства. [1]

Анализируя управление земельными ресурсами, мы выяснили, что данную систему осуществляют государственные органы. При осуществлении своих функций в области землепользования, государственные органы реализуют их с помощью определенных методов. Одним из этих методов является экономический, в основе, которой лежит платность использования земли. Следующим методом является административный, который предполагает выдачу разрешений на использование земли, лицензирование и проведение экологической экспертизы. И к организационно-правовым методам относят реализацию безопасного использования земель.

Исходя из основных нормативно-правовых актов, можно сделать следующие выводы: в зависимости от характера управления, государственные органы подразделяются на органы специальной и общей компетенции. Минэкономразвития РФ, Министерство сельского хозяйства, Федеральная служба государственной регистрации, кадастра и картографии – является специальным органом.

А к органам общей компетенции относятся Правительство РФ, обладающее широкими полномочиями в области управления землепользованием, органы исполнительной власти субъектов РФ и органы местного самоуправления, которые регулируют вопросы предоставления и изъятия земельных участков, соблюдения режима землепользования и т.д.

Управление земельными ресурсами следует признать особым видом регулирования землепользования, которое, в свою очередь, принадлежит на определенном вещном праве РФ, субъектам РФ а также муниципальным образованиям.

Нельзя не отметить, что финансовая обеспеченность ресурсами, которая формируется в результате инвестиционных проектов, непосредственно влияет на экономическую составляющую управления земельными ресурсами. Земельный налог, арендная плата, рыночная цена земли, залоговая цена земли, компенсационные платежи при консервации земли, штрафные платежи за экологический ущерб, плата за право аренды и составляют экономический механизм.

Земельный налог является одним из наиболее эффективных экономических инструментов. Размер земельного налога зависит от раз-

мера государственной кадастровой оценки, который изменяется один раз в течение 5 лет.

Опыт мировой экономики показывает, что в современных условиях рыночная экономика требует такого государственного управления земельными ресурсами, которое обеспечивает строгое соблюдение системы земельного и гражданского законодательства в обязательном сочетании с экономической самостоятельностью субъектов землепользования. [4]

Следует отметить, что во всех развитых странах в последнее время проводятся полномасштабные исследования по изучению земельных ресурсов и их рациональному использованию. Становится очевидным, что вопросам использования земли необходимо уделять более пристальное внимание в системе общей экономической политики государства. [3] По нашему мнению, государственная политика в области управления земельными ресурсами должна быть направлена на совершенствование экономических, экологических и организационных условий, которые, в первую очередь, должны отражаться в практической деятельности жизни общества, с помощью которого развитие земельных отношений станет эффективным.

#### **Список использованных источников:**

1. "ГРАЖДАНСКИЙ КОДЕКС РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ" (ГК РФ) Часть 1 от 30.11.1994 N 51-ФЗ (принят ГД ФС РФ 21.10.1994) (действующая редакция от 05.05.2014) <http://www.consultant.ru/popular/gkrf1/> © Консультант Плюс, 1992-2014.
2. "ЗЕМЕЛЬНЫЙ КОДЕКС РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ" (ЗК РФ) от 25.10.2001 N 136-ФЗ (принят ГД ФС РФ 28.09.2001) (действующая редакция от 21.07.2014) <http://www.consultant.ru/popular/earth/> КонсультантПлюс, 1992-2014.
3. Лемин А.В. Повышение эффективности земельными ресурсами муниципалитета. // Электронная библиотека авторефератов и диссертаций по экономике. Шифр ВАК РФ 08.00.05. – Иркутск, 2006. Режим доступа: <http://economy-lib.com/povyshenie-efektivnjsti>.
4. <http://er.ru/news/2011/10/10>.
5. <http://ru.worldstat.info/>

## **СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМА И ВЫЗОВЫ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ПОЛИТИКИ РОССИИ**

Ожидается, что в следующем году ВВП вырастет на 1,2 процента, нефть будет стоить 100 долларов за баррель, отток капитала составит 50 миллиардов долларов. Кроме того, планируется рост реальной зарплаты населения на уровне 0,5 процента. Основными рисками для экономики РФ названы геополитические факторы и снижение цен на нефть.

20 ноября 2014 года заместитель Министра экономического развития Алексей Ведев выступил на семинаре для руководителей законодательных (представительных) органов государственной власти субъектов Российской Федерации – членов Совета законодателей Российской Федерации при Федеральном Собрании с докладом на тему: «Современные проблемы и вызовы экономической политики России».

По его словам, российская экономика столкнулась с непростой ситуацией: снижение инвестиций, геополитическая напряженность, сокращение кредитных ресурсов, рост издержек. Все это привело к тому, что темпы роста экономики (динамика ВВП) уже замедлились с 2,0% в IV квартале 2013 г. до 0,9% в I квартале 2014 г., 0,8% во II квартале и 0,7 в III квартале.

Заместитель Министра подчеркнул, что чистый отток капитала и падение цен на нефть негативно повлияли на динамику курса рубля относительно иностранных валют. За январь-сентябрь 2014 года отток капитала уже составил 85,2 млрд. долларов. Цена на нефть снизилась со 106,4 долларов за баррель в январе 2014 года до «менее чем 80 долларов на сегодняшний день». В результате с начала 2014 года по 21 ноября рубль обесценился на 30,1% к доллару и на 23,1% к евро.

Сложившаяся ситуация с обесценением курса рубля к другим валютам и ограничениями на импорт продовольствия сказалась и на росте инфляции. Центрбанк России объявил о намерениях перехода

на таргетирование инфляции в 2015 году совместно с отменой валютного коридора, после чего будут предприняты меры по переходу к свободному плаванию российского рубля. Все эти нововведения связаны с принятием проекта главных направлений денежно-кредитной политики страны на ближайшие годы. В России инфляция традиционно выше, чем в США или Европейском союзе. Но в последние годы уровень инфляции опустился ниже психологического барьера 10% в год.

Самым низким уровень инфляции в России за последние годы был во время мирового финансового кризиса. Из-за экономического спада люди стали терять работу и постоянный источник заработка. В итоге спрос начал падать. И, как вы понимаете, повышать цены в таких условиях становится бессмысленным - продажи могут вообще остановиться. Банк России в докладе о кредитно-денежной политике прогнозирует уровень инфляции в 2015 году 4,5%. А в 2016 году прогнозируется и вовсе рекордное значение на уровне 4%. Насколько эти цифры реальны? В общем и целом, есть все шансы того, что инфляция снизится до уровня 4-5% в 2015 году. На то есть множество причин. Одна из них - это ослабление экономического роста. Другая из причин снижения инфляции в 2015 году - это эффект высокой базы. В этом году инфляция подскочила выше, чем должна была. В следующем году на нее уже не будут так влиять валютные колебания или экономические санкции. Но есть и непредвиденные риски. По-прежнему не совсем ясно, во что выльется беспорядок на Украине, а также неясно, каким образом повлияет на цены новый налог с продаж (НСП 3%) в России с 2015 года. Ясно, что цены поползут вверх, но пока неясно насколько заметно.

По итогам января-октября 2014 г. она составила уже 8,3%, при этом заместитель Министра отметил, что «1,4% из этой цифры привнесли санкции, еще 1,6% – рост валютного курса». Говоря о росте издержек в экономике страны Алексей Ведев напомнил, что «на протяжении 10 лет темпы роста реальной заработной платы превышали темпы роста производительности труда». В результате, по его словам, доля прибыли и смешанных доходов в ВВП опустилась ниже 30%, что снижает ресурсы для капитальных инвестиций.

Центробанк РФ на фоне сильного ослабления рубля и усиления инфляционных ожиданий с 16 декабря повысил ключевую ставку с 10,5% сразу до 17%, говорится в сообщении регулятора. "Совет директоров Банка России принял решение повысить с 16 де-

кабря 2014 года ключевую ставку до 17,00% годовых. Данное решение обусловлено необходимостью ограничить существенно возросшие в последнее время девальвационные и инфляционные риски", - говорится в заявлении на сайте ЦБ. Это второе повышение ключевой ставки за неполную неделю: ранее 11 декабря на плановом совете директоров было решено увеличить ее на 1 процентный пункт - до 10,5%. Всего за неполный 2014 год ЦБ повышал ключевую ставку (с 5,5%) уже шесть раз. Говоря о перспективах 2015 года, Алексей Ведев обозначил основные прогнозные риски, связанные с геополитической обстановкой и снижением цены на нефть. В случае реализации данных рисков последствия могут привести к снижению экспортного дохода, увеличению оттока капитала, сильному ослаблению рубля, высокой инфляции, низкому потреблению и инвестированию. Российская экономика столкнулась одновременно с действием:

1. Структурного кризиса
2. Конъюнктурного кризиса
3. Геополитического кризиса

Снижение инвестиций было главной негативной движущей силой. Санкции продолжают оказывать негативное воздействие на экономику России. Согласно данным Банка России, прямые иностранные инвестиции (ПИИ) в небанковский сектор РФ составили в третьем квартале 2014 года всего \$1 млрд, что в 10 раз меньше, чем в первом и во втором кварталах - \$10,2 млрд. и \$10 млрд соответственно, следует из оценки платежного баланса РФ, опубликованной на сайте Банка России, (рис.1.1 представлен в презентации)

Чистый отток капитала и падение цен на нефть вызвало сильное обесценивание рубля.

Чистый отток капитала и падение цен на нефть вызвало сильное обесценивание рубля. Между тем девальвация рубля и торговые «контрсанкции» сократили импорт, что помогло России укрепить торговый баланс в условиях стагнации доходов от экспорта. Положительное сальдо счета текущих операций России удвоилось за три квартала 2014 года в сравнении с тем же периодом прошлого до \$52,3 млрд.

Почти две трети его прироста обеспечило сокращение товарного импорта - на \$15,7 млрд. или на 6,4%, до \$232,7 млрд. Экспорт остался на уровне прошлого года (\$383,8 млрд. против \$383,5 млрд. годом ранее), (Рис.1.2. представлен в презентации).

Ускорение роста инфляции было вызвано курсом валюты и ограничениями на импорт продовольствия (коэффициент валютного курса снизился), (Рис.1.3. представлен в презентации)

Устойчивый рост издержек в экономике РФ ( Рис.1.4. представлен в презентации)

За 10-ти летний период мы наблюдаем выполнение одного из основных экономических законов об опережающем росте заработной платы над производительностью труда. В 2009 г., который был пост-кризисным, наблюдается снижение пр.тр. и динамики реальной зарб.платы. С 2010 наблюдается рост реальной заработной платы над уровнем производительности труда, что говорит о том, что кризис был преодолен и начался подъем [6].

На протяжении 10 лет темпы роста реальной заработной платы превышали темпы роста производительности труда. В результате доля прибыли и смешанных доходов в ВВП опустилась ниже 30%, что снижает ресурсы для капитальных инвестиций. Доля прибыли в ВВП в РФ наиболее низкая ( Рис.1.5. представлен в презентации)

Доля прибыли в ВВП в РФ наиболее низкая. Воздействие на общую ситуацию оказали: события в Украине; санкции Запада; присоединение Крыма; рост цен; сохраняющаяся инфляция; низкий уровень жизни большинства населения; стагнация экономики; остающиеся стабильно высокими уровни безработицы населения и коррупции и взяточничества властей.

Изменение доли ВВП по доходам ( Рис.1.6)

Прогноз социально-экономического развития Российской Федерации на 2015 год (Рис.1.7 представлен в презентации)

Последний официальный прогноз

уровень инфляции до 10%, ползучая  
Рост инвестиций возобновится благодаря естественным монополиям и государственному сектору (Рис.1.8 представлен в презентации)

Основные прогнозные риски

Геополитика

Снижение цен на нефть

Прогнозные последствия

Снижение экспортного дохода и увеличение оттока капитала

Сильное ослабление рубля

Высокая инфляция

Низкое потребление и инвестирование

В России за 2008 – 2013 гг. выпуск обработки увеличился на 7,5%, прирост цен производителей промышленной продукции превысил

59%. Промышленные производства крупнейших мировых экономик демонстрировали принципиально иные стратегии. В США и Германии при практическом завершении восстановительного роста промышленности цены на промышленную продукцию выросли менее чем на 18% и 9%, соответственно. В Китае при удвоении промышленного выпуска увеличение цен производителей составило порядка 15%. Финансовое стимулирование экономики

Стимулирующая денежная политика более рискована в силу: денежная политика едина для всех субъектов хозяйственной деятельности

Различные сектора экономики (в том числе и стратегические) чувствительны к процентным ставкам

Курс рубля формирует сегодня устойчивые группы выигрывающих и проигрывающих производств

Банковский сектор находится в неустойчивом положении

Задолженность населения по банковскому кредиту приближается к кризисному состоянию

Стимулирующая фискальная политика более избирательна, адресна, но содержит риски:

Низкой эффективности реакции производителей в терминах высокий рост выпуска/низкий рост цен

Финансирования дефицита бюджета за счет внутренних ресурсов и подавления инвестиционной активности

Диверсификация государственных инвестиций по видам деятельности, менее чувствительных к государственным инвестициям

Низкой мультипликации государственных инвестиций в инфраструктурные проекты

Использование дополнительных ресурсов бюджета

При обсуждении о возможных направлениях использования дополнительных ресурсов бюджета необходимо учитывать следующие обстоятельства:

источники средств финансирования дефицита бюджета при использовании внутренних средств возникает «эффект вытеснения» - снижаются ресурсы для банковского кредитования и инвестирования в корпоративные облигации. Государственные средства необходимо направлять в сектора, максимально зависимые от государственных инвестиций.

Меняется и возрастает роль инновационного сектора экономики (машиностроение, связь, научные исследования и разработки, образование, здравоохранение), что связано задачей организации импортозамещающих производств и локализацией выпуска ряда видов

продукции. Эти высокотехнологичные производства способны сформировать дополнительный спрос на продукцию российских предприятий, придав импульс и стабильность существующему тренду роста. Необходимо учитывать максимальный мультиплицирующий эффект госинвестиций для экономики. Сравнение вариантов ВВП (Рис.1.8 представлен в презентации)

Минфин прогнозирует недополучение в 2015 году 1 трлн руб. В связи с замедлением экономического роста, падением цен на нефть и сокращением импорта бюджет-2015 может недополучить порядка 1 трлн. руб. Такой прогноз дал 26 ноября глава Минфина Антон Силуанов, выступая в Совете федерации.

В министерстве не исключают изменения бюджетной политики в связи с изменением макроэкономических условий, что уже вызвало возражения Минэкономики. Министр финансов Антон Силуанов сегодня представил сенаторам проект федерального бюджета на следующую трехлетку, который без возражений был одобрен сенаторами. На 2015 год он предусматривает следующие показатели: доходы — 15,1 трлн руб., расходы — 15,5 трлн. руб., дефицит — 0,6% ВВП.

В Минфине, однако, прогнозируют падение доходов бюджета в следующем году при сохранении ситуации с курсом рубля и ценами на нефть. Потери могут составить около 500 млрд. руб. Кроме того, еще примерно 500 млрд. руб. бюджет может недополучить из-за риска снижения темпов экономического роста и сокращения импорта, уточнил министр. Это уже не первая оценка Антона Силуанова потерь российской экономики за последние дни. В понедельник он, выступая на форуме Финансовой академии при правительстве, заявил о потерях в размере \$40 млрд в год из-за введенных санкций, а также \$90–100 млрд из-за снижения цен на нефть.

### **Список литературы:**

1. И.В. Дегтярева. ЭКОНОМИКА. Макроэкономика, 2004
- 2/ Экономическая теория - Добрынин А.И., Тарасевич Л.С. – 2008
- 3/ Голев, В.Д. Инфляция: сущность, причины, социально-экономические последствия / В.Д. Голев, 2010
- 4/ Шашвили, Д.Ф. Инфляция: Понятие, причины, интенсивность, последствия.
- 5/ Общество и экономика / Д.Ф. Шашвили, 2003.
- 6/ Проблемы формирования эффективной социально ориентированной модели хозяйственного развития России Клейнера Г.Б., Сорокожердьева В.В., Пименов Г.Г., Солонина С.В., Глушкова Ю.О., Голубе-

ва С.С., Одинцова Т.Н., Пахомова А.В., Карташов К.А., Мишулин Г.М., Васильева Л.Ф., Васильев С.К., Успенская С.Н., Баранов Н.С., Константиныди Х.А., Берлин С.И., Маркарян В.Р. Под редакцией Г.Б. Клейнера, С.И. Берлина, Х.А. Константиныди. Краснодар. 2014.

## **О СИСТЕМЕ РАЗВИТИЯ НАЦИОНАЛЬНОЙ СИСТЕМЫ ПЛАТЕЖНЫХ КАРТ**

Национальная система платежных карт создана 23 июля 2014 года.

Блокировка карт четырёх крупных российских банков в марте этого года заставила правительство вновь вспомнить о проекте создания национальной платёжной системы (НПС). Сделать её хотели ещё в 1990-х гг., потом новый всплеск интереса к теме имел место в 2010-м, но воз и ныне там: сегодня Visa и MasterCard осуществляют 90% всех транзакций в нашей стране, собирая \$4 млрд комиссии ежегодно.

Первоначально российскую НПС планировали сделать на основе уже созданных «Сбербанком» аналогов и отдать этой организации контроль над НПС. Но потом решили создать некоммерческую организацию (учредителями станут российские и зарубежные банки), которая и станет оператором системы.

Также готовятся поправки в законодательство, согласно которым по российским законам операторы любой платёжной системы, действующей на территории РФ, не смогут отказаться от перевода средств (что позволит снизить риск повторения ситуации с блокировкой карт по политическим или иным мотивам), а размещение операционных центров за рубежом будет запрещено (с той же целью). Правда, это ещё не окончательный вариант, и наша НПС может быть создана на базе универсальной электронной карты, в операторе которой, впрочем, 80% доля принадлежит опять-таки «Сбербанку». Другие банки (в их числе ВТБ) выступают против возможности управления НПС «Сбербанком» и за то, чтобы процессинг был в руках ЦБ.

### **Цель**

Национальная Система Платежных Карт призвана обеспечить надежность, удобство и доступность национальных платежных карт и электронных средств платежа для населения Российской Федерации

через создание условий для участников национальной платежной экосистемы для непрерывного инновационного и конкурентоспособного развития отрасли платежных карт и электронных средств платежа.

Достижение обозначенных целей развития НСПК будет осуществляться посредством реализации двух законодательно предусмотренных функций НСПК:

1. создание операционно-клирингового центра по обработке внутрироссийских транзакций по картам международных платежных систем. Благодаря этой национальной операционно-независимой платформе обработка внутрироссийских операций по картам национальных и международных платежных систем будет осуществляться только на территории России, а не за границей, как это происходило до момента создания НСПК.

2. выпуск и продвижение национальной платежной карты. Именно собственная карта гарантирует развитие национальных платежных сервисов и даст возможность нашим гражданам получать услуги по картам на территории нашей страны вне зависимости от внешних факторов.

3. По срокам реализации НСПК – абсолютно уникальный проект. Международные платежные системы обычно создаются годами. По мнению экспертов, на создание национальной платежной системы недостаточно заявленных 5-6 месяцев, необходимо минимум 3 года.

### **Задачи**

Во-первых, распространённость карты за границей играет ключевую роль для любой крупной экономики. Зачем пользователю карта, которой он не сможет платить за границей? А ведь национальная платёжная система может не получить распространения за пределами создавшей её страны. Но вот, скажем, японская JCB (Japan Credit Bureau) не испытывает никаких проблем — её «пластик» принимают все ключевые торговые партнёры, карты также в ходу почти по всей Восточной Азии и даже в некоторых странах Ближнего Востока (например, в ОАЭ).

Карту китайской UnionPay (всего их выпущено 3,5 млрд) принимают в 141 стране мира (и даже в США), несмотря на Тибет, Тайвань, уйгуров и острова Сенкаку. С другой стороны, проблему «неприятя» можно решить техническим путём: с помощью кобейджинговых карт, содержащих приложения двух разных платежных систем.

Во-вторых, создание НПС — это сложный и дорогой процесс. Необходимая для этого инфраструктура крайне затратна и требует квалифицированного персонала для её обслуживания. Вообще, разработка своей НПС может напоминать разработку собственной операционной системы: амбициозная и почти невыполнимая задача ввиду наличия прекрасно работающих зарубежных аналогов. Но так как своя платёжная система есть даже у ЮАР (SAMOS), то это наводит на определённые мысли об общей полезности наличия таковой и в России.

В-третьих, что вытекает из предыдущего пункта, новой платёжной системе *очень трудно* завоевать расположение пользователей. Во всём мире Visa и MasterCard ассоциируются с безналичными операциями, новому игроку пробиться будет тяжело — для этого нужны даже не месяцы, но годы.

### **Этапы развития**

Выпуск собственной платёжной карты НСПК запланирован на декабрь 2015 года. Бренд карты (название и логотип) будет выбран в результате всероссийского творческого конкурса. На сайте национальной системы платёжных карт (НСПК) завершилось голосование за лучшее название для российской банковской карты. Церемония награждения победителя состоялась 28 мая. Автор лучшего названия получил 150 тысяч рублей, занявший второе место — 50 тысяч. После окончательной доработки дизайна российские банки смогут выпускать пластиковые карты национальной платёжной системы, отмечают Vesti.ru.

Всего в народном голосовании приняли участие более 40 тысяч человек.

Победителем стал вариант с логотипом «**Мир**», предложенный пользователем lentachka! из Удмуртии. На втором месте — логотип «Сокол».

Национальная карта будет приниматься на всей территории России, по ней можно будет совершать привычные транзакции: снимать наличные, оплачивать покупки в торговых сетях.

В первую очередь, НСПК начнет продвижение национальных карт за рубежом в сотрудничестве с национальными платёжными системами стран Евразийского экономического союза — «Белкард» в Белоруссии, Armenian Card (ArCa) в Армении. Расплатиться такой картой можно будет уже в 2016 году.

Предполагается возможность выпуска банками национальной карты в рамках кобейджинговых программ с международными платёжными

системами. Интерес к сотрудничеству уже проявлен со стороны японской платежной системы JCB, American Express.

Определённо следует развивать и свою систему мобильных платежей: примеры кенийской M-PESA (через неё проходит 28% всего ВВП страны) и четвёрки шведских компаний (Klarna, Seamless, iZettle и WyWallet — они уже обслуживают большую часть населения страны, использующего Интернет и мобильные телефоны) должны нас вдохновлять. Уже 76 российских банков полностью перевели обработку транзакций в НСПК. «По состоянию на 25 мая по Visa 76 банков полностью перевели обработку транзакций в НСПК в промышленном режиме. Подключение идет по плану, предусмотренному в дорожной карте», - сообщил представитель НСПК.

### **Опыт других стран**

На сегодняшний день национальные платежные системы сформированы и успешно действуют в различных странах по всему миру. Одна из крупнейших – японская национальная платежная система JCB International, основанная в 1961 году. Сегодня у JCB около 59 миллионов пользователей, а карты национальной платежной системы Японии принимаются к оплате в 11 миллионах точек в 190 странах мира.

В Белоруссии функционирует национальная платёжная система Белкарт. Карточки «Белкарт» являются собственной разработкой Национального банка Республики Беларусь. Количество эмитированных карт по состоянию на июнь 2012 года составляет 4,6млн, участниками системы являются 17 банков.. В ноябре 2013 года Белкарт заключила партнёрское соглашение с MasterCard по которому будут эмитироваться кобрендинговые карты Белкарт и MasterCard, что позволит использовать карты Белкарт за рубежом. На Украине функционирует национальная платёжная система НСМЭП. Членами системы являются 57 украинских банков, держателями карт НСМЭП являются 2,7 млн человек.

В рамках этой платёжной системы, на Украине имеют обращение полноценные фиатные электронные деньги. Украинская карта использует чип, поэтому может быть использована в качестве платформы для реализации социальных и транспортных приложений. Ассоциация Interac была создана в Канаде в середине 1980-х для обеспечения безопасного обмена электронными транзакциями. Уже в год создания их число достигло 6,2 миллиона. Соглашение о сотрудничестве с американской компанией NYCE сделало возможным выход системы Interac на международный рынок.

В соседней Франции в оборот введена платежная карта Carte Bleue. Ее создание при участии шести крупнейших французских банков позволило французам осуществлять транзакции на территории своей страны без требования авторизации от банка держателя карты.

Образованный для координации предпринимательской деятельности итальянский консорциум Bancomat осуществляет контроль над системой платежных карт, а также пользуется возможностью отслеживать движение средств в электронном поле и других каналах совершения операций. Систему Bancomat поддерживают все итальянские банки, а количество транзакций в среднем достигает 1.65 миллиардов в год.

Национальная платежная корпорация Индии (NPCI) за два года разработала проект собственной платежной системы, способной стать местной альтернативой Visa и MasterCard. Для разработки системы привлекалась консалтинговая компания Ernst & Young. China UnionPay — национальная платёжная система Китая, существующая с 2002 года. Карты UnionPay принимаются в 141 стране мира, в том числе массово в Австралии и Новой Зеландии.

Сами по себе НПС не являются гарантией более строгого контроля государства за финансовой жизнью страны: в том же КНР китайцы спокойно переводят через UnionPay деньги в Макао несмотря на все существующие запреты.

А ещё «свои карточки» довольно выгодный бизнес — одна только американская American Express заработала в прошлом году \$33 млрд. Сейчас большую часть российского рынка кредитных карт (с транзакциями на \$740 млрд в год) контролируют Visa и MasterCard, но их место может занять национальная НПС.

Определённо следует развивать и свою систему мобильных платежей: примеры кенийской M-PESA (через неё проходит 28% всего ВВП страны) и четвёрки шведских компаний (Klarna, Seamless, iZettle и WyWallet — они уже обслуживают большую часть населения страны, использующего Интернет и мобильные телефоны) должны нас вдохновлять.

Так что создание НПС — это правильный шаг, важность которого не стоит преуменьшать только потому, что его делает Путин. Само здание Кремля не становится хуже от того, что там сидят определённые люди — это же верно и в отношении пластиковых карт. Да и никто не говорит о запрете пользования Visa и MasterCard в России, а вот перевести расчёты военных, чиновников и сотрудников крупных предприятий в отечественную НПС явно не помешает.

## **Список используемых источников:**

1.ru.wikipedia.org

2.www.nspk.ru

*Долгополова М.А.*

*Финансовый университет  
(Краснодарский филиал)  
Научный руководитель:  
Солонина С.В.,  
канд. экон. наук, доцент*

## **ПОЧЕМУ УНИВЕРСАЛЬНАЯ ЭЛЕКТРОННАЯ КАРТА НЕ СТАНЕТ КОНКУРЕНТОМ VISA И MASTER CARD**

К 1 ноября региональные власти должны были оповестить население о выпуске универсальных электронных карт (УЭК). Эта информация касается тех, кто не написал заявления на ее получение, — так называемых молчунов. На их имя выпустят карты, и в течение двух месяцев они смогут от них отказаться. Как показывает статистика, в «молчунах» ходит почти вся страна. Сможет ли УЭК в условиях не востребоваанности стать реальной альтернативой Visa и MasterCard ?

**Универсальная электронная карта (УЭК)** — российская пластиковая карта, объединяющая в себе идентификационное и платёжное средство. УЭК позволяет дистанционно заказать, оплатить и получить государственные услуги, заменяет медицинский полис и страховое пенсионное свидетельство, объединяя на одной карте одновременно идентификационную карту, электронный кошелёк, банковскую карту, электронную подпись, проездной билет. Карта выдаётся гражданам России бесплатно по личному заявлению. Использование карты и подключённого к ней банковского счёта бесплатно. Срок действия универсальной электронной карты — 5 лет.

История с УЭК тянется вот уже несколько лет. Планировалось, что она будет использоваться для доступа к госуслугам. Вскоре в концепцию была добавлена функция платёжной системы. В 2012 году испытания карты стартовали в нескольких регионах России, в том числе в Москве и Санкт-Петербурге. Пилотные проекты выявили сразу несколько проблем. Самой заметной из них стала нехватка средств в региональных бюджетах на выпуск УЭК. Чтобы сэкономить, правительство было вынуждено отказаться от массового внедрения универсальной карты. Ее получение превратилось из обязанности в право. Выступая в Казани в 2013 году, министр связи и массовых ком-

муникаций Николай Никифоров, заявил что для регионов проект оказался слишком затратным. Федеральный чиновник оценил расходы одного только Татарстана на выпуск УЭК в 725 миллионов рублей. По мнению Минэкономразвития, для всей страны проект бы обошелся в 135-165 миллиардов рублей. На данный момент в законах не прописано, кто именно должен платить за выпуск карт. «Ранее планировалось, что деньги на проект будут выдавать регионы. Из-за дефицита бюджетов от этой идеи отказались. Порядок компенсации и софинансирования расходов на выпуск, выдачу и обслуживание УЭК из федерального бюджета также не установлен», — пояснил юрист компании ЮСТ Владимир Старовойтов. Он добавил, что сейчас используются различные схемы финансирования: за счет бюджета субъекта федерации, банков, которые планируют увеличить таким образом клиентскую базу, и ОАО «УЭК».

Универсальная карта так и оставалась бы одним из многочисленных проектов по развитию электронного правительства, если бы не обострение внешнеполитической ситуации в 2014 году. Международные платежные системы (МПС) Visa и MasterCard заморозили обслуживание карт некоторых российских банков, чьи владельцы попали в санкционные списки США. В частности, банка «Россия» Юрия Ковальчука, СМП-банка и Инвесткапиталбанка братьев Ротенбергов. В тот день карты сотен тысяч клиентов «выключились». После этого власти начали форсированную подготовку к созданию в России национальной платежной системы. УЭК стала одним из ее базовых элементов. Тогда же начала курсировать информация, что МПС вообще могут уйти из России. Им не понравился новый закон о национальной системе платежных карт (НСПК). Согласно документу, зарубежные платежные системы должны делать обеспечительные взносы в Центробанк — подушка безопасности для российских клиентов на случай будущих отключений от сервиса. Visa и MasterCard посчитали, что это делает дальнейший бизнес в России невыгодным. В конце концов, власти смягчились — формирование обеспечительных взносов отложено на 2015 год. Стороны пытаются договориться. Да, требования к МПС будут жесткими (по сравнению с началом года), но терпимыми. Это значит, что у УЭК как финансового инструмента остаются очень сильные конкуренты.

Согласно Национального агентства финансовых исследований, 53 процента населения одобряют внедрение УЭК, 35 процентов высказались против. Но реальность продемонстрировала ошибочность статистики. В пресс-службе ОАО «УЭК» рассказали, что на данный момент изготовлено 370848 универсальных карт. Кроме того, россияне

написали более 510 тысяч заявлений на получение УЭК в будущем. По данным на 27 октября, больше всего карта пользуется популярностью в Тульской области — здесь заказано 108 тысяч штук. В Ленинградской области УЭК почти не заметили — зарегистрировано 174 заявки. Кроме того, к июлю выпустили более 800 тысяч карт с платежным приложением ПРО100 (то есть фактически это банковские карты), из них 300 тысяч — в Крыму. Для сравнения: летом 2013-го глава Visa Чарльз Шарф сообщил, что число карт этой платежной системы в России перевалило за 100 миллионов. Итак, с 1 января следующего года универсальные карты начнут выдаваться по всей стране. Функционал утвержден: карта поможет записаться к врачу, получить соцподдержку, пройти в метро, воспользоваться госуслугами. Кроме того, платежное приложение ПРО100 позволяет использовать УЭК в качестве банковской карты. По данным ОАО «УЭК», к системе пока присоединились только 20 кредитных организаций. Лишь 7 из них имеют технологическую готовность предоставлять услуги по универсальным картам. Этот факт, а также небольшое количество заказов на получение УЭК дают основания считать, что она пока не готова стать полноценным финансовым инструментом. Когда международные платежные системы прекратили обслуживать карты нескольких банков в России, над страной навис фантом финансового железного занавеса. Горячие головы стали говорить о необходимости экономической изоляции. Например, советник президента России Сергей Глазьев, заявил что американские санкции могут вынудить государство уйти из доллара в другие валюты. Действительно, в условиях изоляции пришлось бы создавать отечественную НСПК практически с нуля. Пока власти решили не делать резких движений, МПС не стали уходить, и УЭК осталась в их тени.

Универсальная карта сейчас — больше социальный инструмент, чем финансовый. В то же время она может найти отклик у клиентов, которые не делают покупки за рубежом, а пользуются только внутренними расчетами. «Подавляющее большинство наших сограждан никак не зависят от доступа к сервисам за рубежом. В этом смысле при своей достойной и бесперебойной работе УЭК вполне должен быть конкурентоспособен Visa и MasterCard. То меньшинство, которое нуждается в МПС, просто сохранит старую карту», — объяснила начальник аналитического управления «Национального рейтингового агентства» Карина Артемьева. Она добавила, что карта может стать очень популярной за счет услуг, не связанных с финансами, ведь записываться к врачу, менять документы, получать госуслуги или

оплачивать штрафы нужно всем. В этом смысле УЭК можно назвать социально-экономическим проектом, заключила Артемьева.

Уровень банковских услуг, которые сейчас предлагаются УЭК, не позволяет ей конкурировать с международными системами, считает старший аналитик инвестгруппы «Норд-Капитал» Сергей Алин. По его словам, карты МПС удобны, понятны, быстры и принимаются во всех уголках мира. «В целом это можно назвать “отличный сервис”. УЭК пока, во-первых, мало кому известна, а во-вторых, не может предложить таких услуг», — сказал он. Алин также отметил, что карту вполне можно активно распространять как раз среди пенсионеров, многим из которых продвинутые опции не нужны. Действительно, в России есть огромное число потенциальных клиентов именно отечественной платежной системы. Пенсионеры, бюджетники, госслужащие — благодатная почва для внедрения УЭК.

Все указывает на то, что основание российской платежной системы откладывается. Все-таки создание собственного инновационного и конкурентоспособного продукта — сложная задача.

Она требует как больших затрат, так и развитых финансовых технологий. Китай, например, справился с этим примерно за 10 лет. Платежной системе China UnionPay за относительно короткие сроки удалось стать не только локальной системой, но и успешно выйти на мировой рынок. Уже выпущено более 3 миллиардов карт UnionPay, они принимаются в 141 стране мира.

Чтобы стать достойной заменой MasterCard, Visa или даже UnionPay (которую также выпускают российские банки), УЭК придется предложить клиентам спектр услуг не менее широкий, чем у серьезных игроков. В ином случае она просто останется современным аналогом пенсионной книжки. Евросоюз и США предлагают России то, от чего уже отказались страны, преуспевающие в сфере электронных технологий. В других странах нет унифицированной электронной карты. В Германии нет единой карты (УЭК), это законодательно запрещено по соображениям безопасности граждан... В Англии для безопасности граждан в 2010 г. законодательно упразднен Регистр идентификации и уничтожены базы данных... В Южной Корее сделали электронное правительство, но из-за высокого уровня электронного мошенничества население отказалось пользоваться этими услугами. Пункт выдачи :

**Краснодарский край**  
Краснодар, ул. Северная, 327/Леваневского, 179, 5 этаж, офис 5а  
Государственное унитарное предприятие Краснодарского края

"Центр информационных технологий"  
(800)1000900  
Карта пунктов обслуживания УЭК  
Официальный сайт

### Список используемых источников

- 1.<http://sberbank.ru>
- 2.<http://ru.wikipedia.org>
- 3.<http://mk.ru>

## **ПРОБЛЕМЫ И НЕОБХОДИМОСТЬ ВНЕДРЕНИЯ МЕЖДУНАРОДНЫХ СТАНДАРТОВ АУДИТА**

Своеобразным источником правового регулирования аудиторской деятельности в России являются международные стандарты аудита и другие законодательные акты западных стран. В процессе становления аудита в России, с приходом на российский рынок международных аудиторских компаний и, следовательно, возрастающей конкуренцией международные стандарты аудита представляют все больший интерес для российских аудиторов, исполняющих заказы отечественных предприятий, ориентированных на зарубежных инвесторов [4].

Разработкой, внедрением и продвижением международных стандартов аудита (МСА) занимается Международная федерация бухгалтеров (IFAC - International Federation of Accountants) - международное объединение бухгалтерской профессии [2].

Слово «внедрение» в русском языке часто означает проникновение чего-то в среду, которая активно сопротивляется этому проникновению. Такая картина хорошо отражает попытки внедрить МСА в работу российских аудиторов. Вот уже много лет не прекращаются споры о том, что внедрять, как внедрять и, что самое главное, нужно ли внедрять.

При обсуждении данного вопроса следует заметить, что немало задач, предстоит решить еще российским аудиторским организациям, для повышения конкурентоспособности отечественного аудита и укрепления своих позиций. Одной из основных задач, является стандартизация аудиторской деятельности. Международные стандарты аудита (МСА), занимают в решении этой проблемы основополагающее место.

Вопрос о том, как повлияют изменения в российском законодательстве, связанные с переходом от российских стандартов аудита к международным является риторическим.

Федеральным законом от 1 декабря 2014 года № 403-ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации» внесен ряд изменений в законодательство Российской Федерации об аудиторской деятельности, в том числе и переход в России на международные стандарты аудита.

Следует отметить, что в законе уточнено понятие «аудиторской деятельности», устанавливается поэтапное введение международных стандартов аудита в правовое поле Российской Федерации, уточняются особенности обязательного аудита, аудиторского заключения, аудиторской тайны, прав и обязанностей аудиторской организации, индивидуального аудитора.

При этом не предполагается автоматического принятия стандартов — порядок их признания установит Правительство. Международные стандарты аудита будут признаны для применения в России не позднее двух лет со дня вступления в силу порядка их признания. Применение международных стандартов аудита обеспечит унификацию российской аудиторской практики с общепризнанной в мире.

Необходимость принятия данных изменений заключается в том, что Западные инвестиции, в который так нуждается российская экономика, подразумевают, получение прибыли на вложенные средства в российские предприятия. Бухгалтерская (финансовая) отчетность - является объективным документом, отражающим финансовое положение предприятия и результаты его текущей, финансовой и инвестиционной деятельности.

Соответственно информация, отражающая достоверность бухгалтерской (финансовой) отчетности, должна быть доступна для иностранных инвесторов. Поэтому, аудиторские процедуры следует проводить аналогично западным аудиторским процедурам, используя международные стандарты аудита.

Необходимость единых подходов к проведению аудита, как в Российской Федерации, так и за рубежом представляется очевидной на первый взгляд. Степень заинтересованности Российских инвесторов в достоверной отчетности российских предприятий и в добросовестном ее аудите не должна быть отличной от иностранных.

Однако данная точка зрения является спорной. Есть противники, которые считают, что на современном этапе развития российской экономики, имеет место определенная специфика, которая влияет на возможность в применения в нашей стране международных стандартов аудита.

Исходя из данной точки зрения, применение международных стандартов аудита в Российской Федерации является нецелесообраз-

ным. У данной точки зрения есть основание. Дело в том, что большинство клиентов более заинтересовано в оптимизации налогов и налоговых проверках, чем в подтверждении достоверности бухгалтерской (финансовой) отчетности, т.к. для экономии на сокрытии налогов намного выгоднее иметь «недостоверную отчетность». В нашей стране практически нет квалифицированных инвесторов, которые действительно анализировали бы баланс и данные о прежних доходах предприятия, чтобы принять решение о его инвестировании. Некоторые российские организации желают, чтобы проведение аудиторской проверки осуществлялось на основании реально представленных отчетов.

В большей степени, клиенты, не связывающиеся с «черными» (заведомо недобросовестными) аудиторами, зачастую не готовы оплачивать аудиторские услуги.

Не смотря на то, что российские правила (стандарты) аудиторской деятельности опубликованы на русском языке и прокомментированы, далеко не все российские аудиторы хорошо знакомы с ними, данная причина является одной из проблем, связанных с внедрением МСА в российскую практику.

Многолетняя история создания и практическое использование МСА за рубежом выявляет их недостатки, что влечет появление новых редакций. Поэтому их использование в российском аудите позволяет избежать собственных ошибок. Переход на международные стандарты аудита качественно повысит необходимый уровень его эффективности, а также увеличит доверие к аудиторам, которые будут использовать международные стандарты [4].

### **Список использованных источников:**

1 Об аудиторской деятельности: [федер. закон: принят Гос. Думой 24 дек. 2008 г.] // Справочно-правовая система «Консультант-Плюс» Проф. версия [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru> (дата обращения: 25.03.2015).

2 Аудит : учебник / под ред. В.И. Подольского. – 5-е изд., перераб. и доп. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2011. – 607 с.

3 Добрунова М.А. Некоторые проблемы качества аудита // Экономика и управление: анализ тенденций и перспектив развития. – 2014. – № 16. – С. 101 – 105.

4 Добрунова М.А. Практика применения международных стандартов аудиторской деятельности и их влияние на качество ауди-

та в России // Современный этап развития бухгалтерского учета, контроля и аудита: тенденции, проблемы, перспективы: Материалы Международной научно-практической конференции, г. Сочи, «Оптимал» ИП «Кривлякин», 2010.

5 <http://ria.ru/politics/20141202/1036123161.html> (дата обращения: 29.04.2015).

6 <http://www.rg.ru/2014/01/14/audit.html> (дата обращения: 29.04.2015).

## **СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ МЕЖДУНАРОДНЫХ И ФЕДЕРАЛЬНЫХ СТАНДАРТОВ АУДИТОРСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

Каждый вид хозяйственной деятельности, в том числе и аудиторской, должен регулироваться законодательными и правовыми актами, а так же положениями и методическими указаниями.

Аудиторские стандарты – обязательные для аудиторских организаций, индивидуальных аудиторов, саморегулируемых организаций аудиторские правила, утвержденные Правительством Российской Федерации, осуществления аудиторской деятельности, оформлению и оценке качества аудита и сопутствующих ему услуг, а также к порядку подготовки аудиторов и оценке их квалификации. [1]

Стандарты дают гарантию высокого качества и надежности аудита, а так же в исключительных случаях, касающихся судебных разбирательств, выступают в качестве основы для доказательств и определения мер ответственности. В обстоятельствах, когда аудитор принимает решение отступить от стандартов аудита, должно последовать обоснованное разъяснение причин этого поступка.

Основные цели аудита отражены в схеме № 1.

Схема № 1. Основные цели стандартов аудиторской деятельности.



Аудиторские стандарты всегда базируются на системе концепций аудита, которые включают в себя в первую очередь независимость, существенность, достоверность и профессиональное суждение. Система стандартов аудиторской деятельности подразделяются на следующие составляющие: международные стандарты (сокращенно МСА), федеральные (российские) и внутрифирменные стандарты аудиторских организаций и индивидуальных аудиторов.

Многие страны в мире осуществляют свою аудиторскую деятельность, опираясь только на международные стандарты, которые одновременно выступают в качестве федеральных стандартов для ряда стран. На территории Российской Федерации были разработаны собственные, федеральные, стандарты. Но международные стандарты так же имеют правовую силу.

Российские стандарты являются обязательными для исполнения аудиторскими организациями, индивидуальными аудиторами, саморегулирующими организациями аудита и их работниками, осуществляющие свою деятельность на территории России

Они разработаны на основе международных стандартов и признаются в порядке, установленном Правительством Российской Федерации.

Систематизация положений и норм аудиторской деятельности для обширного применения является основной целью федеральных (российских) стандартов аудиторской деятельности. Российские стандарты аудита регулируются законодательно следующими постановлениями Правительства РФ. [3].

Таблица 1- Нормативное регулирование федеральных стандартов аудита

<b>№ нормативного документа, дата принятия</b>	<b>Название и вид нормативного документа</b>
№ 307-ФЗ от 30.12.2008 года	Федеральный закон об «Аудиторской деятельности»
№ 696 от 23.09.2002 года	Постановление Правительства РФ «Об утверждении федеральных правил (стандартов) аудиторской деятельности»
№ 99н от 16 августа 2011 г.	Приказ об утверждении федеральных стандартов аудиторской деятельности и внесении изменения в федеральный стандарт аудиторской деятельности (ФСАД 5/2010) «обязанности аудитора по рассмотрению недобросовестных действий в ходе аудита»
№ 90н от 17 августа 2010 г	Приказ об утверждении федеральных стандартов аудиторской деятельности

№ 46н от 20 мая 2010 г.	Приказ об утверждении федеральных стандартов аудиторской деятельности
№ 16н от 24 февраля 2010 г.	Приказ об утверждении федерального стандарта аудиторской деятельности « Принципы осуществления внешнего контроля качества работы аудиторских организаций, индивидуальных аудиторов и требования к организации указанного контроля»

Стоит отметить, что аудиторские организации и индивидуальные аудиторы пользуются правом самим определять правила осуществления аудиторской деятельности. Однако такие положения не должны противоречить и быть ниже требований федеральных стандартов.

Международные стандарты аудита (сокращенно МСА) на территории России носят рекомендательный характер. [3]

Их цель обеспечить стандартизацию аудиторской деятельности, установить соответствие международным требованиям и увеличить доверие к результатам.

В результате совместных стараний ряда стран, были разработаны и утверждены 60 стандартов, 12 из которых рассматривают как базовые.

МСА утверждаются Международной федерацией роров Комитетом по международным стандартам аудита и подтверждения достоверности информации. [7]

Нормативные документы, регулирующие международные стандарты:

1. Международные стандарты финансовой отчетности, разрабатываемые Советом по Международным стандартам финансовой отчетности (IASB).

2. Международные стандарты аудита, разрабатываемые Советом по Международным стандартам аудита (IAASB).

3. «Принципы корпоративного управления» в трактовке Организации экономического сотрудничества и развития (OECD).

4. «Цели и принципы регулирования фондовых рынков» в трактовке Международной организации комиссий по ценным бумагам (IOSCO).

5. «Базовые принципы страховой деятельности», выпущенные Международной ассоциацией страховщиков (IAIS).

6. «Принципы трактовки финансовой несостоятельности (банкротства)», разрабатываемые Всемирным банком.

Россия осуществляет контакты с Международной федерацией бухгалтеров, а представители Минфина Российской Федерации участвуют в работе Международного института регуляторов аудиторской профессии.

Стоит отметить, что, конечно же, между международными и федеральными стандартами аудиторской деятельности будут существовать как весомые отличия, так и отдельные аналоги, сходства. Федеральные стандарты условно можно разделить на три группы: стандарты, схожие с международными; российские стандарты, отличающиеся от международных; стандарты, не имеющие аналогов в национальных стандартах.

1. Первая группа: стандарты, схожие с международными.

**Таблица 2-** Близкие по содержанию к международным федеральные стандарты.

Международный стандарт	Федеральный стандарт	Сущность
МСА (ISA) 200 «Общие цели независимого аудитора и проведение аудита в соответствии с международными стандартами аудита»	ФПСАД 1 «Цель и основные принципы аудита финансовой (бухгалтерской) отчетности»	Документы совпадают по содержанию. ФПСАД более подробный, чем МСА
МСА 220 «Контроль качества аудита финансовой отчетности»	ФПСАД 7 «Контроль качества выполнения заданий по аудиту»	
МСА 230 Аудиторская документация	ФПСАД 2 Документирование аудита	ФПСАД более детализирован и содержит дополнительную информацию.
МСА 300 Планирование аудита финансовой отчетности	ФПСАД 3 Планирование аудита	
МСА 320 Существенность в планировании и проведении аудита	ФПСАД 4 Существенность в аудите	ФПСАД содержит дополнительные условия и приложения
МСА 402 Аспекты аудита субъектов, пользующихся услугами обслуживающих организаций	ФПСАД 25 Учет особенностей аудируемого лица, финансовую (бухгалтерскую) отчетность	ФПСАД соответствует требованиям МСА

МСА 500 Аудиторские доказательства	ФПСАД 5 Аудиторские доказательства	
Международный стандарт	Федеральный стандарт	Сущность
МСА 501 Аудиторские доказательства – особое рассмотрение отдельных статей	ФПСАД 17 Получение аудиторских доказательств в конкретных случаях	ФПСАД соответствует требованиям МСА

Сравнив только некоторые международные и федеральные стандарты, относящиеся к первой классификационной группе, можно сделать вывод, что МСА и ФПСАД (федеральные правила (стандарты) аудиторской деятельности) очень схожи в содержании. Национальные правила включают лишь незначительные дополнения и более детальную расшифровку.

2. Вторая группа: российские стандарты, отличающиеся от международных.

**Таблица 3-** Различия в международных и федеральных стандартах

Международный стандарт	Федеральный стандарт	Сущность
Кодекс этики профессиональных бухгалтеров	Кодексы этики отдельных профессиональных объединений бухгалтеров  и/или аудиторов	В федеральных стандартах нет целостного документа, освещающего вопрос этики аудиторов и бухгалтеров
МСА 260 Обмен информацией с лицами, наделенными руководящими полномочиями	ФПСАД 22 Сообщение информации, полученной по результатам аудита, руководству аудируемого лица и представителям его собственника	
МСА 315 Определение и оценка рисков существенных искажений на основе знания субъекта и его среды	ФПСАД 8 Понимание деятельности аудируемого лица, среда, в которой она осуществляется и оценка рисков существенного искажения аудируемой финансовой (бухгалтерской) отчетности	ФПСАД содержит отдельный раздел, описывающий необходимое понимание

Вторая группа дает нам ясно понять, что некоторые российские стандарты отличаются от международных правил в содержании, структуре и разъяснениях. Объясняет это и тем, что российская правовая система не походит на международное право.

3. Третья группа: стандарты, не имеющие аналогов в национальных.

К данной группе относятся международные стандарты аудиторской деятельности, у которых нет близкой модели в российских стандартах. Причинами этого служат в первую очередь различия в нормативной системе, отсутствие разработанных документов на текущие моменты.

Стоит отметить, что Министерство Финансов Российской Федерации внесло изменения в процесс проведения аудиторской деятельности. Эти изменения взяли курс перехода России на международные стандарты, которые в ближайшем будущем станут обязательными для аудиторских организаций, аудиторов, саморегулируемых организаций аудиторов и их работников, а также аудируемых лиц.

МСА будут применяться на территории Российской Федерации после признания их в порядке, установленном Правительством Российской Федерации. Не позднее 1 октября 2015 г. Правительство Российской Федерации должно установить порядок признания МСА.

Такое решение целесообразно, так как российской экономике требуется инвестиции иностранных компаний. В свою очередь российские компании должны заверить инвестора в надежности вкладываемых денежных средств, предоставив полную картину о финансовом состоянии организации.

Но с другой стороны выявляется иная ситуация, заключающаяся в том, что российские аудиторы мало представляют себе, что подразумевают под собой международные стандарты.

Так же многие аудиторские компании беспокоятся, что нововведение переманит их клиентов на сторону иностранных аудиторских компаний.

### **Список использованных источников:**

1. Федеральный закон об «Аудиторской деятельности» № 307-ФЗ от 30.12.2008 г.

2. Федеральный закон о «Бухгалтерском учете» № 402-ФЗ от 06.12.2011 года (ред. 04.11.2014г.).

3. Постановление Правительства РФ «Об утверждении федеральных правил (стандартов) аудиторской деятельности» № 696 от 23.09.2002 г.

4. Приказ об утверждении федеральных стандартов аудиторской деятельности и внесении изменения в федеральный стандарт аудиторской деятельности (ФСАД 5/2010) « Обязанности аудитора по рассмотрению недобросовестных действий в ходе аудита» № 99н от 16 августа 2011 г.

5. Приказ об утверждении федеральных стандартов аудиторской деятельности и внесении изменения в федеральный стандарт аудиторской деятельности (ФСАД 5/2010) « Обязанности аудитора по рассмотрению недобросовестных действий в ходе аудита» № 99н от 16 августа 2011 г.

6. Приказ об утверждении федеральных стандартов аудиторской деятельности № 46н от 20 мая 2010 г.

7. Приказ Минфина России от 25.11.2011 N 160н (ред. от 02.04.2013, с изм. от 21.01.2015) "О введении в действие международных стандартов финансовой отчетности и разъяснений международных стандартов финансовой отчетности на территории Российской Федерации».

*Смолева А.В.*

*Финансовый университет  
(Краснодарский филиал)  
Научный руководитель:  
Васильева Л.Ф., д-р экон. наук*

**КОМПЛЕКСНАЯ ОЦЕНКА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ  
ОРГАНИЗАЦИЙ ОАО «ГАЗПРОМ», ОАО «НК «РОСНЕФТЬ»,  
ОАО «НК «ЛУКОЙЛ» СРАВНИТЕЛЬНАЯ И РЕЙТИНГОВАЯ  
ОЦЕНКА ПОКАЗАТЕЛЕЙ РЕНТАБЕЛЬНОСТИ**



ОАО «Газпром» — глобальная энергетическая компания.

Основные направления деятельности — геологоразведка, добыча, транспортировка, хранение, переработка и реализация газа, газового конденсата и нефти, реализация газа в качестве моторного топлива, а также производство и сбыт тепло- и электроэнергии.



ОАО «НК «Роснефть» — лидер российской нефтяной отрасли и крупнейшая публичная нефтегазовая корпорация мира.

Основными видами деятельности являются поиск и разведка месторождений углеводородов, добыча нефти, газа, газового конденсата, реализация проектов по освоению морских месторождений, переработка добытого сырья, реализация нефти, газа и продуктов их переработки на территории России и за ее пределами.



ОАО «НК «ЛУКОЙЛ» является одной из крупнейших мировых вертикально-интегрированных компаний, занимающейся добычей и переработкой нефти и газа, производством нефтепродуктов и продуктов нефтехимии. В основных сферах своей деятельности Компания занимает лидирующие позиции на российском и мировом рынках

Рентабельность – относительный показатель экономической эффективности. Рентабельность комплексно отражает степень эффективности использования материальных, трудовых и денежных и др. ресурсов. В общем смысле рентабельность продукции подразумевает, что производство и реализация данного продукта приносит предприятию прибыль. Нерентабельное производство – это производство, не приносящее прибыли. Отрицательная рентабельность – это убыточная деятельность. Уровень рентабельности определяется с помощью относительных показателей – коэффициентов. В данной работе будут рассмотрены коэффициенты рентабельности продаж, активов, собственного капитала, доходов и расходов, а так же коэффициент финансовой независимости нефтегазовых компаний: ОАО «ГАЗПРОМ», ОАО «НК «РОСНЕФТЬ»; ОАО «НК «ЛУКОЙЛ». На основании этих показателей будет дана рейтинговая оценка эффективной деятельности каждой организации. Анализ рейтинга сравнительной

характеристики бухгалтерской (финансовой) отчетности нефтегазовых компаний позволит определить, насколько рационально используются ресурсы в организации.

**Таблица 1** – Исходные данные из финансовой отчетности за 2012 г. нефтегазовых компаний. Расчетные данные – Матрица показателей рентабельности.

№	Показатель, тыс. руб.	Организация			Наибольшее значение показателя
		1	2	3	
		ОАО «ГАЗПРОМ»	ОАО «НК «Роснефть»	ОАО «НК «ЛУКОЙЛ»	
<b>ИСХОДНЫЕ ДАННЫЕ 2012 год</b>					
1	Чистая прибыль	556 387 169	297 983 692	217 807 128	556 387 169
2	Прибыль до налогообложения	753 745 425	340 246 906	218 699 713	753 745 425
3	Валовая прибыль	1 951 098 161	1 302 079 755	286 816 763	1 951 098 161
4	Выручка	3 659 150 757	2 595 672 292	305 067 123	3 659 150 757
5	Заемный капитал	2 151 642 272	1 267 449 084	448 689 758	2 151 642 272
6	Активы	10 035 277 360	2 535 654 105	1 187 984 896	10 035 277 360
6.1.	Среднегодовая стоимость активов	9 778 370 827	2 334 199 346	1 184 952 566	9 778 370 827
7	Собственный капитал	7 883 635 088	1 268 205 021	739 295 138	7 883 635 088
7.1.	Среднегодовая стоимость собственного капитала	7 711 438 561	1 190 760 551	679 249 864	7 711 438 561
8	Сумма доходов	7 020 306 850	3 270 592 216	352 565 197	7 020 306 850
9	Сумма расходов	6 266 561 425	2 930 345 310	133 865 484	6 266 561 425
<b>РАСЧЕТНЫЕ ДАННЫЕ</b>					
1	Коэффициент рентабельности продаж (Валовая прибыль / Выручка)	0,533	0,502	0,940	0,940
2	Коэффициент рентабельности активов (Прибыль до налогообложения / Среднегодовая стоимость активов)	0,077	0,146	0,185	0,185

3	Коэффициент рентабельности собственного капитала (Чистая прибыль / Среднегодовая стоимость собственного капитала)	0,072	0,250	0,321	0,321
4	Коэффициент рентабельности доходов (Прибыль до налогообложения / Сумма доходов)	0,107	0,104	0,620	0,620
5	Коэффициент рентабельности расходов (Прибыль до налогообложения / Сумма расходов)	0,120	0,116	1,634	1,634
6	Коэффициент финансовой независимости (Собственный капитал / Активы)	0,786	0,500	0,622	0,786
7	Коэффициент финансовой зависимости (Заемный капитал / Активы)	0,214	0,500	0,378	0,500

**Таблица 2** – Исходные данные из финансовой отчетности за 2013 г. нефтегазовых компаний. Расчетные данные – Матрица показателей рентабельности.

№	Показатель, тыс. руб.	Организация			Наибольшее значение показателя
		1	2	3	
		ОАО «ГАЗПРОМ»	ОАО «НК «Роснефть»	ОАО «НК «ЛУКОЙЛ»	
2013 год					
<b>ИСХОДНЫЕ ДАННЫЕ</b>					
1	Чистая прибыль	628 144 243	137 305 207	209 870 651	628 144 243
2	Прибыль до налогообложения	854 568 046	154 779 646	217 208 078	854 568 046
3	Валовая прибыль	2 005 789 502	1 573 717 434	240 411 234	2 005 789 502
4	Выручка	3 933 335 313	3 544 443 140	260 008 509	2 933 335 313
5	Заемный капитал	2 485 079 983	3 596 342 929	432 098 298	2 485 079 983
6	Активы	10 855 186 062	4 984 766 143	1 296 276 203	10 855 186 062

6.1	Среднегодовая стоимость активов	10 445 231 711	3 760 210 124	1 242 130 550	10 445 231 711
7	Собственный капитал	8 370 106 079	1 388 423 214	864 177 905	8 370 106 079
7.1.	Среднегодовая стоимость собственного капитала	8 126 870 584	1 328 314 118	801 736 522	8 126 870 584
8	Сумма доходов	7 198 738 965	4 039 993 965	314 934 617	7 198 738 965
9	Сумма расходов	6 344 170 919	3 885 214 319	97 726 539	6 344 170 919
<b>РАСЧЕТНЫЕ ДАННЫЕ</b>					
1	Коэффициент рентабельности продаж (Валовая прибыль / Выручка)	0,510	0,444	0,925	0,925
2	Коэффициент рентабельности активов (Прибыль до налогообложения / Среднегодовая стоимость активов)	0,082	0,041	0,175	0,082
3	Коэффициент рентабельности собственного капитала (Чистая прибыль / Среднегодовая стоимость собственного капитала)	0,077	0,103	0,262	0,262
4	Коэффициент рентабельности доходов (Прибыль до налогообложения / Сумма дох.)	0,119	0,038	0,690	0,690
5	Коэффициент рентабельности расходов (Прибыль до налогообложения / Сумма расходов)	0,135	0,040	2,223	2,223
6	Коэффициент финансовой независимости (Собственный капитал / Активы)	0,771	0,279	0,667	0,771
7	Коэффициент финансовой зависимости (Заемный капитал / Активы)	0,229	0,721	0,333	0,721

**Таблица 3** – Исходные данные из финансовой отчетности за 2014 г. нефтегазовых компаний. Расчетные данные – Матрица показателей рентабельности.

Показатель, тыс. руб.	Организация			Наибольшее значение показателя
	1	2	3	
	ОАО «ГАЗПРОМ»	ОАО «НК «Роснефт»	ОАО «НК «ЛУКОЙЛ»	

			Б»	Л»	
2014 год					
ИСХОДНЫЕ ДАННЫЕ					
	Чистая прибыль	188 980 016	501 324 290	371 881 105	501 324 290
	Прибыль до налогообложения	278 081 361	505 933 181	398 502 652	505 933 181
	Валовая прибыль	1 961 022 595	1 848 436 820	225 080 248	1 961 022 595
	Выручка	3 990 280 172	4 299 680 200	242 880 237	4 299 680 200
	Заемный капитал	3 160 522 004	6 432 194 561	601 398 439	6 432 194 561
	Активы	12 249 735 124	7 787 726 949	1 755 496 549	12 249 735 124
.1	Среднегодовая стоимость активов	11 552 460 593	6 386 246 546	1 525 886 376	11 552 460 593
	Собственный капитал	9 089 213 120	1 355 532 388	1 134 098 113	9 089 213 120
.1	Среднегодовая стоимость собственного капитала	8 729 659 600	1 371 977 801	999 138 009	8 729 659 600
	Сумма доходов	7 795 747 626	6 132 205 062	460 730 789	7 795 747 626
	Сумма расходов	7 517 666 265	5 626 271 881	62 228 137	7 517 666 265
РАСЧЕТНЫЕ ДАННЫЕ					
	Коэффициент рента- бельности продаж (Вало- вая прибыль /	0,491	0,430	0,927	0,927
	Коэффициент рента- бельности активов (При- быль до налогообложения / Среднегодовая стоимость активов)	0,024	0,079	0,261	0,261
	Коэффициент рента- бельности собственного капитала (Чистая прибыль / Среднегодовая стоимость собственного капитала)	0,022	0,365	0,372	0,372
	Коэффициент рента- бельности доходов (При- быль до налогообложения / Сумма дох.)	0,036	0,083	0,865	0,865

Коэффициент рентабельности расходов (Прибыль до налогообложения / Сумма расходов)	0,037	0,090	6,404	6,404
Коэффициент финансовой независимости (Собственный капитал / Активы)	0,742	0,174	0,646	0,742
Коэффициент финансовой зависимости (Заемный капитал / Активы)	0,258	0,826	0,343	0,826

Из таблицы 1, 2 видно, что по исходным данным в 2012 и 2013 г.г. наибольшее значение по всем показателям имеет ОАО «ГАЗПРОМ».

Анализируя исходные данные за 2014 г., в таблице 3 наибольшее значение по показателям: чистая прибыль, прибыль до налогообложения, валовая прибыль, выручка, заемный капитал имеет ОАО «НК «Роснефть», но ОАО «ГАЗПРОМ» имеет наибольшее количество активов и собственный капитал, и суммы доходов и расходов больше сумм ОАО «НК «Роснефть».

Диаграммы сравнительного анализа по чистой прибыли в нефтегазовых компаниях.

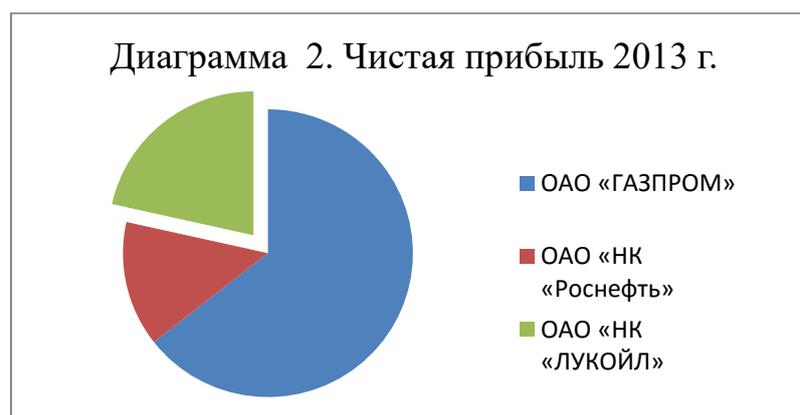
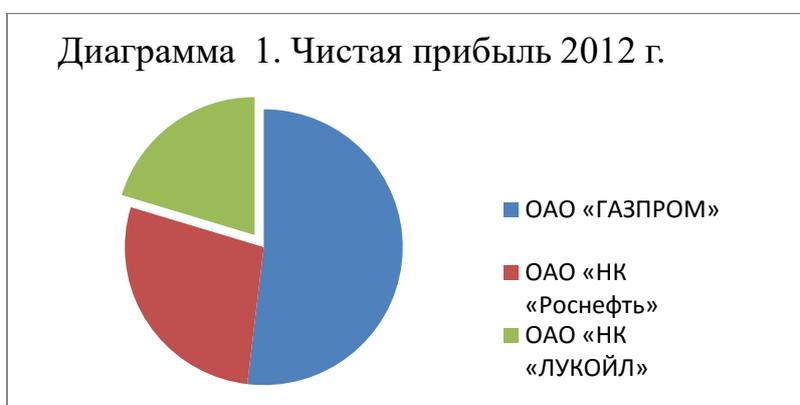


Диаграмма 3. Чистая прибыль 2014 г.



Анализируя показатель чистой прибыли по нефтегазовым компаниям видно, что: в 2012 г.: лидирует ОАО «ГАЗПРОМ», второе место занимает ОАО «НК «РОСНЕФТЬ», третье место занимает ОАО «НК «ЛУКОЙЛ»;

в 2013 г.: лидирует ОАО «ГАЗПРОМ», местами поменялись ОАО «НК «ЛУКОЙЛ» - занимает второе и ОАО «НК «РОСНЕФТЬ» - занимает третье;

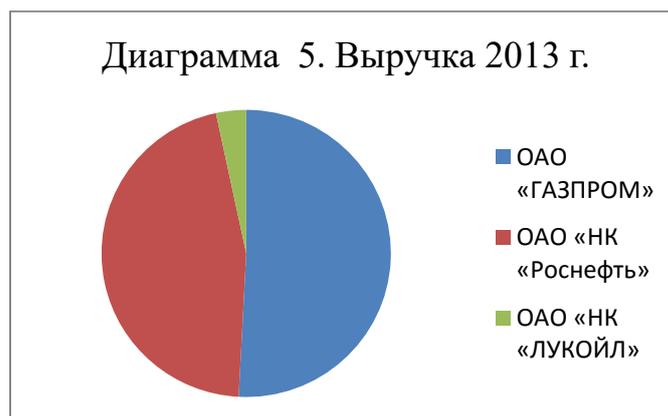
в 2014 г.: лидирует ОАО «НК «РОСНЕФТЬ» ОАО «НК «ЛУКОЙЛ» - занимает второе, ОАО «ГАЗПРОМ» - занимает третье.

Диаграммы сравнительного анализа по выручке в нефтегазовых компаниях.

Диаграмма 4. Выручка 2012 г.



Диаграмма 5. Выручка 2013 г.





Анализируя показатель выручки по нефтегазовым компаниям видно, что в 2012г., 2013г., 2014 г.:

лидирует ОАО «ГАЗПРОМ»

второе место занимает ОАО «НК «Роснефть»

третье место занимает ОАО «НК «ЛУКОЙЛ»

Алгоритм сравнительной рейтинговой оценки.

1. Формирование матрицы расчетных данных показателей рентабельности ( $a_{ij}$ ): строки матрицы — номера показателей ( $i = 1, 2, 3, 4, 5, 6$ ), столбцы матрицы — номера организаций ( $j = 1, 2, 3$ )

«Расчетные данные» по показателям за 2012 г., 2013 г., 2014 г. представлены в таблицах 1, 2, 3, строка № 1–6, столбцы № 1, 2, 3.

2. По каждому  $i$ -му показателю определяется наибольшее значение показателя и заносится в столбец «Наибольшее значение показателя».

«Расчетные данные» по наибольшему значению показателей за 2012 г., 2013 г., 2014 г. представлены в таблицах 1, 2, 3, строка № 1–6, столбец «Наибольшее значение показателя».

3. Рассчитываются стандартизированные показатели по отношению к наибольшему значению показателя по формуле:

$$x_{ij} = \frac{a_{ij}}{a_{ij\max}}, \text{ где}$$

$a_{ij\max}$  — наибольшее значение из всей совокупности расчетных данных  $i$ -го показателя.

Результаты расчетов показателей за 2012 г., 2013 г., 2014 г. представлены в таблицах 4, 5, 6 строка № 1–6.

4. Рассчитываются показатели рейтинговой оценки  $R_j$  с учетом степени значимости показателей по каждой организации по формуле:

$$R_j = \sqrt{\sum_{i=1+m} k_i \cdot x_{ij}^2}, \text{ где}$$

$R_j$  – рейтинговое число предприятия  $j$ ;

$x_{ij}$  – показатель  $i$  предприятия  $j$ ;

$i$  – порядковый номер показателя;

$m$  – число показателей для оценки состояния каждого предприятия;

$k_i$  – коэффициент значимости показателя  $i$ , который назначается путем экспертной оценки;

$\sum_{i=1+m}$  – суммирование по всем показателям.

Результаты расчетов за 2012 г., 2013 г., 2014 г. представлены в таблицах 4, 5, 6 строка № 7 «Рейтинговая оценка с учетом коэффициента значимости показателей».

4. Организации ранжируются в порядке увеличения рейтинговой оценки за 2012 г., 2013 г., 2014 г.: наивысший рейтинг будет иметь предприятие с наибольшим значением  $R_j$ .

5.

Результаты расчетов представлены в таблице 4.

№	Стандарт комплексных показателей, тыс. руб.	Организация			Коэффициент значимости показателей
		1	2	3	
		ОАО «ГАЗПРОМ»	ОАО «НК «Роснефть»	ОАО «НК «ЛУКОЙЛ»	
1	Коэффициент рентабельности продаж (с учетом наибольшего значения показателя)	0,322	0,285	1,000	3
2	Коэффициент рентабельности активов (с учетом наибольшего значения показателя)	0,174	0,624	1,000	1,8
3	Коэффициент рентабельности собственного капитала (с учетом наибольшего значения показателя)	0,051	0,609	1,000	1,4
4	Коэффициент рентабельности доходов (с учетом наибольшего значения показателя)	0,030	0,028	1,000	2
5	Коэффициент рентабельности расходов (с учетом наибольшего значения показателя)	0,005	0,005	1,000	1,6

	значения показателя)				
6	Коэффициент финансовой независимости (с учетом наибольшего значения показателя)	1,000	0,405	0,628	1,5
7	Рейтинговая оценка с учетом коэффициента значимости показателей	1,708	1,871	3,277	---
8	Ранжирование мест	3	2	1	---

**Таблица 5 – Матрица стандартизированных показателей комплексной оценки деятельности нефтегазовых компаний 2013 г.**

№	Стандарт комплексных показателей, тыс. руб.	Организация			Коэффициент значимости показ.
		1	2	3	
		ОАО «ГАЗПРОМ»	ОАО «НК «Роснефть»	ОАО «НК «ЛУКОЙЛ»	
1	Коэффициент рентабельности продаж (с учетом наибольшего значения показателя)	0,304	0,231	1,000	3
2	Коэффициент рентабельности активов (с учетом наибольшего значения показателя)	1,000	0,253	4,568	1,8
3	Коэффициент рентабельности собственного капитала (с учетом наибольшего значения показателя)	0,087	0,156	1,000	1,4
4	Коэффициент рентабельности доходов (с учетом наибольшего значения показателя)	0,030	0,003	1,000	2
5	Коэффициент рентабельности расходов (с учетом наибольшего значения показ.)	0,004	0,0003	1,000	1,6

6	Коэффициент финансовой независимости (с учетом наибольшего значения показателя)	1,000	0,130	0,748	1,5
7	Рейтинговая оценка с учетом коэффициента значимости показателей	2,098	1,252	4,165	---
8	Ранжирование мест	2	3	1	---

**Таблица 6** – Матрица стандартизированных показателей комплексной оценки деятельности нефтегазовых компаний 2014 г.

№	Стандарт комплексных показателей, тыс. руб.	Организация			Коэффициент значимости показ.
		1	2	3	
		ОАО «ГАЗПРОМ»	ОАО «НК «Роснефть»	ОАО «НК «ЛУКОЙЛ»	
1	Коэффициент рентабельности продаж (с учетом наибольшего значения пок.)	0,281	0,215	1,000	3
2	Коэффициент рентабельности активов (с учетом наибольшего значения показ.)	0,008	0,092	1,000	1,8
3	Коэффициент рентабельности собственного капитала (с учетом наибольшего значения показ.)	0,003	0,964	1,000	1,4
4	Коэффициент рентабельности доходов (с учетом наибольшего значения показ.)	0,002	0,009	1,000	2

5	Коэффициент рентабельности расходов (с учетом наибольшего значения показат.)	0,00003	0,0002	1,000	1,6
6	Коэффициент финансовой независимости (с учетом наибольшего значения показат)	1,000	0,055	0,758	1,5
7	Рейтинговая оценка с учетом коэффициента значимости показ.	1,539	1,504	3,307	---
8	Ранжирование мест	2	3	1	---

Таблица 7 – Сводная таблица ранжирования мест нефтегазовых компаний за 2012 г., 2013 г., 2013 г.

Ранжирование мест	ОАО «ГАЗПРОМ»	ОАО «НК «Роснефть»	ОАО «НК «ЛУКОЙЛ»
2012 г.	3	2	1
2013 г.	2	3	1
2014 г.	2	3	1

Из таблицы видно, что по показателям оценки рентабельности организаций лидирующее место по трем годам занимает ОАО «НК «ЛУКОЙЛ». Из этого следует, что организация ведет более эффективную деятельность по сравнению с аналогичными нефтегазовыми компаниями.

#### Список использованных источников:

1. Вахрушина М.А. Анализ финансовой отчетности: Учебник. – 2-е изд./ Под общ. ред. М.А. Вахрушиной. – М.: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2011. – 431с.

2. Вахрушина М.А. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности: Учебное пособие / Под ред. д.э.н., проф. М.А. Вахрушиной. – М.: Вузовский учебник, 2011. – 463 с.

3. [http://www.lukoil.ru/static\\_6\\_5id\\_2289\\_.html](http://www.lukoil.ru/static_6_5id_2289_.html) – официальный сайт «Лукойл» - нефтяная компания».

4. [http://www.rosneft.ru/Investors/statements\\_and\\_presentations/Statements/](http://www.rosneft.ru/Investors/statements_and_presentations/Statements/) – официальный сайт «"Роснефть" - нефтяная компания».

5. <http://www.gazprom.ru/investors/reports/2012/> – официальный сайт «"Газпром" - энергетическая компания».

*Финансовый университет  
(Краснодарский филиал)  
Научный руководитель:  
Добрунова М.А.,  
старший преподаватель*

## **РОЛЬ ФИНАНСОВОГО АНАЛИЗА В АУДИТОРСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

В настоящее время финансовый анализ является существенным элементом аудита. Практически все пользователи финансовых отчетов предприятий используют методы финансового анализа для принятия решений по оптимизации своих интересов. Можно твердо говорить, что качество принимаемых решений целиком зависит от качества аналитического обоснования решения.

Предприятия, действующие уже долгое время в современных экономических условиях, хотят полностью контролировать свое финансово-экономическое состояние, определить стратегии преодоления кризиса, а так же вычислить наиболее доходные, либо убыточные направления деятельности.

Востребованность аудиторской деятельности исходит от желания руководства получить полную и объективную оценку текущей, финансовой и инвестиционной деятельности предприятия. В таком случае опытный аудитор, владеющий современными методиками, просто необходим. Исходя из вышесказанного, проведение финансового анализа, как неотъемлемой части аудита, в настоящее время является весьма актуальным.

Финансовый анализ – процедура, рассчитанная на изучение результатов текущей, финансовой и инвестиционной деятельности предприятия, в том числе и его финансового состояния. Данный процесс, безусловно необходим для правильного проведения оценки рыночной стоимости компании, выявления путей ее эффективного развития, оценки платеже- и кредитоспособности.

С помощью финансового анализа предприятия можно успешно выработать стратегию его дальнейшего функционирования и роста прибыли. В связи с этим, анализ финансового состояния предприя-

тия является важным элементом на пути к его росту, улучшениям и экономической стабильности.

Руководителю предприятия для принятия эффективных решений очень важно определить резервы роста эффективности коммерческой деятельности, факторы роста прибыли, минимизации потерь. Осуществляет эти и другие задачи финансовый анализ, который представляет собой оценку бухгалтерской отчетности с целью обнаружения наиболее уязвимых сторон в финансовом положении предприятия и имеющиеся резервы его улучшения. В настоящий момент потребность в услугах по проведению финансового анализа возросла.

**Аудит и финансовый анализ** находятся в тесной взаимосвязи. В аудиторской деятельности финансовый анализ основывается на определенных аналитических процедурах. Под аналитическими процедурами понимаются действия аудиторов, в ходе которых они проводят анализ закономерностей и соотношений, основанных на информации о деятельности аудируемого лица и изучают связь этих закономерностей и соотношений с другой информацией, имеющейся в распоряжении аудитора, выявляя причины возможных отклонений. В состав аналитических процедур входит рассмотрение финансовых данных аудируемого лица в сравнении:

- с сопоставимыми данными за предыдущий период;
- с ожидаемым результатом деятельности аудируемого лица, к примеру, прогнозами или сметами, а также предположениями аудитора;
- со сведениями о предприятиях, которые занимаются аналогичной деятельностью, к примеру, сравнение отношения выручки аудируемого лица от продаж к общей сумме дебиторской задолженности со среднеотраслевыми показателями или с показателями остальных предприятий сопоставимых размеров в той же отрасли. В системе аудита сущность аналитических процедур, цели их проведения, характеристика видов, порядка и методов приложения к типовым ситуациям регламентируются стандартом аудиторской деятельности «Аналитические процедуры» [2, с. 76].

Аналитические процедуры можно осуществлять различными способами (простым сравнением, комплексным анализом с применением сложных методов статистики).

Аналитические процедуры проводятся применительно к консолидированной финансовой отчетности, к финансовой отчетности дочерних организаций или подразделений, а также отдельных элементов финансовой информации.

Процесс выбора аудитором процедур, способов, а также уровня их применения зависит от профессионального суждения. По мнению А. Д. Шеремета – финансовый анализ как один из видов экономического анализа используется в аудите в двух аспектах:

1) метод познания финансового механизма предприятия, процессов формирования и использования финансовых ресурсов для его оперативной и инвестиционной деятельности;

2) вид услуг аудитора администрации предприятия, учредителям, собственникам, акционерам [3].

В первом случае результатом анализа является оценка финансового благополучия предприятия, состояние его имущества, активов и пассивов баланса, с целью прогнозирования степени риска инвестированного капитала и уровня его доходности. Во втором аспекте необходима полная и обстоятельная информация о финансовом положении предприятия, полученных доходах и их использовании, а также поиска резервов укрепления финансового состояния, повышения доходности.

Финансовый анализ – это часть полного анализа хозяйственной деятельности, состоящего из двух тесно связанных между собой разделов: финансовый анализ и управленческий (производственный) анализ. Это же является причиной деления анализа на внутривозможный и внешний.

Анализ имеет особое значение на ранней стадии аудиторской проверки, включая стадию планирования проведения аудита. Аналитические процедуры на этих стадиях дают возможность определить особенности клиентской деятельности, наметить стратегию проверки, оценить аудиторские риски и выявить проблемы формирования финансовой информации.

Таким образом, роль **аудита и финансового анализа** в рыночных условиях не только усиливается, но и качественно меняется – финансовый анализ превращается в основной способ оценки финансово-хозяйственной деятельности предприятий.

#### Список использованных источников

1. Аналитические процедуры: [федеральное правило (стандарт) аудиторской деятельности № 20: принято Правительством Российской Федерации 23 сент. 2002г.] // Справочно-правовая система «КонсультантПлюс» Проф. версия [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.consultant.ru> (дата обращения: 05.05.2015).

2. Клишевич Н.Б. Финансы организаций: менеджмент и анализ: учебное пособие / Н.Б. Клишевич. – М.: КНОРУС, 2012. – 304 с.
3. Шеремет А. Д. Аудит: Учебник / А.Д. Шеремет, В.П. Суйц. - 6-е изд. – М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 352 с.

*Финансовый университет  
(Краснодарский филиал)  
Научный руководитель:  
Кутина В.В.,  
канд. экон. наук, доцент*

## **ОБЯЗАТЕЛЬНЫЙ АУДИТ ОРГАНИЗАЦИЙ**

Большинство организаций и предприятий различных форм собственности, согласно Закону РФ подлежащих обязательной аудиторской проверке, за годы своей деятельности признали целесообразность ее проведения, и сегодня все больше компаний, физических и юридических лиц, ведущих хозяйственную деятельность, для которой обязательный аудит не является основным условием для работы, самостоятельно инициируют его проведение, заключая договора с независимыми аудиторскими компаниями.

Дело в том, что обязательный аудит организации имеет массу преимуществ, позволяющих не только стабилизировать деятельность компании, но и исключить вероятность возникновения нарушений в процессе ведения финансовой, налоговой и бухгалтерской документации, которые могут стать причиной споров с контролирующими государственными органами и повлечь за собой штрафы и даже приостановление деятельности компании. Актуальность исследуемой темы является очевидной.

Первые бухгалтеры-аудиторы появились в Великобритании в середине 19 в., где в 1862 г. вышел закон об обязательном аудите [4, с. 238]. В Англии закон об обязательном аудите вышел в 1862 г., во Франции – в 1867 г., в США – в 1937 г. Развитие современного аудита в России началось с 1987 г.

С 2011 года обязательный аудит проводится, если объем выручки за предшествовавший отчетному год превышает 400 млн. руб. или сумма активов бухгалтерского баланса по состоянию на конец предшествовавшего отчетному года превышает 60 млн. руб. Для ОАО обязательный аудит предписывается законодательством [3].

В зависимости от направления деятельности организации будет зависеть подход к проведению аудита. К примеру, обязательный аудит организации промышленности может носить совершенно иной характер, нежели аудит в торговой компании. Казалось бы, докумен-

ты везде будут одинаковы, а персонал также будет выполнять только свою работу, но все, же разница есть.

Учитываются все нюансы работы в производстве и торговле, вся разница в необходимых затратах на покупку сырья и готовой продукции.

После проведения полной проверки, выдаются отчет и заключение, подтверждающие прохождение процедуры обязательного аудита компанией.

Нужно помнить, что проведение обязательного аудита – это не только обязательство, но и необходимость. Документация фирмы может не соответствовать реальной картине вещей. А, если это действительно так (что бывает в 40% случаев), то будущих проблем в фирме не избежать. Также проведение обязательного аудита необходимо для того, чтобы убедиться в своевременной выплате налогов. Аудиторы проверяют все налоговые операции организации и выявляют все ошибки.

В последнее время широко проходит обсуждение вступивших в силу с сентября 2014 г. поправок в Гражданский кодекс, которыми изменены статус и правовое положение большинства коммерческих и некоммерческих организаций. Указанные поправки в значительной степени коснулись акционерных обществ, которые законодатель разделил на публичные и непубличные вместо прежних ОАО и ЗАО.

Не обошли изменения, и права акционерных обществ в части проведения ежегодного аудита. В п. 5 ст. 67.1 ГК РФ прямо указано на необходимость проведения аудита для подтверждения годовой бухгалтерской отчетности всеми без исключения акционерными обществами.

В то же время действующее законодательство об аудиторской деятельности прямо предусматривает проведение обязательного аудита только открытыми акционерными обществами, закрытые же акционерные общества были обязаны проводить аудит при превышении ими финансовых показателей, определенных законодательством.

Совершенно очевидным, в части требования о проведении аудита, является положение п. 5 ст. 67.1 ГК РФ не разграничивающее в этой части обязанности публичных и непубличных акционерных обществ. Причем путем сопоставления с п. 4 этой же статьи, можно установить для каких организационно-правовых форм проведение аудита остается правом, а для каких обязанностью.

Нельзя не обратить внимание на ч. 4 ст. 3 Федерального закона от 05.05.2014 г. № 99-ФЗ (закона, который ввел поправки в ГК РФ), согласно которому законодательные акты, не приведенные

в соответствии с ГК в новой редакции, подлежат применению в части, ему не противоречащей. Здесь и возникает противоречие между п. 1 ч. 1 ст. 5 Закона об аудиторской деятельности и п. 5 ст. 67.1 ГК РФ, поскольку

Закон об аудиторской деятельности устанавливает обязанность по проведению аудита лишь для части акционерных обществ, в то время как ГК РФ для всех без исключения. Нельзя забывать о п. 6 ч. 1 ст. 5 Закона об аудиторской деятельности, предусматривающей проведение обязательного аудита и в других случаях, предусмотренных федеральными законами.

Рассмотрев Закон о рынке ценных бумаг, становится ясно, что под понятие публичного акционерного общества не подпадает большинство созданных в России ОАО. Публичные АО в своем подавляющем большинстве подпадают под проведение обязательного аудита по другому критерию — п. 2 ч. 1 ст. 5 Закона об аудиторской деятельности (как организации, чьи ценные бумаги допущены к публичному обращению на рынке); установление же требования о проведении обязательного аудита, опираясь исключительно на критерий организационно-правовой формы публичного акционерного общества, вывело бы из-под обязательного аудита значительную часть нынешних открытых акционерных обществ.

Обязательный аудит не просто требование законодательства, которое должны выполнять субъекты хозяйственной деятельности, но и возможность избежать многих ошибок в процессе управления, ведения и составления налоговой, бухгалтерской и финансовой отчетности и их подачи в контролирующие органы.

Главное условие – профессионализм аудиторской компании – независимой организации, сотрудничающей с предприятиями и компаниями различных форм собственности и работающих в различных сферах, и предоставляющей им весь комплекс услуг по проведению обязательного или инициированного владельцем, аудита.

## Список использованных источников:

1. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30.11.1994 N 51-ФЗ (ред. от 06.04.2015) [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_177647](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_177647)
2. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 26.01.1996 N 14-ФЗ (ред. от 06.04.2015, с изм. от 07.04.2015) [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_177711](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_177711)
3. Федеральный закон «Об аудиторской деятельности» от 30.12.2008 г. № 307ФЗ (ред. от 01.12.2014) [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_171671](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_171671)
4. Маничкина М.В., Купина В.В. Современный финансовый учет и аудит: Учебное пособие. – Краснодар, 2013. – 356 с. ISBN 978-5-91221-160-7

## **ОСОБЕННОСТИ ПРИМЕНЕНИЯ МЕТОДОВ НАЛОГОВОЙ ПОЛИТИКИ В УСЛОВИЯХ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ НЕСТАБИЛЬНОСТИ**

Налоговая политика – это совокупность правовых, экономических и финансовых мер и действий органов власти и управления по формированию налоговой системы страны с целью решения определенных задач, стоящих перед обществом, обеспечения и удовлетворения финансовых потребностей государства, отдельных социальных групп общества, а также развития экономики страны за счет эффективного перераспределения финансовых ресурсов.

Цели налоговой политики в условиях кризиса и нестабильности экономики – снижение налогового бремени, льготирование инвестиций и инноваций, стимулирование и поддержка малого бизнеса, снижение его налоговой нагрузки.

Инструменты, с помощью которых осуществляется налоговая политика в стране, в принципе, традиционны. Основными из них являются: величина и виды налоговых ставок, количественный и качественный состав налоговых льгот, составляющие элементы налоговой базы, введение специальных налоговых режимов, уровень налоговых санкций и т.д.

Величина налоговой ставки – основополагающий инструмент налоговой политики в сфере регулирования доходов; она определяет процент всей налоговой базы или ее части, которая перечисляется в бюджет. Изменив ее, государство осуществляет налоговое регулирование в сторону ужесточения или смягчения налогового бремени. Роль ставки заключается в возможности использования различных их вариантов: прогрессивных, регрессивных и пропорциональных, повышенных и пониженных.

Налоговые льготы стимулируют предприятия, привлекают иностранный капитал, что в дальнейшем способствует развитию экономики, мотивируют создание импортозамещающих предприятий, которые производят конкурентоспособную продукцию для мирового

рынка. Некоторые налоговые льготы могут быть направлены на смягчение последствий экономических кризисов.

Налоговые санкции – инструмент государства, направленный на предоставление абсолютного выполнения налогоплательщиком налоговых обязанностей и пытающийся нацелить субъекты налогообложения на выбор наиболее эффективного и, главное, легитимного способа хозяйствования. Налоговая политика не может считаться справедливой без наказания налогоплательщиков, нарушающих налоговое законодательство.

От формирования налоговой базы зависит изменение налоговых обязательств налогоплательщиков, что создает дополнительные стимулы/ограничения для увеличения производства.

Метод налоговой политики – это способ, с помощью которого достигаются цели налоговой политики.

Налоговая политика реализуется с помощью следующих основных методов:

Управление (регулирование).

1. Информирование (пропаганда).
2. Консультирование.
3. Льготирование.
4. Контролирование.
5. Принуждение.
6. Воспитание.

Далее рассмотрим каждый из методов подробнее.

1. Управление налогообложением. Относится к одному из основных методов налоговой политики. С помощью этого метода регулируются: соотношение прямого и косвенного налогообложения, масштаб и направленность предоставления налоговых льгот, вычетов, скидок и изъятий из налоговой базы, соотношение федеральных, региональных и местных налогов, полномочия в области законотворчества в сфере их установления по уровням власти, состав налогов, способ исчисления налоговой базы, порядок и сроки уплаты налогов, а также происходит перемещение налоговой нагрузки с одних категорий налогоплательщиков на других.

2. Информирование (пропаганда) налогоплательщиков. Представляет собой деятельность финансовых и налоговых органов, которая направлена на донесение необходимой информации (о порядке и сроках уплаты, о действующих налогах/сборах) субъекту налогообложения для надлежащего исполнения налоговых обязательств. Согласно п. 4. Ст. 32 НК РФ, налоговые органы обязаны бесплатно информировать налогоплательщиков о действующих налогах и сбо-

рах. В настоящее время информационные технологии предоставляют новые дополнительные возможности в сфере информирования, в том числе с использованием веб-сайтов государственных органов власти. В 2014 году ежемесячное количество просмотров сайта ФНС России достигло 20 млн. Например, с помощью недавно организованного сервиса «Решения по жалобам», существующего на сайте Федеральной налоговой службы России, можно ознакомиться с наиболее значимыми решениями, содержащими правовую позицию вышестоящих налоговых органов по многим важным вопросам налогообложения. Данная информация может быть полезна для налогоплательщиков в своей деятельности при налоговом планировании и оценке предпринимательских рисков. В сервисе также размещаются решения, касающиеся вопросов применения положений Федерального закона от 08.08.2001 № 129-ФЗ «О государственной регистрации юридических лиц и индивидуальных предпринимателей». Таким образом, сервис «Решения по жалобам» прост в использовании, не требует регистрации и им может воспользоваться каждый посетитель официального сайта ФНС России. Число обращений к сервису с каждым месяцем увеличивается: за первый квартал 2015 года их количество составило более 40 тысяч, практически в четыре раза больше, чем за аналогичный период 2014 года, а за весь период существования сервиса – более 100 тысяч обращений.

3. Налоговое консультирование. Оно сводится к разъяснению финансовыми и налоговыми органами лицам, на которых лежит ответственность за исполнение налоговых обязанностей, положений законодательства о налогах и сборах, применение которых на практике вызывает у них трудности. В соответствии с п. 4 ст. 32 НК РФ, налоговые органы обязаны проводить разъяснительную работу по применению законодательства о налогах и сборах, разъяснять порядок заполнения форм отчетности, исчисления и уплаты налогов и сборов [3]. Четкая всесторонняя и обоснованная регламентация процедуры разъяснений в налоговом законодательстве России приводит к снижению неопределенности условий финансово-хозяйственной деятельности, уменьшению случаев злоупотребления правом, повышению надежности и предсказуемости поведения хозяйствующих субъектов в сфере налоговых правоотношений [5].

4. Льготирование. Льготирование – это деятельность законодательных органов власти, заключающаяся в установлении и введении льготных механизмов, направленных на снижение налогового бремени. В связи с применением льгот возникают суммы, которые теряет бюджет – т.н. выпадающие доходы. Наиболее крупными налоговыми

расходами бюджета в 2012 году были: «амортизационная премия» и повышенные коэффициенты амортизации по налогу на прибыль организаций, выпадающие доходы по которым составили 209,5 млрд. (0,34% ВВП), льготы по налогу на имущество организаций по инфраструктурным объектам – 186,5 млрд. рублей (0,30% ВВП) и другие расходы, на которые пришлось в целом примерно 55% налоговых расходов, что в совокупности составило 1,62% ВВП.

В период финансового кризиса метод льготирования заключается в том, что необходимо не просто вводить льготы, а проводить мониторинг их эффективности. Льготы, которые редко используются и которыми злоупотребляют налогоплательщики – неэффективные, и именно их количество следует сократить. По данным, предоставленным Минфином, к началу 2013 г. в России действовало 290 льгот, которые нанесли ущерб бюджету в 1,6 трлн руб.; в сравнении с 2010 г. их число увеличилось почти на 50%, а цена — на треть. Подсчитано, что из-за прямых льгот государство теряет около 5% налоговых сборов. В целях улучшения такой ситуации в 2013 году для монополий отменены льготы по налогу на имущество организаций на инфраструктуру. Планируется, что постепенный рост ставки этого налога к 2019 году пополнит бюджет дополнительно на 1,3 трлн. Рублей. Также предполагается на ближайшие шесть лет упразднить ряд налоговых льгот, чтобы в результате пополнить бюджет. Следовательно, отмена неэффективных налоговых льгот – основополагающий резерв пополнения бюджетов всех уровней.

7. Контролирование. Главная цель этого метода – достижение высокого уровня налоговой дисциплины с помощью использования налоговыми органами определенных форм и методов по обнаружению несоблюдения законодательства о налогах и сборах среди налогоплательщиков и налоговых агентов.

Используя метод контролирования в условиях нестабильности необходимо делать акцент на улучшение принципов налогового администрирования. Эти меры должны быть направлены на пресечение уклонения от налогообложения с помощью исправления имеющихся недоработок в законодательстве о налогах и сборах, а также на безусловное обеспечение законных прав налогоплательщиков. Нужно создать для налогоплательщиков более благоприятные условия для уплаты налогов и сборов. Окончательной целью проводимых преобразований системы налогового администрирования должно стать снижение административной нагрузки на предпринимательство.

Также метод контролирования заключается в более тщательном и эффективном отборе налогоплательщиков для проведения выезд-

ных налоговых проверок. Например, выбирать тех налогоплательщиков, у которых, проанализировав финансово-экономические показатели их деятельности, можно наблюдать уменьшение суммы начислений налоговых платежей, несвоевременную уплату налогов/сборов, противоречия в документах субъекта налогообложения и налоговых органов и т.д. С 01.01.2015 года при проведении камеральной налоговой проверки НДС, у сотрудников налогового органа появилось право на проведение осмотра территории/помещения, документов и предметов налогоплательщика.

Недавно был принят новый закон, подписанный Президентом РФ, вносящий изменения в 23 главу, положения которого направлены на повышение уровня контроля государства над процессами сокрытия заработной платы от налогообложения и начислений во внебюджетные фонды. Закон № 113-ФЗ от 02.05.2015 вступает в силу с 01.01.2016. В настоящее время сведения о доходах физических лиц подаются один раз в году, однако в соответствии с этим законом, налоговые агенты должны будут предоставлять отчетность по НДФЛ в налоговые органы ежеквартально, что позволит налоговым органам отслеживать уровень оплаты труда наемных работников с целью недопущения ее искусственного занижения. Если отчетность не будет предоставлена, то операции по счетам в банках приостановят. В результате государство усиливает способы борьбы с теневыми зарплатами (так называемой зарплатой в «конвертах»). Отметим, что НДФЛ является одним из бюджетообразующих налогов и существенным источником доходов региональных бюджетов. Поступления налога на доходы физических лиц за 1 квартал 2015 года составили 5,4 млрд. руб. (снижение к уровню прошлого года 1,7 процента). Это обусловлено целым комплексом причин: стремлением собственников предприятий снизить затраты на оплату труда, повышением уровня безработицы, сокрытием выплачиваемой заработной платы. Одновременно снижение уровня оплаты труда негативно отражается на отчислениях во внебюджетные фонды, а это уже отображается на размере пенсий, финансировании здравоохранения и социальных выплатах. Бюджет ПФР на 2015 год сформирован по доходам в сумме 6 995,17 млрд. рублей (это на 11,2% больше, чем в 2014 году). Прогнозный уровень поступления страховых взносов превышает на 6,4% прогнозный уровень поступлений страховых средств на ОПС в 2014 году. Таким образом, общий объем поступлений страховых взносов на обязательное пенсионное страхование в 2015 году прогнозируется на уровне 3,904 трлн. Рублей.

6. Принуждение. Деятельность налоговых органов в отношении недобросовестных налогоплательщиков, заставляющая принудительно выполнять свои налоговые обязательства при помощи применения мер взыскания и других санкций. К ним относятся, например, возможность ареста имущества в случае неуплаты налогов, приостановление операций по счету при непредставлении налоговых деклараций и др.

7. Воспитание. Основная цель – донести до налогоплательщиков необходимость добросовестного выполнения налоговых обязательств, объясняя роль налогообложения для общества и государства в целом.

В условиях экономической нестабильности необходимо, чтобы налоговая политика обеспечила должную для функционирования государства собираемость налогов. Именно поэтому нужно делать акценты на те методы налоговой политики, которые помогут эффективно решить эту задачу.

В настоящее время в связи с наличием экономических санкций, снизилась доля таможенных платежей, а это существенная потеря для бюджета страны. Так, по данным Федеральной таможенной службы России (ФТС России), резко упал импорт в Россию из государств дальнего зарубежья за январь-февраль 2015-го на 36,9% в сравнении с аналогичным периодом предыдущего года. Заметно уменьшились поставки ввозимых в Россию одежды и обуви (последней закупили за границей на 40% меньше, чем в прошлый год). В феврале 2015 года ФТС России перечислила в бюджет таможенные платежи, в размере 393,7 миллиарда рублей, что практически на треть меньше, чем за аналогичный месяц 2014 года – 562,53 миллиарда.

Поэтому реализация налоговой политики должна осуществляться таким образом, чтобы можно было возместить эти потери путем увеличения налоговых платежей, одновременно не увеличивая чрезмерно налоговое бремя на добросовестных налогоплательщиков [5].

По данным ФНС России, количество налоговых поступлений в консолидированный и федеральный бюджеты России в первом квартале 2015 года увеличилось в среднем на 14 % по сравнению с аналогичным периодом предыдущего года. За первые три месяца 2015 года ФНС перечислила в консолидированный бюджет РФ 3,3 трлн. рублей, что на 11,6% больше, чем за первый квартал 2014 года. В федеральный бюджет за аналогичный период поступило 1,8 трлн. рублей налогов (на 17% больше, чем в прошлом году). Лидерами по увеличению поступлений являются имущественные налоги, НДС и акцизы — они прибавили 21, 20,2 и 9,6% соответственно.

Таким образом, только эффективное, полное и системное объединение инструментов и методов налоговой политики на основе формирования четкой правовой базы налогового законодательства, внедрение новых современных способов обработки информации, расширение конструктивного взаимодействия между налогоплательщиками и налоговыми органами, учет изменений, происходящих в политической, экономической и социальной сферах, даст возможность добиться скорейшего преодоления кризисных явлений в нашей стране.

#### **Список использованных источников:**

Пансков В.Г. Налоги и налогообложение: теория и практика: учебник для бакалавров; Финуниверситет. — 3-е изд., перераб. И доп. — М.: Юрайт, 2013.

1. Налоги и налоговая система Российской Федерации: Учебник и практикум для академического бакалавриата; Финуниверситет; под науч. Ред. Л.И. Гончаренко. — М.: Юрайт, 2014.
2. Налоговый кодекс РФ, часть первая – закон № 147-ФЗ от 31.07.1998 (в последней редакции).
3. Сайт ФНС России: [www.nalog.ru](http://www.nalog.ru).
4. И.В.Мамонова.Проблемы фискального рескрипта в российском налоговом законодательстве // Налоги и финансовое право; 2014 г., № 9. С. 118-125.
5. Берлин С.И., Мамонова И.В. Налоговые преференции как инструмент фискального регулирования в условиях нестабильности экономики // Современная научная мысль. 2016. № 2. С. 111-118.

## **ОСНОВНЫЕ НАЛОГОВЫЕ ТЕОРИИ И ВОЗМОЖНОСТИ ИХ ПРИМЕНЕНИЯ В УСЛОВИЯХ СОВРЕМЕННОЙ РОССИЙСКОЙ ЭКОНОМИКИ**

Как известно, налоги являются регулятором общественной жизни и неотъемлемым элементом государственной политики. Именно поэтому историю их возникновения связывают с образованием государства. Естественно, в глубокой древности не существовало такого научного термина как «налоги», но всё указывало на его наличие, начиная с жертвоприношения и заканчивая контрибуциями. В процессе совершенствования и развития общества, начали создаваться первые предпосылки объяснения роли и функций налогов посредством их теорий.

Первые теории датируются восемнадцатым веком и делятся на две группы: общие и частные. В настоящее время в мировой практике существуют явные различия между этими двумя направлениями. Так, к первому относят изучения сущности и основных черт налогов, которые дают их целостную характеристику. Второе направление рассматривает состав и структуру налоговой системы, значительные аспекты налогообложения, а также его методы.

Зарождение налоговых теорий приходится на Средневековье. В постоянных конфликтных ситуациях, войнах, межгосударственных столкновениях, государство своей внутренней политикой, а именно сбором налогов, должно и могло обеспечивать защиту населения, поэтому в обмен на уплату налоговых платежей налогоплательщики получали гарантию своей защиты. Эта теория носит название «Теория обмена». Отголоски данной теории можно наблюдать и в современное время, а именно в отношении расходования бюджетных средств на финансовое обеспечение правоохранительных органов, обеспечение безопасности государства, т.е. содержание армии.

Следует отметить существование в 18 веке такой теории как теория наслаждения. Её смысл заключается в том, что за счет налогов

общество получает социальное обеспечение и необходимые блага, от которых налогоплательщик получает наслаждение. Например, в роли этого может выступать страхование и сооружение объектов культуры, ремонт дорог, чистота окружающей среды.

Так же следует упомянуть об атомистической теории и теории страхования. Атомистическая теория зародилась во Франции. Смысл теории состоит в эквивалентном обмене на основе договоренности между государством и гражданами. Приверженцы данной теории, такие как Ш.Л. Монтескье и Себастьян Ле Претер де Вобан, расценивали налоги как оплату за услуги, которые предоставляет им государство.

В работе английского историка и экономиста В. Петти «Трактат о налогах и сборах» была отражена ещё одна налоговая теория — теория страхования. Согласно этой теории налоги выступают страховыми выплатами налогоплательщиков государству, которое, в свою очередь, должно обеспечить защиту людей от различных чрезвычайных ситуаций. Тем не менее, различие данной теории от подлинного страхования состоит в том, что налоги выступают не как сумма возмещения потерь при наступлении страхового случая, а как регулятор поддержания порядка в обществе и охраны имущества.

С усложнением экономических условий, развитием государственного устройства, форм собственности, создалась ситуация, когда данные теории не могли, адекватно обосновать эффективное построение налоговых систем и возникла необходимость в существовании более сложных и универсальных теорий [1].

Важнейшей теорией о налогах, на основании которой были созданы все последующие современные теории и которая не может остаться без внимания служит классическая теория, создателями которой были Адам Смит и его лучший ученик Давид Рикардо. Она базируется на том, что налоги выступают как главный вид доходов государства, предназначенный для покрытия расходов на содержание страны. Причём, интересно заметить, что другая роль, помимо упомянутой выше, налогам не была отведена.

Дж.М.Кейнс в своей работе «Общая теория занятости, процента и денег», созданной в 1936 году, писал о том, что значительное положение в объеме фискальных поступлений играет государство с его денежно-кредитной политикой и в особенности налоговой, которое оказывает влияние на изменения уровня налогообложения, путём предоставления различных налоговых льгот. Кейнс считал, что именно рост налогов повышает экономическую эффективность производ-

ства, а если уменьшить ставки налогов, то это приведёт к снижению доходов государства и росту экономической нестабильности.

Позднее концепцию Дж.М.Кейнса развили его последователи в неокейнсианской теории. В соответствии с их взглядами, налоги должны гарантировать стабильный экономический рост, уменьшать непропорциональность производства благодаря эластичному регулированию налоговых ставок.

В отличие от учения Дж.М.Кейнса, сторонники теории экономики предложения считали рынок самостоятельно функционирующим и без влияния на него государства. Приверженцы данной теории настаивали на снижении налогового бремени для граждан, т.к. это способствует созданию дополнительного дохода, с которого впоследствии будут удержаны налоги, тем самым государство покрывает свои расходы на сбор налогов. Спустя время, теория экономики предложения получила применение в 80-е годы прошлого века в США. Президент Рональд Рейган в своей экономической политике придерживался взглядов налоговой концепции учёного - экономиста Артура Лаффера, который графически отразил прямую зависимость между повышением ставок налогообложения и налоговых притоков в казну государства. В соответствии с кривой Лаффера, увеличение налоговых ставок служит залогом роста налоговых поступлений только до определенных пределов. Дальнейшее увеличение налоговой ставки ведёт к чрезмерности налогового бремени, и сокращению бюджета государства в силу того, что многие производители разоряются, а часть участников рынка начинает переходить в теневую экономику, скрывая свои доходы.

Любая налоговая теория в сложных современных экономических условиях должна иметь собственный инструментарий, который позволил бы прогнозировать последствия ее применения. К таким инструментам можно отнести экономические модели. С точки зрения задач формирования оптимальной системы налогообложения, существуют различные формальные модели, позволяющие спрогнозировать поведение экономики при изменении применяемых концептуальных методов налогообложения. Сущность применения этих моделей заключается в том, что с позиций математической теории, можно описать модель изменения состояния экономики государства в зависимости от структуры и параметров налоговой системы.

Модель должна учитывать показатели собираемости налогов в зависимости от перечня налогов и размеров сборов. На первый взгляд кажется, что чем больше разных налогов, тем больше денег у государства на собственные нужды и на развитие, в том числе, экономи-

ки. Но при увеличении налогового бремени повышаются цены и, в итоге, снижается экономическая активность. Результат - снижается собираемость налогов. Опять же, при повышении налогового бремени повышается доля теневой экономики, которая налогов не платит. Например, взяв конкретную модель Эванса, можно рассмотреть следующую закономерность: установление налогов кардинально меняет балансовое положение рынка, равновесия удаётся добиться лишь с повышением цены. А само повышение цены пропорционально превышению спроса над предложением. Но если цены продолжают непрерывно расти, необходимо незамедлительное вмешательство правительства.

Существует ещё одна разновидность математической модели, которая носит название «микроимитационная». Эта модель служит средством оценки ожидаемых доходов в бюджет, а также используется для прогнозирования. Как правило, выделяют две разновидности микроимитационной модели: статистическая и динамическая. Статистические модели используют для моделирования потенциальных кратковременных трансформаций в законах о налогах и фискальном регулировании. Динамические модели выполняют ту же функцию, только на долговременном этапе планирования. Основное различие данных моделей состоит в том, что статистическая модель не предполагает смены реакции субъектов хозяйствования, в связи с изменением налогового законодательства; а динамическая, напротив, считает это необходимым условием.

Микроимитационная модель базируется на неких данных о налогоплательщиках. Данная база должна включать в себя содержательную информацию о физических и юридических лицах, которая требуется для расчета налоговых обязанностей. Считается, что предварительно лицо, уплачиваемое налоги должно самостоятельно указать информацию об исходных данных для расчёта налога. Но в свою очередь, выборка налогоплательщиков должна осуществлять стратификацию этих данных, т.е. предусматривать деление общества на страты из-за неравного перераспределения дохода, который показывает различия в применении экономических привилегий также в связи с их налогообложением.

Обычно микроимитационная модель включает в себя:

- Систему отношений деятельности микроэкономических субъектов хозяйствования.
- План вычисления налогов, нечто похожее на калькулятор, рассчитывающий налоги, которые обязан заплатить налогоплательщик в связи с действующим законодательством; заданный план может быть

дополнен группой реакций налогоплательщика на изменения в налоговом законодательстве.

- Программы предоставления итога, выводящегося на экран или на печать таблицы, который показывает количество налогов, предстоящих оплатить, в следствие изменения налогового законодательства. На наш взгляд, особенность этой модели состоит именно в полноте детального анализа, т. к. она даёт возможность определить ожидаемые поступления в бюджет, а в случае их дефицита - внесение поправок в законодательство.

Таким образом, задача моделей налогообложения - определить оптимальное соотношение структуры налогообложения и размеров конкретных налогов, обеспечивающих полноценное выполнение функций государства при обеспечении поступательного развития экономики. Эта задача сложная и многопараметрическая, но решить её можно. На современном этапе развития российской системы налогообложения существует ряд концепций, но невозможно выделить единственную теорию о налогах, применительно для нашей страны, т.к. посредством социального и экономического изменения, общество не стоит на месте, а эволюционирует. Учёные делают акцент на том, что самое разумное — это соединение различных подходов, со всеми положительными сторонами и устранением вытекающих отрицательных. Государство в этом отношении должно вести обоснованную и взвешенную налоговую политику, применяя математические модели совместно с налоговыми теориями.

### **Список использованных источников**

1. Берлин С.И., Мамонова И.В. Налоговые преференции как инструмент фискального регулирования в условиях нестабильности экономики // Современная научная мысль. 2016. № 2. С. 111-118.

*Тонян А.К.*  
Кубанский  
государственный университет  
Научный руководитель:  
Сайбель Н.Ю.,  
канд. экон. наук, доцент

## **ОФФШОРНЫЙ БИЗНЕС В РОССИИ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ**

В настоящее время Россия находится в состоянии финансовой нестабильности. Накопилось множество проблем национальной экономики, связанных с нехваткой инвестиционных ресурсов, что ослабляет финансовую безопасность страны и сдерживает экономическое развитие страны. Ухудшениям ситуации способствует также нелегальный вывоз капитала. Оффшоры, в свою очередь, являются как раз одним из множества тех самых каналов оттока.

Как известно, под оффшором понимается метод налогового планирования, при котором государство законодательно предоставляет права иностранным лицам частичного или полного освобождения от налогообложения. Такой привлекательный для пользователей способ избежать выплаты налогов, по мнению многих аналитиков, стал одной из множества причин мирового финансового кризиса. Подобной схемой введения бизнеса пользуются многие мировые миллионеры, что, безусловно, является доказательством эффективности схемы [4].

Чем же оффшорные юрисдикции выгодны для пользователей? В первую очередь, юрисдикции привлекают низкими налогами, которые заметно отличаются от налоговых ставок в государстве владельца компании, в частности в России. Таким образом, существенно разнится величина прибыли, что не может радовать.

Также, собственников компаний привлекает право на закрытую информацию, они не обязаны предоставлять имена руководства, отчеты, информацию о сделках и т.д. Таким образом, подобная привилегия, действующая на оффшорной юрисдикции, дает в каком-то роде свободу владельцам, что иногда перекликается с незаконными действиями и сделками, а это не может не соблазнять русский народ.

Нельзя также не упомянуть о более простой и быстрой, и менее затратной регистрации бизнеса в отличие от России, что является еще одним плюсом.

Проанализировав вышесказанное, можно не удивляться, что Россия является лидером по использованию оффшорных компаний. Но, не смотря на это, нельзя забывать о такой актуальной в настоящее время проблеме, как «утечка» капиталов.

По мнению аналитиков, под иностранной юрисдикцией находится более 90% крупной российской собственности. По подсчетам экономистов, за 20 лет из России, в основном через оффшоры, вывезено 2 трлн. долл. Ежегодно с территории России вывозятся астрономические суммы, которые представляют весомую часть ВВП, что, несомненно, отрицательно сказывается на состоянии и дальнейшем развитии национальной экономики [3].

В настоящее время из России усилился поток «беглого капитала». О необходимости прекращения вывоза финансовых ресурсов из отраслевого оборота заговорили еще в 2011 году. С тех пор ежегодно Президент страны В.В. Путин требует от Правительства мер и их решений. Однако Росстат продолжает выводить в свет публикации, отражающую информацию о выводе средств в оффшоры под видом инвестиционной деятельности.

Следует отметить, что к юрисдикциям, пользующихся популярностью среди русских бизнесменов, относятся Австрия, Нидерланды, Швейцария, Великобритания и другие. Помимо оффшоров, официально опубликованных в списках ЦБ, существуют зоны, которые предоставляют подобные услуги, обходя меры правительственной политики деоффшоризации. К таким относится Кипр, который был «изгнан» из списка Центральным банком, но остался таким же привлекательным [2].

Данные статистики свидетельствуют о том, что с каждым годом ситуация все ухудшается. ЦБ РФ регулярно публикует данные о стремительных потерях государственной казны миллиардов долларов благодаря оффшорным счетам. С начала 2015 года отток составляет 32,6 млрд. долл. Оценивая самый высокий показатель 154,1 млрд. долл. за 2014 год, страшно смотреть на прогнозы, которые весьма неутешительны [5]. Подобная ситуация способна нанести внушительный удар по национальной экономике.

Многие специалисты считают, что борьба с оффшорами необходима. Однако положительный эффект от борьбы возможен только в случае кардинальных изменений внутри страны.

На наш взгляд, для решения задачи деоффшоризации требуется разработка, и внедрение в российское законодательство комплекса мер, создающих условия, при которых российский бизнес снизит до допустимой нормы использование оффшорных институтов. В первую

очередь, следует устранить те проблемы, из-за которых бизнесмены России бегут за границу, а не ведут свой бизнес на родине. Главной причиной такого поведения являются непривлекательные условия в России. К ним относятся неразвитость фондового рынка, неблагоприятный инвестиционный климат, незащищенность прав собственности и другие. То есть требуется создать настолько благоприятные условия введения бизнеса, чтобы русские бизнесмены ринулись возвращать капитал на Родину. Для осуществления этих мер Правительству потребуется немало времени, да и реальный итог может не сойтись с желаемым. Бесспорно, улучшение сегодняшнего законодательства пойдет только на пользу, но эффективно проблему не решит.

На сегодняшний день, главным инструментом деоффшоризации стало налоговое законодательство. За последний год был введен ряд законов. 1 января 2015 года в силу вступил закон, предусматривающий внесение в налоговый кодекс РФ положений о налогообложении прибыли контролируемых иностранных компаний (КИК). Под контролируемой компанией понимается организация, которая не является налоговым резидентом РФ, а контролируется резидентами РФ, принадлежащая ему более чем на 25%. Закон подразумевает обложение налогами доходов от деятельности организации. Компании обязаны выплачивать 20%, а физические лица – 13% [1]. Существует множество деталей по осуществлению закона: определенный список КИК не будут облагаться налогами, разграничение активных и пассивных операций, соглашения об избежании двойного налогообложения и другие.

Таким образом, тысячи оффшорных компаний обязаны теперь стать добросовестными налогоплательщиками и выйти из тени. Однако многие специалисты сомневаются в действенности закона, так как он не способен охватить всех, закон будет применяться выборочно, по их мнению, обойти этот закон организациям не составит большого труда. Однако российские власти уже прогнозируют суммы, которые в результате исполнения нового закона поступят в бюджет. Финансисты рассчитывают, что казна пополнится на 20 млрд. рублей, а кто и вовсе надеется на все 100 и более.

Российская экономика, несомненно, находится в прямой зависимости от оффшоров. Власти часто увещевали российских бизнесменов одуматься, не прятаться за границей, а вернуться на Родину. А за последние четыре года перешли от громких деклараций к действиям. А будут ли эти действия эффективны, мы увидим в ближайшем будущем.

## Список использованных источников:

1. Деоффшоризация российской экономики: пути и меры. URL: <http://geopolitics.by/analytics/deoffshorizaciya-rossiyskoy-ekonomiki-puti-i-mery>.
2. Изборский клуб. URL: <http://dynacon.ru/content/articles/2700>.
3. Оффшоры – угроза национальной безопасности России. URL: <http://politikus.ru/articles/7903-offshory-ugroza-nacionalnoy-bezopasnosti-rossii.html>.
4. Тонян А.К., Сайбель Н.Ю. Развитие оффшорного бизнеса в России / Инновационная наука и современное общество: сборник статей Международной научно-практической конференции. Уфа, 2015. С. 154-155.
5. Почему 90% крупной российской собственности зарегистрировано в оффшорах. URL: <http://partyadela.ru/who-we-are/blogs/forums-blogs/pochemu-90-procentov-kрупnoi-rossiiskoi+sobstvennosti-zaregistrovano-v-offshorah>.

*Шабашева С.В.*

*Финансовый университет  
(Краснодарский филиал)  
Научный руководитель:  
Небавская Т.В.,  
канд. экон. наук, доцент*

## **СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ УЧЕТА ОПЕРАЦИЙ ПО РАСЧЕТНОМУ СЧЕТУ**

В настоящее время невозможно представить успешное функционирование организации без четкого и эффективного планирования своей деятельности, что обусловлено своевременным, достоверным и полным сбором и учетом информации о нынешнем финансовом положении предприятия. Роль обеспечения жизнеспособности организации выполняют потоки денежных средств, обслуживающих аспекты всех видов деятельности. В связи с этим результаты деятельности организации, её финансовая устойчивость и платежеспособность, деловая активность и рентабельность в целом зависят от обеспеченности организации денежными ресурсами необходимыми для роста и развития предприятия.

Бухгалтерский учет операций по расчетному счету имеет решающее значение не только для правильного отражения движения денежных средств, но и для их эффективного использования, умелого распределения и рационального вложения, как наиболее ликвидных активов предприятия.

Более того в связи с тенденцией к сокращению наличных расчетов и увеличению доли расчетов в безналичной форме выбранная тема исследования приобретает ещё большую значимость в нынешних условиях российской действительности.

Непрерывное обеспечение деятельности организации финансовыми ресурсами является необходимым условием её плодотворной работы. Контроль соблюдения платежной дисциплины, как со стороны заказчиков, так и со стороны самой организации является одним из факторов, определяющих результаты деятельности, а ведь всё это невозможно без достоверного и своевременного учета операций по расчетному счету. Вот почему цель исследования – совершенствова-

ние учета операций по расчетному счету, является неотъемлемым условием успешной деятельности организации.

Для реализации поставленной цели в ходе исследования решались следующие задачи: рассмотрение теоретических аспектов учета операций по расчетному счету, в частности, изучение понятия, значения и основных принципов учета операций по расчетному счету, формулировка основных предложений и рекомендаций по модернизации и совершенствованию исследуемого раздела учета в организации.

В качестве источников информации для выполнения исследования использованы нормативно-правовые акты, учебники, бухгалтерская отчетность общества с ограниченной ответственностью «Стройинженеринг».

На основании выполненного анализа выявлено, что применение в бухгалтерском учете ООО «Стройинженеринг» для отражения операций по перечислению денежных средств с расчетного счета на корпоративную карту субсчетов к 51 счету «Расчетные счета» нецелесообразно, так как в соответствии с инструкцией по применению Плана счетов бухгалтерского учета финансово-хозяйственной деятельности движение денежных средств на банковской карте может отражаться на счете 55 «Специальные счета в банках» с созданием отдельного субсчета 4 «Корпоративная карта».

Тогда для удобства и рациональности при зачислении средств на корпоративную карту в учете будут сделаны нижеследующие записи:

Дебет 55-4 «Корпоративная карта»;

Кредит 51 «Расчетные счета».

Более того, ООО «Стройинженеринг» напрямую не использует корпоративную карту для оплаты подотчетных расходов, а осуществляет оприходование снятых с карты наличных денежных средств в кассу организации, делая запись по счетам бухгалтерского учета:

Дебет счета 50 «Касса»;

Кредит счета 51 «Расчетные счета»,

а только затем из кассы производит выдачу подотчетных средств, отражая это бухгалтерской записью:

Дебет счета 71 «Расчеты с подотчетными лицами»;

Кредит счета 50 «Касса».

В связи с изменениями в законодательстве РФ, направленными на уменьшение доли расчетов наличными денежными средствами, корпоративная банковская карта позволяет решить проблему лимита расчетов наличными в 100 тыс. руб. по одному договору, так как оплата товаров, работ, услуг напрямую с корпоративной банковской

карты без снятия наличных в банкомате или терминале является безналичным расчетом.

Целесообразно в этом случае полноценно использовать преимущества расчетов корпоративной картой и списание средств с карточного счета отражать бухгалтерской записью:

Дебет счета 71 «Расчеты с подотчетными лицами»;

Кредит счета 55-4 «Корпоративная карта»,

с предоставлением в установленные сроки авансового отчета. Перечень операций, которые могут быть совершены с использованием карты, при этом следует отразить в учетной политике. Выдачу и возврат карты также необходимо фиксировать в книге учета корпоративных карт.

Для снижения рисков использования корпоративной карты рекомендуется разработать положение об использовании банковской карты юридического лица, в котором закрепить фамилию, имя держателя карты, отразить порядок хранения карты, указать на необходимость и сроки составления отчета о совершении приходно-расходных операций.

В данном отчете обязательно указать целевое назначение расходов средств, а также источник поступления денежных средств при пополнении карты. В рекомендуемом отчете следует ссылаться на перечень документов, подтверждающих операции по карте, которые впоследствии найдут отражение в авансовом отчете.

В настоящее время большая часть организаций осуществляют безналичные расчеты с использованием дистанционного банковского обслуживания через системы «Банк-Клиент» или «Интернет-Банк». К их числу относится и ООО «Стройинженеринг», при этом бухгалтер ежедневно распечатывает банковские выписки и платежные поручения.

Однако в случае если платежное поручение заверено квалифицированной электронной цифровой подписью, распечатывать такие документы нет необходимости. Так как согласно пункту 1 статьи 6 Федерального закона от 6 апреля 2011 г. № 63-ФЗ «Об электронной подписи» электронная версия документа, заверенная по всем правилам, равнозначна бумажной версии.

Изучение опыта работы ООО «Стройинженеринг» свидетельствует о том, что использование дистанционного банковского обслуживания (ДБО) приводит к лишним трудозатратам и может привести к ошибкам при импорте, экспорте платежных поручений, банковских выписок из «Банк-клиента» или «Интернет-банка» в программу «1С: Бухгалтерия 8» редакции 3.0. Новая разработка фирмы «1С» называ-

ется «Прямой обмен с банком». Эта технология позволяет напрямую обмениваться электронными документами с банком, минуя процессы выгрузки и загрузки в «Банк-Клиент».

Итак, все банковские операции можно совершать в одном окне программы «1С: Бухгалтерия», без входа попеременно в разные системы «Банк-Клиент» или «Интернет-Банк» и «1С». Просматривать статус платежного поручения (исполнен или нет), получать банковские выписки теперь есть возможность, не выходя из бухгалтерской программы. В ходе изучения и проведения анализа бухгалтерского учета ООО «Стройинженеринг» было выявлено, что в организации есть сотрудник, написавший заявление о перечислении его заработной платы на реквизиты банковской карты, принадлежащей другому физическому лицу. При этом перечисление заработной платы этому сотруднику отражается записью:

Дебет счета 70 «Расчеты с персоналом по оплате труда»;

Кредит счета 51 «Расчетные счета».

Проведенное исследование методологии учета таких операций, позволяет утверждать, что прежде чем перевести заработную плату на счет третьего лица, задолженность организации следует отразить на счете 76, открыв там отдельный субсчет.

Ведь расчет будет производиться не с самим работником, а с другим физическим лицом, таким образом, будет соблюдаться принцип достоверности отражаемых операций.

Записи в бухгалтерском учете при этом будут нижеследующими. Отражена заработная плата сотрудника, которая по его заявлению будет перечислена на банковский счет стороннего лица:

Дебет счета 70 «Расчеты с персоналом по оплате труда»;

Кредит счета 76 «Расчеты с разными дебиторами и кредиторами». Отражено перечисление денежных средств по заявлению сотрудника: Дебет счета 76 «Расчеты с разными дебиторами и кредиторами»; Кредит счета 51 «Расчетные счета». На основании проведенного анализа для совершенствования методики отражения операций по расчетным счетам в бухгалтерском учете ООО «Стройинженеринг» предлагается использовать для записи операций по перечислению денежных средств с расчетных счетов на корпоративную карту и в целом для учета операций с корпоративной картой ООО «Стройинженеринг» счет 55 «Специальные счета в банках» с созданием отдельного субсчета 4 «Корпоративная карта». Вновь созданный субсчет необходимо отразить в рабочем плане счетов организации.

Также целесообразно при перечислении оплаты труда сотрудника по его заявлению на реквизиты сторонних лиц использовать счет

76 «Расчеты с разными дебиторами и кредиторами» с соответствующим субсчетом, предварительно отразив на нем задолженность по заработной плате, так как расчет производится не с самим работником, а со сторонним лицом. Предложенные рекомендации способствуют совершенствованию организации бухгалтерского учета и делают его более достоверным и точным.

Помимо этого, рекомендуется ООО «Стройинженеринг» реализовать на практике новую возможность прямого взаимодействия программы «1С : Бухгалтерия 8» (редакции 3.0), с банками, что значительно сократит трудозатраты, ввиду отсутствия необходимости осуществления входа в различные системы «Интернет-Банк», «Банк-клиент» и программу «1С», а также исключит ошибки при выгрузке, загрузке расчетных документов и банковских выписок из «1С» в системы дистанционного банковского обслуживания, что также будет способствовать совершенствованию учета операций по расчетным счетам.

#### **Список использованных источников:**

1 Об осуществлении наличных расчетов: Указание ЦБ РФ от 07 октября 2013 г. № 3073-У

Web: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_162480/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_162480/).

2 О бухгалтерском учете: Федеральный закон от 6 декабря 2011 № 402 – ФЗ (ред. от 28.12.2013)

Web: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_156037/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_156037/).

3 Об электронной подписи: Федеральный закон от 6 апреля 2011 № 63 – ФЗ (ред. от 28.06.2014)

Web: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_165011/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_165011/).

4 Об утверждении плана счетов бухгалтерского учета финансово-хозяйственной деятельности организаций и инструкции по его применению: Приказ Минфина РФ от 31 октября 2000 № 94н (ред. от 08.11.2010)

Web: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_107972/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_107972/).

5 Кондраков, Н.П. Бухгалтерский учет в схемах и таблицах / Н.П. Кондраков, И.Н. Кондраков. – М.: Проспект, 2014. – 280 с.

*Финансовый университет  
(Барнаульский филиал)  
Научный руководитель:  
Юдина И.Н.,  
канд. экон. наук, доцент*

## **ДОЛЛАРИЗАЦИЯ ЭКОНОМИКИ РОССИИ КАК ФАКТОР ЕЕ ВНЕШНЕЙ УЯЗВИМОСТИ**

### **Понятие и сущность долларизации.**

Слово «долларизация» некогда была специальным термином, известным узкому кругу профессионалов. В 90-е годы прошлого века оно прочно вошло в лексикон российских журналистов, политиков и общественных деятелей. В последние годы в России его стали использовать реже. Но неожиданно в конце 2014 года слово «долларизация» стало опять у всех на языке и на слуху. На 1.01. 2015 инвалютная компонента денежной массе в агрегате М2Х составляла 25,3%, тогда как максимальный порог этого показателя допускается равным 30%, при котором стран фактически теряет свой финансовый суверенитет.

Долларизация экономики – феномен международного денежного рынка, при котором иностранная валюта (чаще всего это доллар США) широко применяется для операций внутри страны или отдельных отраслей ее экономики, вплоть до полного вытеснения национальной валюты. «Официальная подмена валюты» или полная долларизация происходит тогда, когда страна отказывается от своей собственной валюты и прекращает ее выпуск. В такой период иностранную валюту в стране принимают как законное средство платежа.

Недостатки полной долларизации:

- страны не желают отказываться от своей валюты, символа государственности, особенно в пользу валюты другой страны;
- с экономической точки зрения право выпуска национальной валюты обеспечивает правительство эмиссионным доходом. Этот доход может быть утрачен долларизованными странами в пользу США, если они не согласятся поделить им;
- долларизованная страна теряет возможность проводить независимую денежно-кредитную и валютную политику, в том числе воз-

возможность использования кредитов центрального банка для предоставления ликвидности банковскому сектору в чрезвычайных обстоятельствах. Данные недостатки являются главными «неприятностями» долларизации. Их гораздо больше. При желании все их можно объединить в одну главную – утрата национального суверенитета страны.

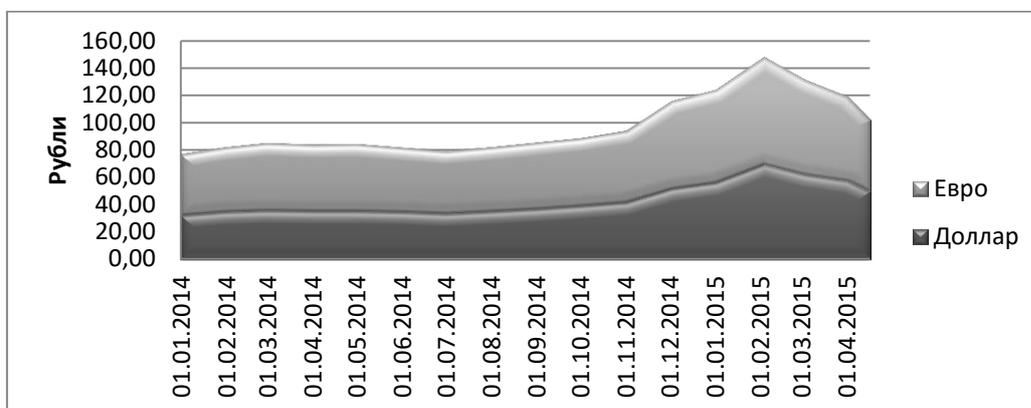
Если наше правительство не будет ничего делать, чтобы укрепить доверие к национальной валюте, то результатом может стать потеря финансового суверенитета государства и его валюты.

### **Оценка уровня «долларизации» в России в 2014-2015 годах**

С таким понятием как долларизация Россия впервые столкнулась в 1990-е годы. За этот период в Россию было завезено огромное количество долларов США. По данным Казначейства США, в начале 2000 года в России запасы наличных долларов насчитывали сумму 60 млрд.– более 40% вывезенной массы наличных долларов США, приходящиеся на 25 стран. В конце первого десятилетия 2000-х гг. размер официальных валютных резервов РФ составил более 450 млрд. долларов – третья величина в мире.

С обострением геополитической ситуации в мире в связи с событиями на Украине и на фоне обострения отношений России с США в 2013-2014 гг., было принято решение по снижению зависимости страны от доллара и евро, а также выведению своих резервов из американских и европейских бумаг.

Иностранные активы центрального банка уменьшились с 68,5% до 57,5% в совокупных активах за год (01.03.2014 – 01.03.2015), тогда как кредитный портфель Банка России увеличился за этот же период в 1,8 раз а его доля в активах выросла почти на 7 п.п. [4]. То есть, денежная масса в России стала в большей степени определяться кредитной политикой Банка России (внутренние каналы денежной эмиссии), а не притоком валюты из-за границы (внешние каналы денежной эмиссии), что уменьшает уязвимость денежной системы нашей страны от притока/оттока спекулятивного капитала. Но, тем не менее, главной проблемой на сегодня в курсовой политике Банка России остается повышение доверие к национальной валюте, которое было утрачено из-за резкой девальвации рубля в 2014 году (рис.1). Если быть точнее, это не евро и доллар росли в цене, а стремительно обесценивался рубль под воздействием чрезмерного оттока капитала из страны и падением цены на нефть.



**Рисунок 1-** Динамика курса доллара США и евро, в рублях

О том как терялось доверие населения к рублю, а потом опять восстанавливалось можно судить по объемам покупок наличной валюты в коммерческих банках и доли инвалютных депозитов, по которой и судят о степени долларизации экономики (табл.1).

**Таблица 1 –** Вклады физических лиц в рублях и иностранной валюте 2011-2015 гг., млрд. руб.

на 1.01	Вклады в рублях	Вклады в инвалюте	Всего	Доля вкладов в иностранной валюте, %
2011	7 918,5	1 899, 5	9 818,0	18,3
2012	9 702,2	2 169, 0	11 871,3	17,7
2013	11 763, 5	2 487,5	14 251, 0	16,9
2014	14 000, 5	2 956, 9	16 957, 5	17,1
2015	13 706, 5	4 846, 1	18 552, 6	25,9

Ист.: [4].

Особенно процесс долларизации активизировался в 2014 году. Наблюдалось бегство клиентов банков, в первую очередь, в доллары США – валюту той страны, которая стала организатором и координатором экономических санкций Запада против России.

Совокупный спрос населения на наличную валюту в декабре 2014 года составил 20,8 млрд. долл.; по сравнению с ноябрем показатель увеличился в 2,5 раза. Уполномоченные банки, чтобы не допустить паники и избежать дефицита наличной иностранной валюты на рынке, ввезли в страну беспрецедентный объем наличной иностранной валюты (около 18 млрд долл.), более 40% которого не было востребовано населением и осталось в кассах уполномоченных банков[1].

Период острой фазы девальвации рубля для банков представляет серьезную угрозу вследствие возросших валютных рисков, поэтому

они стремятся также повысить долю кредитов в валюте, чтобы сбалансировать валютные позиции по пассивам и активам (табл.2).

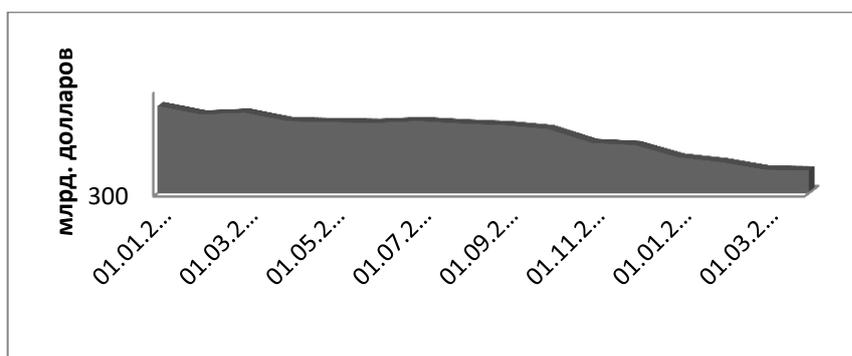
**Таблица 2**– Кредиты и прочие размещенные средства, предоставленные российскими банками физ.лицам и организациям (без КО) в рублях и инвалюте, млрд. руб.

на 1.01.	Кредиты в валюте	Кредиты в рублях	Всего	Доля кредитов в инвалюте, %
2011	4117, 1	14499, 1	18616,2	22,1
2012	4847,7	19105,8	23953,5	20,2
2013	4728, 6	23957, 8	28686,4	16,4
2014	5725, 4	27911, 8	33637,2	17,0
2015	10294,8	31 878, 5	42173,3	24,4

Ист.: [4].

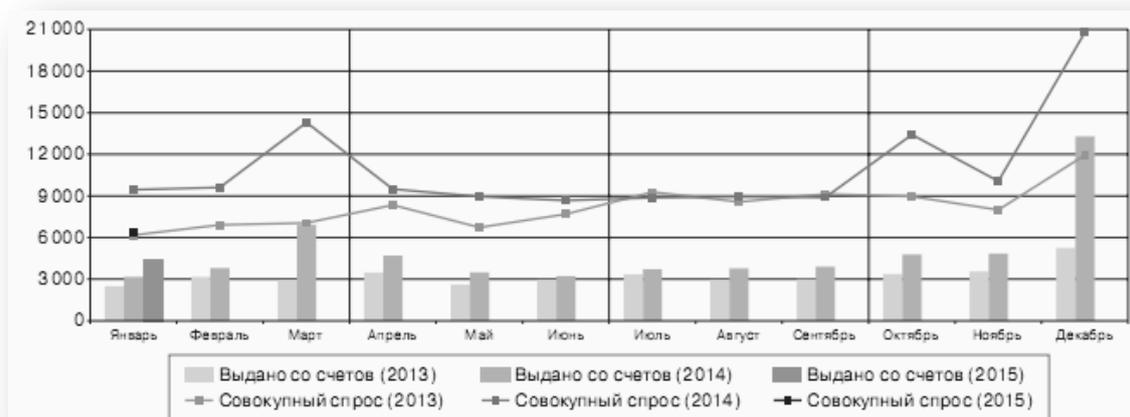
Как видно из табл. 2, в 2014 году наблюдалось достаточно резкое повышение доли валютных кредитов в общем объеме кредитов российских банков физическим лицам и организациям (как результат валютной переоценки). В середине декабря Центробанк резко повысил ключевую ставку с 10,5% до 17% годовых, после чего рубль стабилизировался после резкого обвала. По данным Банка России пик роста курса доллара и евро пришелся на 3 февраля 2015 года, который составил соответственно 69,66 рублей за доллар и 78,79 рублей за евро. Но уже с 4 февраля 2015 г. курсы иностранных валют начали сдавать свои позиции в пользу укрепления рубля. Так, уже на 17 апреля 2015 года, снизившись на 29%, курс доллара составил 49,67 рублей за доллар и евро 52,90 рублей за евро, снизившись на 33%[4].

Для спасения национальной валюты центральный банк продавал доллары и евро из своих резервов и в результате они «похудели» почти на 150 млрд. в долларовом эквиваленте за период с начала 2014 г. (рис.



**Рисунок 2** - Объем золотовалютных резервов России, млрд. долларов [4]. И в результате за 1 квартал 2015 г. рубль на 15% отыграл

утраченные позиции по отношению к доллару и на 18,8% по отношению к евро, но этого явно недостаточно, чтобы вернуть утраченное доверие[2]. С начала 2015 года ситуация в стране постепенно начала изменяться. Валютный интерес россиян стал ослабевать. Спрос населения на доллары США уменьшился в январе 2015 г. по сравнению с предыдущим месяцем в 3,1 раза (до 4,5 млрд долл.); спрос на европейскую валюту – в 3,7 раза (до 1,8 млрд долл.). При этом доля долларов США в структуре совокупного спроса увеличилась до 71% относительно 67% месяцем ранее, доля евро сократилась с 32 до 28%



(рис.3).

**Рисунок 3** - Динамика совокупного спроса физических лиц на наличную валюту Ист: [3]

Временное падение интереса к иностранной валюте можно объяснить двумя факторами:

Все, кто хотел, уже «закупились» евро-долларами в конце 2014 года. Снижение напряженности на валютном рынке. Если в последнем квартале 2014 г. рубль стремительно падал на фоне совокупности факторов: нефть, украинский кризис, стагнация экономики, то сейчас первые два фактора постепенно уменьшают свое давление.

Механически укрепленный рубль (не без помощи усилий центрального банка) может устоять, только если экономика выйдет на подъем. Но надежды на скорое восстановление экономики и отмену экономических и финансовых санкций нет. Зато валютные резервы России достаточны, чтобы обеспечить «свободное плавание» рубля на нынешних позициях продолжительное время. Учитывать это необходимо.

Однако чем выше курс рубля, тем большими будут расходы на его поддержание. Особенно значительными они могут быть в момент,

когда выход из рубля усилится, если только ЦБ и правительство не проведут плановую – управляемую девальвацию.

Но все же, чтобы Россия стала финансово независимой от внешних факторов, а рубль приобрел доверие среди инвесторов и населения, ей необходимо проводить структурные реформы, повышать конкурентоспособность (конечно, не за счет девальвации), привлекать прямые иностранные инвестиции, создавая для них привлекательные условия и развивать внутренние финансовые рынки, пресекая спекулятивные сделки.

Если вкладывать значительные инвестиции в разработку проектов в таких сферах, как медицина, образование, машиностроение, сельское хозяйство и многие другие, то России не придется пользоваться услугами иностранных государств, увеличив большую привлекательность вложения своих средств для иностранных инвесторов.

### **Список использованных источников:**

1. Вести экономики. ЦБ: спрос на валюту в декабре вырос в 3 раза. URL:<http://www.vestifinance.ru/>. (дата обращения: 17.03.2015).
2. Вечерняя Россия. В Госдуме испугались чрезмерного укрепления рубля. URL:<http://www.eveningrussia.com/1053105410421054105710581048/previous/12> (дата обращения: 17.03.2015).
- 3/ Обзор состояния внутреннего рынка наличной иностранной валюты в январе 2015 года. [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://www.cbr.ru/>, свободный. Загл. с экрана. – (дата обращения: 14.04.2015).
- 4/ ЦБ РФ. Статистический бюллетень Банка России. Режим доступа: <http://www.cbr.ru/publ/?PrtId=bbs> (дата обращения 18.04.2015).

# Раздел 3

## СТРАТЕГИЧЕСКОЕ УПРАВЛЕНИЕ И ИННОВАЦИОННЫЙ МАРКЕТИНГ: НОВЫЕ ПОДХОДЫ В УСЛОВИЯХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ОГРАНИЧЕНИЙ

*Абрарова К.С.*

*Финансовый университет  
(Краснодарский филиал)  
Научный руководитель:  
Бугакова Н.П.,  
старший преподаватель*

### К ВОПРОСУ МЕТОДОЛОГИИ ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ ОСНОВНЫХ КАНАЛОВ ИНФОРМАЦИИ О СТРОИТЕЛЬНЫХ КОМПАНИЯХ Г. КРАСНОДАРА

С целью оценки эффективности основных каналов информации о строительных компаниях и их объектах для потенциальных покупателей на первичных рынках жилой недвижимости г. Краснодара была разработана универсальная методика.

Основными каналами являются: официальный сайт компании/жилого комплекса и отделы продаж. При этом осуществление мониторинга качества и процесса обслуживания клиентов в отделах продаж планируется посредством личных посещений отделов продаж и телефонных звонков по технологии «таинственного покупателя» (MysteryShopping).

Разработаны 100 параметров оценки эффективности основных каналов информации каждой строительной компании, каждому из которых присваивается определенный балл исходя из разработанной шкалы оценки.

Состав параметров определялся исходя из данных и гипотез о том, какие аспекты имеют определяющее значение для потенциальных покупателей при подборе жилья в новостройках. Наибольшая балльная оценка по каждому из параметров составляет 1 балл, наименьшая — 0 баллов. Вес каждого из параметров принимается

одинаковым.

Таким образом, максимальное количество баллов по всем 100 параметрам для конкретной строительной компании составляет 100 баллов.

Для простого и наглядного отражения результатов мониторинга эффективности деятельности отделов продаж краснодарских застройщиков был разработан универсальный показатель - SalesPerformanceIndicator (SPI). Этот показатель представляет собой индикатор, который показывает КПД отдела продаж конкретной компании и складывается из оценок эффективности по 100 различным параметрам.

Максимальный результат мониторинга составляет 100 баллов (по 1 баллу за каждый параметр оценки). Показатель SPI отражает то, насколько та или иная компания близка к максимально возможным результатам или, другими словами, коэффициент эффективности. Таким образом, если компания набрала максимально возможные 100 баллов, то ее SPI составляет 100%. Если компания набрала по итогам мониторинга, например, 50 баллов, то ее SPI составляет 50%.

Показатель SPI универсален и может рассчитываться и для каждого отдельного блока параметров. Общий SPI складывается из SPI сайта, SPI телефонного звонка и SPI личного посещения отдела продаж. Пример расчета SPI приведен в таблице 1.

**Таблица 1 – Пример расчета SPI**

<b>Блок параметров для оценки</b>	<b>Набранный балл</b>	<b>Максимальный балл</b>	<b>SPI</b>
Телефонный звонок	23	30	77%
Личное посещение	32	45	71%
Оценка сайта	20	25	80%
<b>ИТОГО:</b>	<b>75</b>	<b>100</b>	<b>75%</b>

Таким образом, показатель SPI позволяет привести различные оценки эффективности деятельности отделов продаж к единому знаменателю и обоснованно сравнивать их друг с другом. То есть, например, если у одной компании SPI равен 70%, а другой - 50%, то можно с уверенностью утверждать, что система продаж в первой компании работает на 20% эффективнее, чем во второй.

Такая оценка дает возможность объективно оценивать работу отдела продаж любой компании и максимально точно диагностировать проблемные элементы системы продаж.

## **ИССЛЕДОВАНИЕ СТИЛЕЙ ЖИЗНИ ПОКОЛЕНИЙ КАК МЕТОД ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ МАРКЕТИНГА**

Как нам известно, еще издревле среди людей из разных поколений существовали отличающиеся друг от друга ценности, из-за которых неоднократно рождались споры, распри и осуждения. Давайте разберемся, почему это происходит и какой подход выбрать к каждому поколению с точки зрения маркетинга.

Демограф Нейла Хоува и историк Вильяма Штрауса в 1991 году выпустили книгу о теории поколений. Авторы этой книги выяснили, что одно поколение сменяет другое примерно каждые 20 лет, а вместе с ними рождаются и новые ценности, из-за которых молодежь ведет себя не так, как их родители в том же возрасте. Ценности формируются примерно к 12 годам, под влиянием исторических событий будь то война, полет человека в космос, перестройка и т.п. Так же на приобретение новых ценностей влияет воспитание в семье, нехватка чего-либо в детстве. Так, к примеру, поколение пережившее войну с особой значимостью относятся к еде, в их лексиконе встречаются фразы «доешь до конца», «в последнем кусочке сила». Они постоянно запасаются продуктами, хотя магазины ломятся от товаров. Ценности не меняются в течение жизни и влияют на все — на взгляды на мир, отношение к работе, стиль потребления.

В период с XX века по XXI выросло шесть поколений. Исследователи так же выделяют пограничные зоны – период плюс-минус три года от официальной даты появления нового поколения. Людям, родившимся в этой зоне, близки ценности обоих поколений, это дает им большую гибкость и приспособляемость. Многие миллиардеры, кстати, являются «пограничниками». В разных странах границы поколений часто не совпадают из-за экономических и культурных особенностей.

Сейчас бизнесом, по большому счету, интересуются три вида поколений — беби-бумеры, «иксы» и «игреки». Эти поколения явля-

ются и работниками и потребителями товаров и услуг. Кбэби-бумерам и «иксам» бизнесмены приспособились, а вот «игреки» часто вызывают недоумение. Кроме того, подрастает поколение «зет», к его выходу на рынок стоит готовиться уже сейчас.

В начале рассмотрим самых старших пользователей современного бизнеса - поколение бэби-бум.

Такое название это поколение получило вследствие бума рождаемости послевоенных лет, данное поколение даже на сегодняшний день является одним из самых многочисленных. Это гордое поколение, живущее в мировой супердержаве СССР, где существовал послевоенный мир, новые изобретения, полет первого человека в космос, единые стандарты обучения в школах и бесплатное гарантированное медицинское обслуживание. Это поколение всегда было уверенно в завтрашнем дне. Но даже среди всей этой счастливой жизни имело место быть одно существенное «но». Это была эпоха дефицита, когда они ходили в магазины, словно на охоту, когда многие вещи приходилось приобретать у спекулянтов и подпольщиков.

Это поколение всегда славилось своим упорством и непосильным трудом. В работе или в спорте для них всегда было главным достичь максимального результата, победы. Они справедливы и эгоистичны, всегда хотят лучше выглядеть, продление молодости у них было одним из основных приоритетов.

Бумеры всегда воспринимали поход в магазины как необходимость, туда они идут за исключительно необходимым товаром, они не воспринимают подобные действия как проведение досуга. Они всегда задаются целью купить исключительно необходимый продукт, они не обращают внимания на расстояния и прочие издержки. В случае приобретения товаров для долгосрочного потребления, Бумеры склонны к продолжительным походам по магазинам, чтобы тщательно выбрать, сравнить, продемонстрировать свою информативность или даже побеседовать, а может, и поспорить с продавцами-консультантами.

Бэби-Бумеры предпочитают работать продуктивно, тяжело и упорно, ориентируясь на результат в долгосрочной перспективе, быть компетентными в своей деятельности. Они медленно перестраиваются при вводе новых условий и предпочитают коллективизм во всех сферах человеческих отношений.

Как ни странно, на второй план, в данном случае, отходят все плюсы интернет-рекламы: более широкий охват аудитории, возможность продавать товары или услуги не только близко расположенным потребителям, экономия за счет отсутствия необходимости создавать

дополнительные точки продаж и нанимать персонал для их обслуживания, гораздо более низкие расходы, по сравнению с печатной и тем более телевизионной рекламой, распространение данного метода продаж и повышение к нему доверия в целом.

Конечно, это можно связать с одним простым фактором – представители данного не родились и не выросли в эпоху широкого распространения подобных технологий. Поколение Y может без труда найти в интернете множество вещей по привлекательной цене, а так же при планировании покупки они могут зайти в сеть и изучить сопутствующую информацию. А вот для более ранних поколений покупка товаров и услуг во многих случаях непростое решение.

Следующее поколение - Поколение X (также известное как Иксеры, Xers, Поколение 13, Неизвестное поколение).

Родились с 1963 по 1983 гг. Это поколение уверено лишь в том, что блестящую карьеру можно построить только упорным трудом, поднимаясь с самых низов к верху. Это очень ответственные работники, на которых можно положиться. Для X очень важна уверенность в завтрашнем дне, именно поэтому они могут работать в одной компании на протяжении многих лет, даже несмотря на какие-либо сложности.

Поколение X воспитывалось в годы застоя после правления Хрущёва, продолжения “холодной войны”, войны в Афганистане, смены политических режимов с коммунизма на перестройку, а затем – на демократию. В годы их детства они росли на улице и в школе, в то время как их родители- трудоголики постоянно пропадали на работе. Вместе с этим в это время начался бум разводов, в связи с чем эти дети слишком рано становились самостоятельными.

Поколение X учатся на протяжении всей своей жизни. Им никогда не хватает времени, они хотят успеть везде и всюду, в связи с этим они живут по расписанию. Они всегда готовы экспериментировать, получать новый опыт, даже если он не всегда положительный. Все ценности для них относительны. Это уверенные в себе люди, разочаровавшиеся во власти, но при этом уважающие мнение друзей или СМИ.

Поколение X так же жило в период дефицита, поэтому после изменения строя они стали с жадностью поглощать новые товары, что превратило их общество потребления. Они очень ценят появившуюся у них после распада СССР возможность выбора. Они знают, чего они хотят, но хотят они этого прямо сейчас. Именно поэтому многие из них погрязли в кредитах.

Следующее поколение сейчас активно вступает в самостоятельную жизнь, это сегодняшние студенты и новые работники - Поколение Y (также известно как Поколение Игрек, Поколение Миллениума, Поколение Питера Пэна, Поколение Next, Сетевое поколение, Эхо-бумеры, Поколение бумеранга, Поколение трофеев).

Родились с 1983 по 2003 гг. Уверенные в себе и в собственной удаче. Не привыкли чего-то добиваться или ждать, хотят получить все и сразу. При этом «Игреки» способны выполнять огромный объем работы в максимально сжатые сроки, если знают, что в конце получат достойное вознаграждение.

Это поколение рано узнало, что мир – не безопасное место. Они с самого детства наблюдали Катастрофу на Чернобыльской АЭС, теракты и военные конфликты, эпидемии и катастрофы, битвы почитателей различных музыкальных направлений.

Многие Игреки начали зарабатывать деньги с 14 лет. Они технически грамотные, разбираются в современных технологиях, жаждут карьерного роста. Но, несмотря на это, они часто меняют рабочее место, потому что считают ненормальным работать на одну компанию всю жизнь.

Это поколение увлеченное брендами и модой. Они хотят обладать товарами, произведенными известными торговыми марками, одеваться, следуя модным тенденциям и даже заниматься модными видами спорта. Это показывает их принадлежность к определенным социальным группам (даже если они к ним не принадлежат).

После распада СССР на российских подростков подобно цунами обрушилось все, что постепенно формировалось на Западе многие годы. Они рано попробовали сигареты, алкоголь и наркотики, а беременность в 14 лет уже никого не удивит. И это одно из самых сложных в плане понимания поколений – взрослые смотрят на них так, будто они обитатели с других планет, чудом оказавшиеся на Земле.

Это поколение, выросшее в цифровой сфере, почти всю информацию они свободно получают из Сети. Неограниченный доступ к информации дает им уверенность в себе и в своих взглядах, которые между делом не всегда правильные. Они используют все средства для общения в Сети - едва ли не сутками пропадают в социальных сетях, больше предпочитают виртуальное общение, рассказывают о своей жизни в блогах или просто постоянно играют в онлайн игры. Многие из них живут в собственных мирках, некоторые ведут свои дневники настолько откровенно, что это шокирует более взрослых людей.

По данным Росстата на 1 января 2014 года, молодежи до 29 лет в России насчитывалось около 31 млн. человек. Тогда как к поколению

Х можно отнести 41 млн. человек, а к беби-бумерам — 35 млн. За «игреков» конкурируют и работодатели, и производители.

«Игреки» никогда не строят планы далеко вперед и живут сегодняшним днем. Им нужно все и желательно сразу: мир меняется слишком быстро. Они не желают работать в рамках жесткой иерархии. С детства они привыкли к самостоятельности — сами ходили в школы, разогревали обед, гуляли. Игреки часто оспаривают принятые правила.

«Игреки» выросли в период роста экономики. Они с детства ходили в магазины, словно в театр или музей, рассматривали красивые вещи. Им и сейчас нравится ходить за покупками, развлекаться и встречаться с друзьями, но, поскольку «Игреков» мало, для производителей и риэлторов эта аудитория не основная.

Несмотря на популярность фаст-фуда, многие «игреки» ценят здоровую пищу. Им нравятся экологические товары. Верный способ привлечь внимание «игрека» - сделать яркие нескучные товары, подчеркивающие индивидуальность его владельца.

Но главное — миллениумов сложно убедить аргументами вроде «приди, возьми и купи». С ними нужно выстроить отношения, включить в сообщество. С точки зрения маркетинга, это гораздо эффективнее — «игреки» будут активно поддерживать продукты и сервисы, с которыми «подружились».

Перейдем к подрастающему поколению. Современные школьники - Поколение Z (также известно как Поколение ЯЯЯ, Поколение Zет, NetGeneration, InternetGeneration, Generation I, Generation M (от слова «многозадачность»), HomelandGeneration, NewSilentGeneration).

Те, кто родились после 2003 года, по сути, еще совсем дети, но социологи уже возлагают на это поколение большие надежды. Считается, что именно они смогут вывести экономику многих стран на современный уровень, переняв настойчивость и работоспособность у двух предыдущих поколений и будучи не настолько материально ориентированными, как их родители из поколения Y.

Это поколение, которое уже не представляет жизни без компьютеров и сотовых телефонов. Поколение, родившееся в информации и занимающееся саморазвитием через интернет. Поколение Z обитает в виртуальном мире, они, в отличие от старших поколений, менее склонны совершать поездки и вообще выходить из своих домов. Они вполне обходятся общением в интернете. Проблема этих детей в том, что их желания в виртуальной реальности исполняются, а вот в реальной жизни не умеют чего-то добиваться самостоятельно. С «игреками» работать непросто, но об их особенностях хотя бы известно. А

вот представителям поколения Z пока 14 и меньше лет, и они имеют шансы свести с ума предпринимателей. По закону цикличности «зеты» будут во многом похожи на «молчаливое поколение» (1923-1943 г.р.). Молчаливое поколение росло в период электрификации, индустриализации и пионерского движения. Сегодня на слуху энергосбережение, модернизация, молодежные объединения. Плюс оба поколения столкнулись с глобальным экономическим кризисом.

Поколение Z всегда находятся под присмотром взрослых. Они постоянно пропадают на занятиях кружков или у репетиторов, в связи с чем, они испытывают дефицит общения со сверстниками. В технологиях они разбираются лучше, чем в эмоциях людей, зато семья для них - большая ценность, это единственное, что безопасно.

Недостаток общения с внешним миром часто компенсируется вниманием к собственному внутреннему миру, и поколение Z, скорее всего, будет интересоваться искусством и наукой. Вообще, «зетам» сегодня доступны все виды досуга — от ярких энциклопедий и компьютерных игр до путешествий. Поэтому игрокам индустрии развлечений придется поломать голову, чтобы удивить подрастающее поколение.

Производители с нетерпением ждут, когда поколение Зет подрастет, ведь это поколение будет более многочисленным, чем предыдущее. Следовательно, и потребительство значительно вырастет. Поколению Z понравятся бренды, которые декларируют такие ценности, как соревнование, успех. Кроме того, они будут уважать социально ответственные бренды, способствующие улучшению жизни.

Наконец, «зетам», привыкшим с детства к визуальной информации, сложнее воспринимать тексты, чем «игрекам». Видимо, это означает определенный закат вербальной культуры. Маркетинговые коммуникации в отношении Z будут, в основном, визуальными. По всей видимости, бизнесу пришло время готовиться к новым вызовам: следующее поколение скоро проявит свой характер и покупательную способность.

Уже можно упомянуть о самом последнем поколении на сегодняшний день - Поколение Альфа.

Люди Альфа уже среди нас. Они родились примерно после 2010 года. Пока это настоящее поколение XXI века не слишком величественно в памперсах. Миллениалы, то есть сегодняшние тридцатилетние, активно участвуют в создании Поколения Альфа — и будут передавать ему свои ценности, чтобы строить светлое будущее. Поэтому лучшее, что мы можем сделать для Поколения Альфа сегодня, — непрерывно учиться и помогать учиться другим: поддерживать

«светлую сторону» Поколения Z. Итак, исходя из всего вышесказанного, можно сделать выводы о том, как с маркетинговой точки зрения повлиять на определённое поколение:

- для Бэби-бумеров не важно, сколько они времени и средств затратят на покупку. Важен результат. Что товар они приобретут не просто качественный, но и солидный. При этом они себя считают во всём экспертами и любят спорить. Чтобы товар был продан, продавец должен убедить бумера в том, что это его «экспертный» выбор. Главное чтоб покупка прослужила долго; для X важен новый товар и максимальная возможность изучения его. Даже небольшое новшество – отличная уловка для «Икса». А лучше красочная инструкция в наборе, с помощью которой «Икс» сможет всё изучить, или продавец должен показать правила пользования новым товаром. Смотрят на качество товара, не зная о нём, они доверчивы и, получая новую информацию, готовы приобрести;

- для Y важно «втереться в доверие». Товар должен быть яркий, броский и экологичный. Новым по технологии. «Игреки» оценивают визуально, незначительное изменение – им уже по вкусу. Всё чаще заказывают товар с помощью интернета (так удобней). «Игреки» живут сегодняшним днем, для них не особо важно насколько долго прослужит товар; для Z, которые буквально живут в интернете. «Зет» будет следовать любым советам из всемирной паутины по приобретению товара. Модные аниме-сериалы, группы... «Зеты» сметут всё, что найдут обозначениями их любимой среды обитания. При этом относятся к покупке безразлично, не получая такого удовольствия как предыдущие поколения. Для них покупка – обыденное действие.

Теперь, разобравшись в поколениях, использование маркетинга станет более эффективным. Каждому поколению - свой маркетинг!

### **Список использованных источников:**

1. Пищик В.И. «Потеря» традиционной субъектности поколений как феномен трансформации ментальности // Психологический журнал. 2010. т. 31. № 2. с. 20-27.

2. Шамис Е.М., Никонов Е. Как строить отношения с руководителем — бэби-бумером // Теория поколений в России. 2009. URL:<http://rugenerations.su/2009/06/09/как-строить-отношения-с-руководителе.html> (дата обращения: 1.06.2014).

3. Шевченко Д.А. Теория поколений в маркетинге: «беми-бумерс»; X; Y и Z // РЕКЛАМА МАРКЕТИНГ PR в нии. 2011. URL:<http://shevm.blogspot.ru/2011/02/y-z.html> (дата обращения: 28.05.2014).

4. Виктор Пелевин. «Поколение XYZ». – М.: АСТ, 2010.

*Гавриленко А.В.*

*Финансовый университет  
(Краснодарский филиал  
Научный руководитель:  
Рубин А.Г.,  
канд. экон. наук*

## **МЕХАНИЗМЫ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ КОММУНИКАЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ В ОРГАНИЗАЦИИ (НА ПРИМЕРЕ ООО «ПСИХОЛОГИЧЕСКИЙ БИЗНЕС-ЦЕНТР «АВАЛОН»)**

Взаимодействие людей с друг другом и с окружающим миром происходит посредством коммуникаций. Коммуникативные процессы находятся в состоянии прогресса, подчиняясь общим тенденциям.

Процессы получения и обмена информацией происходят непрерывно каждый день, оказывая огромное влияние на происходящее. Но получение и обмен – это только часть коммуникации, главное, это правильное понимание полученной информации, ведь именно это приводит к нужному результату.

Поскольку любая организация функционирует за счет деятельности людей, то важность коммуникационных процессов в ней чрезвычайно высока. Многие зарубежные компании давно пользуются коммуникациями как эффективным инструментом. Мы пока что делаем в этом направлении первые шаги.

В общем, коммуникационные процессы, связанные с деятельностью организации, могут быть разделены на две больших области: внутриорганизационные и внешние коммуникации.

Управление обоими этими областями коммуникаций является прерогативой службы PR («public relations» – связи с общественностью). При этом деятельность службы PR направлена на поддержку системы менеджмента организации в целом, что реализуется как в работе с персоналом, так и в работе с руководством.

1. Внутриорганизационные коммуникации зависят от структуры организации, которая определяет направленность движения ее коммуникационных потоков по каналам связи, между разными подразделениями и работниками:

– вертикальные коммуникационные потоки протекают от менеджеров к исполнителям (распоряжение, постановка задач, проверка, указ) и от исполнителей к менеджерам (заявление, просьба, объяснительная, доклад);

– горизонтальные коммуникационные потоки – движение информации между равными по статусу членами организации (организационная коммуникация, обмен мнениями, планерка, обед, общение на корпоративе) [2].

2. Внешние коммуникации – это движение информации, связанное с деятельностью вне организации (реклама, коммуникации со СМИ, выставки, презентации, пресс-конференции).

Устойчивые двусторонние и односторонние каналы в организации образуют коммуникационную сеть, которая опирается на внутрифирменное общение.

Основными видами коммуникационных сетей являются «звезда» («колесо»), «шпора» и «круг» («всеканальная»). Каждая из них обладает своими преимуществами и недостатками. Выбор вида коммуникационной сети обусловлен задачами, стоящими перед группой, желаемыми результатами, временем, мотивацией и квалификацией работников и др.

Современная деловая среда определяет высокую важность правильно выстроенной работы по управлению системой внутренних коммуникаций в организации. Необходимо проводить мероприятия по созданию единого информационного поля, устранению коммуникативных разрывов, постоянно получать обратную связь от персонала для вовлечения сотрудников в управленческий процесс, повышения уровня мотивации, улучшения качества процесса принятия управленческих решений [3].

Внешние коммуникации – коммуникации между организацией и внешней средой. Факторы внешней среды очень сильно влияют на деятельность организации.

Корпоративный имидж есть у каждой организации, независимо от значимости и сроков нахождения ее на каком-либо сегменте рынка. Но имидж организации может быть не только позитивным, но и не выраженным или даже негативным.

Среди партнеров, клиентов и различных общественных групп складывается общее впечатление о репутации организации, о качестве производимой ею продукции или предоставляемых услуг. Можно выделить следующие внешние составляющие корпоративного имиджа:

1. Маркетинговые стратегии. Определение целевой аудитории. Составление портрета потенциального покупателя, с помощью проведения опросов и изучения рынка.

2. Определение принципов и уникальной идеи организации, что выделяет ее среди многих других, на основе полученных данных. Определение уникальности организации. Формулирование корпоративной миссии.

3. Постановка целей, краткосрочных и долгосрочных задач для формирования позитивного образа организации. Построение корпоративного имиджа.

4. Создание торговой марки, фирменного стиля, логотипа. Формирование позитивных ассоциаций, связанных с символикой фирмы.

5. Создание корпоративной рекламы – формирование позитивного общественного мнения обо всем, что связано с фирмой. Виды корпоративной рекламы. Медиаканалы.

6. Связи с общественностью («public relations» – PR) – установление, развитие и поддержание отношений между организацией и общественностью для обеспечения лояльного поведения общественности в отношении имиджа компании или товара (услуги). Влияние на общественное мнение. Для профессиональной организации внешних коммуникаций необходимо знание, как внешней среды, так и особенностей коммуникативного процесса.

Рассмотрим коммуникационные процессы и пути их совершенствования на конкретном примере, ООО «Психологический бизнес-центр «Авалон». Компания вышла на рынок управленческого и кадрового консалтинга в 2009 году. Направления деятельности компании: консалтинг (проведение тренингов, бизнес-семинаров, тимбилдингов и т.д.), персонал (подбор персонала и выведение персонала за штат компании), оценка персонала (лучшие мировые технологии и инструменты) [1]. Вся работа в компании основана на коммуникациях. Это и коммуникации внутри фирмы, и с клиентами, и даже сам продаваемый продукт – это коммуникации, помощь в налаживании и усовершенствовании их.

ООО «Психологический бизнес-центр «Авалон» помогает своим клиентам осваивать передовые бизнес-технологии, чтобы бизнес-процессы были отлажены, а коллектив мотивирован на работу и лоялен к компании.

Рассматривая внутренние коммуникационные процессы компании, можно отметить, что:

1. Система внутренних коммуникаций достаточно прозрачна и понятна, поскольку в компании работает небольшое количество людей.

2. Центральное место занимает руководитель, применяя в управлении демократический стиль руководства.

3. Также в организации используется коммуникационная сеть «круг», что говорит о большой лояльности к сотрудникам.

4. Проводятся мероприятия, которые поднимают настроение и увеличивают производительность труда. Например, «апельсиновый день», пятиминутная зарядка на рабочем месте.

Рассмотрим внешние коммуникации.

1. Их важным элементом является сайт, являющийся достаточно информативным.

2. Активно ведутся группы в социальных сетях: вконтакте, facebook.

3. Для поддержания имиджа и для привлечения своих клиентов периодически проводятся специальные мероприятия, такие как, HR-мастерские (англ. Human Resource — человеческие ресурсы), которые включают в себя выступления спикеров на актуальные темы, обсуждение с залом.

4. Компания является организатором различных молодежных проектов, например, проекта «JobQuest».

Для улучшения внутренних коммуникаций компании необходимо провести ряд мероприятий.

1. Ввести «Корпоративные правила», что будет способствовать созданию общего информационного пространства и позволит более легко адаптироваться новым сотрудникам.

2. Вести внутренний PR, направленный на повышение уровня развития и удовлетворенности сотрудников компании.

3. Использовать коммуникационную систему «Звезда», помимо «Круга» что даст больше контроля за подчиненными, и увеличит скорость выполнения задач.

4. Компании необходимо взять на работу офис-менеджера, что разгрузит руководителя от выполнения мелких организационных дел и приведет к повышению уровня обслуживания клиентов.

5. В качестве нового способа рационализации хранения и передачи информации нами предложено внедрение CRM-системы «Мегаплан» — это современная система автоматизации бизнеса. Для улучшения внешних коммуникаций также необходимо провести ряд мероприятий.

1. Организация деловых контактов, которая направлена на повышение лояльности имеющихся клиентов и привлечение новых.

2. Публикация статей в профильных журналах, написанных руководителем на актуальные темы. Это может серьезно поднять авторитет руководителя, а также имидж компании в целом.

3. Улучшение сайта, что поможет выделиться среди конкурентов и привлечь клиентов к себе, укрепить имидж.

4. Прием на работу интернет-маркетолога. Наличие такого сотрудника имеет большое значение для развития фирмы. Так как продвижение компании повысит ее узнаваемость и конкурентоспособность, увеличит объем продаж. Предлагаемые мероприятия улучшат деятельность компании, увеличат ее вес на рынке, повысят конкурентоспособность. Таким образом, глубоко осмысливая коммуникационные процессы на личностном и организационном уровнях, можно существенно снизить долю неэффективных коммуникаций и повысить качество коммуникационного процесса в целом.

#### **Список использованных источников:**

1. Консалтинговый центр Авалон [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.avalon-pbc.ru>.

2. Пешкова О.А. Приемы управления формальными и неформальными коммуникациями в организации / О.А. Пешкова // Молодой ученый. – 2012. – №7. – С. 116–118 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.moluch.ru/archive/42/5139>.

3. Рубин А.Г. Формирование организационной структуры управления предприятием в условиях конкурентного развития и глобализации рынков / А.Г. Рубин // Теория и практика общественного развития [Электронный ресурс]. – Краснодар. – 2011. – №3. Шифр Информрегистра 0421100093\0247. – Режим доступа: [http://teoriapractica.ru/rus/files/arhiv\\_zhurnala/2011/3/ekonomika/rubin.pdf](http://teoriapractica.ru/rus/files/arhiv_zhurnala/2011/3/ekonomika/rubin.pdf).

## **РОЛЬ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РАЗВИТИИ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РОССИИ**

Современный мир очень быстро меняется. Изменения затрагивают все сферы жизнедеятельности людей. Изменилась и роль малого предпринимательства в экономике. Если раньше малый бизнес представлял собой лишь побочную сферу экономики, то сейчас он является важным фактором ее развития. И его роль продолжает возрастать.

Что же означает понятие «малое предпринимательство»? Однозначного ответа нет. Говоря о малом предпринимательстве, нужно понимать предпринимательство, опирающееся на деятельность небольших фирм, малых предприятий, формально не входящих в объединения.[1]

Развитие малого предпринимательства выполняет ряд важных функций, которые способствуют формированию экономики страны. К таким функциям относятся создание цивилизованных рыночных отношений, увеличение новых рабочих мест и снижение уровня безработицы, внедрение новых товаров и услуг, удовлетворение запросов крупных предприятий, стимулирование научно-технического прогресса. В мире больше половины товаров и услуг обеспечивается сферой малого бизнеса. Также малый бизнес способствует структурному изменению экономики, придавая ей некую гибкость и мобильность.

В российской экономике малому бизнесу не очень просто развиваться. Поэтому его потенциал все еще остается не до конца реализованным. Здесь можно выделить ряд причин, таких как сложное финансово-экономическое положение в стране, недостаточная поддержка предпринимательства государством, низкий уровень организационно-экономических и правовых знаний предпринимателей, а также не развитость инновационной деятельности в России. Все это тормозит развитие малого предпринимательства, а значит и тормозит развитие экономики страны.

Становление и развитие отечественного малого предпринимательства просто необходимое условие для развития конкурентоспособности нашей экономики. Ведь опираясь на конкурентоспособность своей экономики, Россия способна формировать суверенность в мировых хозяйственных процессах.

Важнейшим фактором, который оказывает существенное влияние на повышение конкурентных преимуществ субъектов малого предпринимательства, является поддержка со стороны государственных структур.

Нынешняя государственная политика поддержки малого предпринимательства недостаточно эффективна. Она осуществляет регулирование деятельности малого предпринимательства совместно с протекционной политикой, а так же умеренное государственное регулирование в условиях жесткой конкуренции, обеспечивающей жизнестойкость и развитие конкурентоспособных малый предприятий. Но этого не достаточно.

Необходимы такие меры как создание льготных условий для предпринимателей, установление упрощений, связанных с регистрацией предприятия, лицензированием их деятельности, получением кредитов для развития бизнеса. Так же малое предпринимательство нуждается в стимулирующей его развитие налоговой политике. Высокий уровень налогов является для многих предпринимателей просто непосильным, что вынуждает их прекращать свой бизнес. Но даже этих мер будет не достаточно для эффективного функционирования малого предпринимательства.

Существенную роль в развитии малого предпринимательства играют инновационная деятельность и управленческие инновации. Окружающий мир организации очень быстро меняется. Самое главное изменение – это увеличение скорости распространения инноваций. Инновации становятся ключевым фактором развития предпринимательства. В связи с этим, для того чтобы сохранить конкурентоспособность, организации должны поддерживать высокий темп собственной инновационной активности.

К сожалению, в отраслях отечественной экономики уровень инновационной активности является недостаточным для эффективной деятельности малого предпринимательства.

В 2014 году в рейтинге TheGlobalInnovationIndex (ГИ) Россия заняла 49-е место, уступая при этом Швейцарии, лидеру инновационной активности, а также Китаю, Франции, Германии, Великобритании, США, Канаде и другим странам. Рейтинг учи-

тывает 81 показатель, который характеризует степень инновационности экономики того или иного государства.

В него входят оценки человеческого капитала (уровень образования, занятости, качества педагогических кадров и т. д.), эффективности работы правительства, политической обстановки, исследований и разработок, выработки электроэнергии, производительности логистики, венчурной активности, интенсивности конкуренции на местном уровне и многого другого.[2]

Развитие отечественного малого предпринимательства и рост ее конкурентоспособности возможны в условиях управленческих инноваций, формируемых в инновационной системе. Она включает в себя:

1. Стратегия инновационного развития
2. Инновационные институты
3. Инновационные кластеры
4. Инновационная инфраструктура
5. Инновационная политика
6. Инновационность управления
7. Инновационный потенциал

Для того чтобы создавать долгосрочные цели развития инновационной деятельности предпринимательства, в том числе малого, необходима специально разработанная компанией стратегия. Стратегия предприятия определяется системой методов, средств, приемов рационального использования ресурсного, научно-технического и производственно-сбытового потенциала предприятия с целью экономически эффективного решения поставленных задач и поддержания конкурентного преимущества.

Инновационные институты, представляющие собой набор формальных и неформальных правил взаимодействия в процессе осуществления инновационной деятельности, и инновационные кластеры, выступающие объединением различных экономических субъектов и позволяющие использовать преимущества внутрифирменной иерархии и рыночного механизма, являются связующим звеном, который формирует инновационную систему малого предпринимательства.

Поддержка инновационной деятельности и эффективность инновационных процессов обеспечивается инновационной инфраструктурой. Она реализует успешное взаимодействие объектов структуры инновационной системы малого предпринимательства.

Инновационная политика определяет цели инновационной стратегии ее механизм и методы реализации. Она является ориентиром в инновационной деятельности и осуществляет ее регулирование.

Инновационный потенциал в малом предпринимательстве формируется его внешней и внутренней средой. Он представляет собой совокупность характеристик ресурсов, занятых в осуществлении инновационного процесса.

Управление инновационным потенциалом в малом предпринимательстве выполняется с помощью действий, направленных на формирование, развитие и эффективное использование инновационного потенциала.

Главной функцией инновационной деятельности и управленческих инноваций в малом предпринимательстве должна стать функция качественных изменений системы.

Инновационная среда предпринимательства диктует необходимость постоянного обучения сотрудников. Это повышение квалификации, совершенствование существующих и приобретение новых профессиональных знаний и навыков. Так же в связи с увеличением скорости распространения инноваций целью непрерывного обучения является повышение способности адаптироваться в быстро меняющихся условиях.

Возрастает роль группового обучения. Кроме того, чтобы получить грамотных высококвалифицированных специалистов необходимо их научить и эффективному взаимодействию друг с другом. Необходимо увеличение числа проводимых групповых тренингов в организациях, где осваиваются не только индивидуальные, но и коллективные знания и умения.

Конкурентоспособность малого предпринимательства, обеспечиваемая, прежде всего, управленческими инновациями, формируется под воздействием интенсивных и экстенсивных факторов роста и развития. В современных условиях превалирует экстенсивный подход к развитию малого предпринимательства. Экстенсивный подход к развитию малого предпринимательства определяется увеличением производства товаров и услуг за счет привлечения дополнительных факторов производства – земли, труда и капитала, при этом их качественный и технический уровни остаются неизменными. Но, как известно – ресурсы не безграничны. Конкурентоспособность в малом предпринимательстве должна обеспечиваться, прежде всего, внутренним потенциалом (интенсивными факторами). В этом состоит важнейшая особенность конкурентных отношений в малом предпринимательстве.

Интенсивный фактор развития представляет собой увеличение производимых благ за счет роста производительности труда на со-

вершенствующейся технической базе и более эффективное использование всех факторов производства.

В этом случае открывается возможность наряду с увеличением количества и качества производимых благ одновременно решать многообразные задачи – обеспечивать рост квалифицированных сотрудников предприятия, создавать материальную основу будущего развития производства, больше средств вкладывать в развитие инновационной деятельности предприятия. В этом состоят преимущества интенсивного типа экономического роста. Поэтому постепенный переход от экстенсивных к преимущественно интенсивным факторам является стратегическим вектором развития малого предпринимательства.

Наиболее важную роль среди интенсивных факторов роста играет научно-технический прогресс, который является важнейшим фактором экономического развития. НТП основан на накоплении и расширении знаний; на научных открытиях и изобретениях, дающие новые знания; на нововведениях, которые реализуют научные открытия и изобретения. Именно научно-технический прогресс обеспечивает совершенствование качества ресурсов. Незрелость отечественного научно-технического потенциала и результативности его использования также определяет крайне низкую инновационность нашей экономики. Необходимо развитие следующих приоритетных направлений: комплексная автоматизация производства, электронизация народного хозяйства, развитие атомной электроэнергии, создание новых материалов и технологии их производства, развитие биотехнологии, создание и развитие других прогрессивных технологий[3]. Успешное функционирование деятельности малых предприятий обеспечивает высокую эффективность экономики страны. Необходимо создавать условия для их развития. В первую очередь это повышение уровня инновационной деятельности малого предпринимательства, которая осуществляется посредством инноваций, генерируемых в инновационной системе.

### **Список информационных источников:**

1. «Малое предпринимательство» [Электронный ресурс]: Свободная энциклопедия Википедия. – Режим доступа [https://ru.wikipedia.org/wiki/Малое предпринимательство](https://ru.wikipedia.org/wiki/Малое_предпринимательство)
2. «Глобальный инновационный индекс» [Электронный ресурс]:
3. «Механизмы запуска инновационного роста» в России» Кузнецов.Е. 2003. -№ 3 – с. 4-5

## **ПРОГРАММНЫЙ БЮДЖЕТ КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ КАК ИНСТРУМЕНТ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ РАСХОДОВ**

В настоящее время Краснодарский край проводит эффективную бюджетную политику, главными задачами которой являются достижение устойчивого социально-экономического развития региона и приоритетных направлений государственной политики в условиях ограниченности бюджетных доходов. В качестве основы бюджетного планирования и одним из перспективных инструментов достижения целей государственной политики выступает программный бюджет.

В результате проведенной бюджетной реформы бюджет становится публичным документом, доступным для широкой общественности, а государственные программы выступают ключевым механизмом эффективной системы стратегического и бюджетного планирования. Процесс становления программного бюджета еще не завершен и в рамках дальнейшего реформирования бюджетной системы при организации и осуществлении бюджетного процесса в рамках государственных программ необходимо решить следующие основополагающие задачи:

обеспечить повышение качества результативности, адресности и целевого характера бюджетных расходов; - усилить внутренний финансовый контроль за использованием бюджетных ресурсов; - осуществлять анализ обоснованности потребности в выделяемых бюджетных ассигнованиях для достижения целевых показателей, определенных государственными программами и другими документами стратегического планирования; обеспечить контроль за необходимостью выполнения поручений, установленных в Указах Президента Российской Федерации от 7 мая 2012 года, и достижения показателей социально-экономического развития региона. Решение намеченных пунктов позволит повысить эффективность использования бюджетных средств, укрепить бюджетную дисциплину, что в условиях новых экономиче-

ских вызовов позволит объективно совершенствовать программные инструменты, повысить качество прогнозирования, планирования и текущего использования средств бюджета.

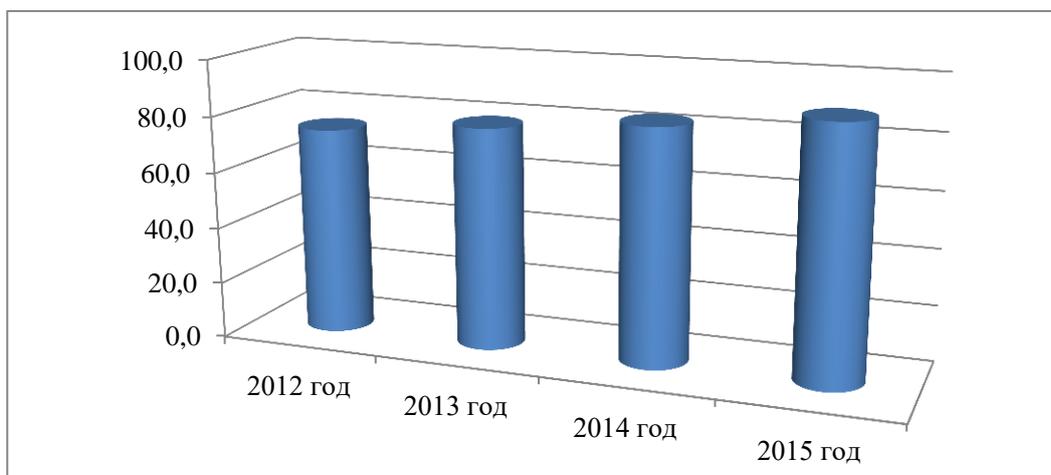
Сам инструмент государственных программ подразумевает целевое расходование бюджетных средств, направленных на решение социально значимых вопросов, что позволяет решить вопрос эффективности планирования бюджетных расходов и обеспечить непосредственную связь между имеющимися ресурсами и достижением поставленных стратегических целей развития региона [5].

Выстроив эффективную систему целеполагания в рамках государственных программ можно получить комплексный и действенный документ, с помощью которого, используя все инструменты государственной политики, можно решить крупные социально-экономические проблемы и достичь целей, намеченных в приоритетных отраслях экономики региона, а также повысить результативность расходов бюджета. Бюджет Краснодарского края составлен по программному принципу, переход на государственные программы впервые был осуществлен с 2014 года. Механизм реализации государственных программ Краснодарского края представлен на Рисунке 1. С переходом на государственные программы в Краснодарском крае в текущем году реализуется 26 государственных программ, вместо 103 краевых целевых программ в 2013 году, то есть произошло их существенное укрупнение. Следует отметить, в 2013 году доля программных расходов в рамках долгосрочных краевых и ведомственных целевых программ в общем объеме расходов краевого бюджета составила 78,8%, с переходом на государственные программы в 2014 году доля в общей структуре бюджета увеличилась до 83,4%.

Доля расходов, предусмотренных бюджетом края на 2015 год, формируемых в рамках государственных программ в общей структуре расходов краевого бюджета, составляет 89,1% (или 166,1 млрд. рублей). Непрограммные расходы составляют 20,3 млрд. рублей, то есть 10,9% от расходов краевого бюджета на 2015 год



**Рисунок 1** –Механизм реализации государственной програм



**Рисунок 2** – Удельный вес расходов, формируемых в рамках программ, в общем объеме расходов краевого бюджета

Однако, по результатам проведенного мониторинга реализации программ по итогу первого года, можно выделить ряд существенных нерешенных проблем:

незавершенность формирования государственных программ в качестве основного инструмента для достижения целей государственной политики основы бюджетного планирования;

цели некоторых государственных программ не отвечают установленным методологическим требованиям: специфичности (полномочиям и сферам деятельности координаторов программ), достижимости, измеримости, а также соответствия приоритетам государственной политики;

некоторые установленные показатели не характеризуют прогресс в достижении поставленных целей и задач, а также вклад в развитие края;

в процессе мониторинга реализации программ невозможно проверить точность полученных данных.

Таким образом, отсутствие четко сформулированных целей и задач, выстроенной системы количественных параметров в целях эффективного мониторинга их достижения, затрудняет реальную оценку как эффективности управления общественными финансами, так и результативности расходов бюджета.

Решение существующих недостатков ускорит процесс становления планирования и исполнения бюджета в рамках государственных программ, и создаст предпосылки для повышения качества и эффективности управления общественными финансами, позволит повысить финансовую прозрачность, оперативный контроль и ответственность координаторов за достиганием результатов.

## Литература:

1. Программа повышения эффективности управления общественными (государственными и муниципальными) финансами на период до 2018 года: Распоряжение Правительства РФ от 30 декабря 2013 года № 2593-р // Консультант Плюс: Версия Проф. [Электронный ресурс] / АО «Консультант Плюс». – М., 2014.
2. Афанасьева М.П. Программный бюджет: учеб.пособие //– М.: Магистр: ИНФРА-М. – 2012.
3. Константиныди Х.А. Анализ факторов формирования конкурентоспособной стратегии развития макрорегиона // Научно-технические ведомости Санкт-Петербургского государственного политехнического университета. Экономические науки. – 2012. – № 139. Т.1. – С. 52–55.
4. Сорокожердьев В.В., Хашева З.М., Константиныди Х.А. Изменения стратегии модернизации России // TerraEconomicus. – 2013. – № 4. Т. 11. – С. 143–146.
5. Кравченко Н.П., Берлин С.И., Кравченко О.Н. Формирование эффективной бюджетной политики Краснодарского края в условиях бюджетной реформы монография / Н.П. Кравченко, С.И. Берлин, О.Н. Кравченко. Краснодар. 2008.

*Финансовый университет  
(Краснодарский филиал)  
Научный руководитель:  
Воробьева М.А.,  
канд. полит. наук, доцент*

## **РУКОВОДИТЕЛЬ И ПОДЧИНЕННЫЙ С ПОЗИЦИИ КУЛЬТУРНОГО КОДА**

Проблема взаимоотношения работника и работодателя очень актуальна в наше время, потому что зачастую успех организации зависит от качественной работы, как руководителя, так и подчиненного, а так же от их совместной работы. Чтобы результат их деятельности был качественным надо, чтобы их личностные и профессиональные качества удовлетворяли друг друга. Эту сложную управленческую задачу пытаются рассматривать с различных точек зрения, с позиции менеджмента и психологии, социологии и физиологии. Имеется множество теорий в управлении, например в настоящее время различают три группы теорий: классические теории, теории человеческих отношений и теории человеческих ресурсов. Видные представители классических теорий — Ф. Тейлор, Ф. Гилберт, А. Файоль, Г. Эмерсон, Л. Урвик, М. Вебер, Г. Форд, А.К. Гастев, П.М. Керженцев и др. К представителям теории человеческих отношений относятся: Э. Мэйо, М.Фоллетт, Д. Мак-Грегор, К. Арджерис, Р. Ликарт, Р. Блейк и др. Авторами теории человеческих ресурсов являются А. Маслоу, Ф. Герцберг, Д. Макгрегор и др.

Целью данного исследования является попытка рассмотреть руководителя и подчиненного с позиций нового подхода, а именно — с позиции культурного кода. Основной задачей является выявление и формулировка культурного кода, соответствующего определенной категории работников и их руководителей. Так же задачами работы представляются, во-первых, изучение литературных источников, содержащих информацию, касающуюся разработки и применения на практике культурного кода и во-вторых, проведение «полевого исследования».

Прежде чем раскрыть позиции авторов по представленной проблеме, необходимо отметить, что немалое влияние на эффективность взаимодействия оказывает наличие у работников и руководителей

определённых качеств и компетенций, которые и могут составить основу культурного кода. В настоящее время существует несколько определений компетенций. Предполагается называть компетенцией любую измеряемую характеристику человека, позволяющую ему быть эффективным в определенной сфере деятельности. Профессиональную компетентность формирует набор необходимых качеств. Исходя из сказанного, можно сделать вывод, что такими качествами являются не только управленческие знания, умение и навыки. Компетенциями, которые определяют человека как руководителя, являются не только профессиональные, но и личностные характеристики, связанные с его убеждениями, мотивациями и психофизиологическими особенностями. Другой характеристикой руководителя является такое качество, как настойчивость в достижении поставленной цели. Что касается подчиненного, то под компетенцией понимаются определенные черты характера, квалификации и поведения, которые помогают ему работать лучше других. Например, умение работника повлиять на мнение покупателя, это можно охарактеризовать следующими составляющими: способность аргументировать свою точку зрения, возможность использования логических аргументов, умение четко формулировать и излагать свою точку зрения.

Как уже было отмечено, компетенции руководителя и подчиненного являются составляющими культурного кода. Одно из определений «культурного кода» можно найти в книге Клотера Рапая «Культурный код: Как мы живем, что покупаем и почему?» [2]. Клотер Рапай, один из влиятельных экспертов в сфере маркетинга, психоаналитик. Кроме своих книг, Рапай также является консультантом политиков и рекламистов по вопросам влияния на решения избирателей и потребителей. Очень сложно выявить «культурный код», это работа ни одного года, поэтому бестселлер стал достижением всей его жизни. В данной книге рассказывается о том, что восприятие какого-либо явления, продукта, вещи, отношений между людьми, а также и восприятие стран восходит к ранним детским впечатлениям и откладывается в глубинной части мозга, которая отвечает за выживание. Согласно концепции Рапая, именно культурное бессознательное влияет на нашу жизнь. Исходя из данной концепции, можно понять мотивы покупательских, житейских и даже политических решений. Именно это и влияет на впоследствии сложившийся менталитет людей. Тайный смысл сложившихся образов в каждой культуре свой и он шифруется, как «культурный код». Рапай с легкостью находил код здоровья, молодости, работы, денег и многих других кодов в разных странах. Это дало возможность компаниям L'Oréal,

Johnson&Johnson, Renault, работавшим с К.Рапаем проводить успешные маркетинговые кампании и продвигать продукцию на новых рынках.

Когда начинаешь разбираться во всех этих образах, описанных в книге, невольно пытаешься понять, а что же такое «культурный код». Культурный код - это своего рода ключ к пониманию данного типа культуры, то есть он позволяет определить набор образов, которые связаны с каким-либо комплексом стереотипов в сознании. Это не то, что четко осознается, а то, что скрыто от понимания, но при этом проявляется в поступках. Однако выявить определенную методику, позволяющую определить этот код при изучении данного источника не представилось возможным [ 1 ].

Теория культурного кода Рапая вызвала интерес и среди отечественных ученых и практиков. Примером может быть рецензия на данную книгу, автором которой является Александр Репьев. В этой рецензии он разрушает многие коды Рапая. А. Репьев - известный маркетолог, автор ряда книг, таких как «Маркетинговое мышление» и «Мудрый рекламодатель». Существует «Школа А. Репьева». В своей рецензии маркетолог в корне не соглашается с К.Рапаем, он не видит основу для существования культурных кодов в общем, считает все это какой-то магией [ 3 ].

Для подтверждения или опровержения данных позиций нами была предпринята попытка выявить и сформулировать культурный код «идеального руководителя» и «идеального работника» на основании проведенного исследования сложившихся стереотипов в сознании определенной группы респондентов. Группа представляет собой людей, работающих и проживающих в г. Краснодар. Сфера деятельности – розничная торговля. Перед проведением исследования, были составлены анкеты, содержащие вопросы, направленные на выявление у каждой группы опрашиваемых наиболее ценных качеств работника и работодателя.

Анкетирование проводилось в период с февраля по апрель 2015 года. Был опрошен 31 респондент - работодатель. Из них 8 в возрасте от 20 до 30 лет, 10 от 31 до 49 и 13 от 50 до 75. Из них 5 мужчин и 26 женщин.

26 работодателей (83,9%) считают, что трудолюбивый работник лучше, чем пунктуальный, а 5 работодателей (16,1%) считают наоборот. 23 работодателя взяли бы на работу исполнительного работника, а не креативного, только 8 работодателей (25,88%) не согласны с этим. 30 человек (96,8%) считают, что работник должен быть доброжелательным и лишь 1 (3,2%) не обращает на это внимание. 27 рабо-

тодатель (87,1%) взяли бы на работу ответственного работника, нежели принимающего быстрые решения, а 4 (12,9%) взяли бы второго. 23 (74,2%) считают, что в работнике важен опыт, а 6 (19,3%), что важно образование, 1 (3,2%) возраст и 1 (3,2%) здоровье. 27 (87,1%) считают, что работник должен уважать работодателя, а 4 (12,9%) не обращают на это внимания. 17 (54,8%) считают, что работник должен быть с чувством юмора, а 14 (45,2%) считают, что он должен быть серьезным. 16 (51,6%) считают, что главное в работнике - целеустремленность, 9 (29%) - справедливость, 4 (12,9%) - доброжелательность, 1 (3,2%) - серьезность, 1 (3,2%) - доброта. 26 (83,8%) работодателей считают, что внешний вид важен в работнике, 4 (12,9%) считают, что внешний вид безразличен и 1 (3,2%) не важно. 31 (100%) сказали, что работник должен уважать покупателя.

Было опрошено 32 респондента работника. Из них 13 работников в возрасте от 18 до 35 лет, 10 работников от 36 до 50, 9 от 51 до 75. Из них 4 мужчины и 28 женщин.

20 работников (62,5%) считают, что работодатель не должен быть грубым и при этом справедливым, а 12 (37,5%) считают, что должен быть грубым и справедливым. 31 работник (96,9%) сказали, что работодатель должен уважать их и лишь 1 (3,1%) считает, что главное, чтобы платил деньги. 27 работников (84,4%) положительно относятся к моральному поощрению, а 5 (15,6%) не обращают на это внимания. 18 (56,2%) выбрали бы работодателя с чувством юмора, а 14 (43,8%) серьезного. 31 работнику (96,9%) нравится, когда работодатель обращает на них внимание, а 1 (3,1%) все равно. 26 (82,2%) считают, что в работодателе важен опыт, 4 (12,5%) считают, что образование, 1 (3,1%) - возраст и 1 (3,1%) - здоровье. 31 (96,9%) считают, что работодатель в конфликтной ситуации должен пытаться разобраться и найти альтернативное решение, 1 (3,1%) считают, что он должен найти административные решения. 20 работников (62,5%) считают, что работник важнее, чем работодатель, а 12 (37,5%) думают иначе. 20 работников (62,5%) считают, что самое главное в работодателе это - справедливость, 6 (18,7%) - целеустремленность, 3 (9,4%) - доброта, 2 (6,25%) - доброжелательность и 1 (3,1%) - серьезность. 20 работников (62,5%) считают, что внешний вид важен в работодателе, 7 (21,9%) относятся к этому безразлично и 5 (15,6%) считают, что это неважно.

Анализ анкет показал, что наиболее важными качествами руководителя работники считают наличие уважения к работникам, внимательное отношение к ним, чувство юмора, опыт управления и умение разобраться и найти альтернативное решение в конфликтной ситуа-

ции. Самым главным в руководителе качеством респонденты признали – справедливость. Учитывая эти качества достаточно трудно представить образ, который соответствовал определенному культурному коду и воспринимался бы всеми одинаково.

Что касается результатов опроса руководителей, то они представляют себе идеального работника, наделенного следующими качествами: трудолюбивый, исполнительный, доброжелательный, ответственный, опытный, с чувством юмора, целеустремленный. И еще немалую роль играет внешний вид работника. Отметим, что в опросе руководителей, респонденты были более единодушны в своих ответах, так, стопроцентный результат дал вопрос об уважении покупателя работником.

Подводя итог, отметим, что результаты полевого исследования не дали возможность составить культурный код руководителя и подчиненного, предположительно, это связано с тем, что была применена только одна методика исследования, которая не дала возможность более глубоко представить определенные образы, связанные со сложившимися стереотипами в сознании руководителей и подчиненных.

#### **Список использованных источников:**

1. Википедия – свободная энциклопедия [Электронный ресурс].режим доступа -<https://ru.wikipedia.org> // Культурный код ( дата обращения: 11. 04. 2014).
2. RuLit - электронные книги [Электронный ресурс]. Режим доступа – [www.rulit.me/books/kulturnyj-kod-read-177625-1.html](http://www.rulit.me/books/kulturnyj-kod-read-177625-1.html) // К.Рапай. Культурный код: как мы живем, что покупаем и почему?, 2008. -167 с. (дата обращения: 16. 05. 2012)
3. Школа Александра Репьева – сайт о рекламе и маркетинге [Электронный ресурс]. Режим доступа - <http://repiev.ru/recenz/Culture-Code.htm>//РепьевА. Рецензия на книгу К. Рапая «Культурный код: как мы живем, что покупаем и почему?», 2008.

*Захарова И.С.*

*Кубанский государственный  
технологический университет*

*Научный руководитель:*

*Беляев Ю. М.,*

*д-р экон наук, профессор*

## **ФОРМИРОВАНИЕ ОРГАНИЗАЦИОННЫХ МЕХАНИЗМОВ ОБЕСПЕЧЕНИЯ МОДЕРНИЗАЦИИ И УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ РЕГИОНА НА ОСНОВЕ СОЗДАНИЯ ИНФРАСТРУКТУРЫ УПРАВЛЕНИЯ ИННОВАЦИЯМИ**

На долю России за последние годы в экономическом плане выпало немало: сначала период нестабильности, затем мировой финансовый кризис 2008-2009 годов и только потом стал возможен процесс восстановления. Несмотря на регулярные прогнозы наступления нового кризиса, политическая ситуация в стране дает все основания полагать, что Россия сегодня находится в состоянии макроэкономической нестабильности. Волна мирового кризиса, захлестнувшая страну в предыдущие годы, оставила в наследство существенно ослабленную экономику и множество предприятий, понесших колоссальный ущерб. Поэтому в сложившихся непростых условиях, для развития конкурентоспособности отечественного бизнеса требуется в кратчайшие сроки создать условия для обеспечения устойчивого инновационного развития и модернизации экономики.

Одним из возможных вариантов решения возникшей проблемы может являться создание организационной структуры управления, т.е. некой инфраструктуры, соответствующей этому развитию. Необходимо сформировать систему менеджмента инновационными процессами на всех уровнях управления. В России для этого сделано уже многое. Но, к сожалению, для обеспечения полноценного инновационного развития экономики страны не хватает системного стратегического подхода. До сих пор не только не создана организационная структура, без которой невозможно управлять инновационными процессами, но даже нет правовой базы для этого. Создавшаяся ситуа-

ция, таким образом, противоречит объявленной стратегии модернизации и инновационным преобразованиям.

Решение проблемы видится, в первую очередь, за счет создания «опытных» целевых инновационных структур в регионах. Это позволит быстро, без характерной для федеральной системы инерционности, сформировать работоспособную организационную структуру, включающую все необходимые направления инновационной деятельности. Главные задачи состоят в оптимизации фундаментальных компонентов управления инновационным развитием:

- адекватной организационной инфраструктуры;
- стратегии;

- методологии концептуальных принципов и подходов;

- квалификации и инновационной культуры персонала;

- финансовой и производственной базы для осуществления непрерывных циклов инновационных процессов.

Стратегия инновационного развития в крае должна обеспечить бесперебойно действующий инновационный процесс создания и продвижения новшеств на рынок с превращением их в инновации, с полным сопутствующим маркетингом на всех этапах.

Методология управления инновационными процессами позволит сменить направление вектора иерархии: с «сверху-вниз» на «снизу-вверх», т.е. из регионов на федеральный уровень, а не наоборот, как это существует в настоящее время. В инновационном менеджменте на уровне региона иерархия управления должна стать аналогичной той, что в предпринимательстве, где на высшем уровне расположен потребитель, в виде «перевернутой пирамиды», т.е. на высшем уровне должен находиться создатель инновации – ее изобретатель. Это позволит существенно повысить эффективность управления процессом благодаря тому, что приоритеты расставляются в соответствии с их значимостью и своевременностью для проведения определенных этапов инновационного процесса.

Основная задача прогресса в инновационной сфере деятельности – это формирование инновационной культуры на всех уровнях управления инновационными процессами. Необходимость и актуальность повышения уровня инновационной культуры диктуется, в первую очередь, отсутствием требуемого комплекта законов в инновационной сфере и, как следствие, отсутствием единых понятий, терминов и определений. Разумеется, повышение инновационной культуры – процесс не быстрый. Его следует начинать как можно раньше, тогда меньше будут потери, которые общество получает ежечасно. Инновационную культуру следует «прививать» с детства – в школах

и университетах. Это позволит воспитать новое отношение к объектам интеллектуальной собственности, их охране и защите, созданию полноценного рынка интеллектуальной собственности, что со временем создаст огромный экономический эффект. Создатели инноваций должны стать реальной элитой нации, так как именно они создают для общества важнейшие блага.

Предполагается, что основой инновационной региональной инфраструктуры будут кластерные структуры, сформированные путем интегрирования организаций вокруг центра (или ядра) – инновационного предприятия, создавшего новшество. Такие кластерные структуры необходимы для формирования единого инновационного пространства, позволяющего создать условия для устойчивости экономики предприятия. Инновационные компании должны работать на основе программно-целевого подхода, осуществлять постоянную поддержку инноваторов и осуществлять коммерциализацию инноваций.

Взаимодействие всех предлагаемых структур позволит обеспечить высокоэффективное устойчивое инновационное развитие региона. Благодаря формированию кластерных инновационных структур в регионах через определенное время проявится синергетический эффект, что обеспечит значительное ускорение инновационных процессов, с одной стороны, и прогресс в экономике, с другой стороны. Инновационные принципы создания кластерных структур позволяют сформировать полностью автономную, мобильную структуру, способную противостоять как возможным кризисным явлениям, так и противостоять коррупции (в предлагаемой системе она будет просто противоестественна).

#### **Литература:**

1. «Основные направления бюджетной политики на 2015 год и на плановый период 2016 и 2017 годов».
2. Федеральный закон от 28 июня 2014 года № 172-ФЗ «О стратегическом планировании в Российской Федерации».
3. Беляев Ю.М. Формирование механизмов и структур венчурного кредитно-инвестиционного сервиса // Реферируемый научный журнал «Вестник АГУ». – 2014. – № 2. – С. 162–165.
4. Сорокожердьев В.В., Хашева З.М., Константиныди Х.А. Изменения стратегии модернизации России / В.В. Сорокожердьев, З.М. Хашева, Х.А. Константиныди // Terra Economicus. – 2013. – № 4. Т. 11. – С. 143–146.

*Илюхина Н.П.*

*Финансовый университет  
(Краснодарский филиал)  
Научный руководитель:  
Сорокожердьев В.В.,  
канд. экон. наук, доцент*

## **УПРАВЛЕНИЕ ДЕМОГРАФИЧЕСКИМИ ПРОЦЕССАМИ В СОВРЕМЕННОМ ОБЩЕСТВЕ**

В Российской Федерации на протяжении последних двадцати лет сохраняется отрицательная тенденция депопуляции: население России сокращается, что представляет собой серьезную угрозу ее национальной безопасности в двадцать первом веке. Преобразования в постсоветском государстве оказали негативное воздействие на демографическое положение в стране. За 19 лет, с 1992 и по 2010 года, Россия потеряла 4,5% от своего населения, что, примерно, составляет 6,7 млн. человек. При сложившейся ситуации становится под угрозу возможности народа России развивать накопленный многими столетиями духовный, культурный и материальный потенциалы.

В 2001 году число жителей России уменьшилось почти на 1 млн. человек, а если быть точным на 943 252 человек. Убывание населения тянулось с незначительными колебаниями практически все последующие годы.

**Таблица1-** Динамика сокращения численности населения в России на период с 1996-2011 гг.

№ п/п	Годы	Численность населения России (в млн. человек)
1	1996	148,3
2	2002	145,2
3	2003	145,0
4	2004	144,2
5	2005	143,5
6	2006	142,8
7	2007	142,2
8	2008	142,0
9	2009	141,9
10	2010	142,9
11	2011	142,9

Из представленных данных можно заметить, как на протяжении долго периода времени сохраняется тенденция депопуляции населения, несмотря на ряд позитивных мер, которое приняло государство: материнский капитал, национальный проект «Здоровье» и другие меры социальной поддержки семей.

В стране наметилась очень опасная тенденция - идет массовый отток квалифицированных кадров из России, особенно молодого населения, что может привести к снижению творческого, культурного и научного потенциалов страны.

Немало важной проблемой для государства является и низкая продолжительность жизни населения. По сравнению с другими странами Россия занимает 157 место в мире. В среднем в России люди живут на двенадцать лет меньше, чем в США и умирают на пятнадцать лет раньше, чем в Японии.

Можно ли найти выход из сложившейся ситуации? Да, выдох есть. Нужно использовать резервы страны, которые способны ослабить демографический кризис. К ним можно отнести:

-снижение числа разводов. На данный период времени Россия справилась с этой проблемой, но если смотреть на ситуацию в целом, то можно сказать, что Российская Федерация находится в числе лидеров по этому показателю. Отношение браков и разводов относится как 10 к 6.

-активизация потенциала раннего узаконивания отношений. На фоне вступления в брак людей среднего возраста, совершается уход значительной части узаконенных отношений, то есть увеличивается число неполных семей, снижается рождаемость. Решением этого должна стать: социальная реклама, решения жилищного вопроса, надлежащие образовательные лекции во всех типах учебных учреждений.

-борьба с абортами. В последние время в этой сфере Правительство приняты существенные постановления: запрет рекламы абортов, а так же увеличению денежных взысканий за незаконные аборты вплоть до 1 млн. рублей.

-уменьшения числа предотвратимой смертности. Огромное количество людей умирают каждый год преждевременно. Причиной этого является высокое злоупотребление алкоголем, убийства, наркомания, самоубийства, несчастные случаи и так далее. Государство борется с этим не первый год, с недавних пор введены законы: не допускается продажа алкогольных напитков лицам меньше 18 лет, запрещена продажа алкоголя после 22:00 и до 11:00, введена антиалкогольная политика и политика против наркомании.

На федеральном уровне за последние годы были приняты отдельные меры, которые помогут стимулированию рождаемости. Заметно улучшилась такая работа и на региональном уровне. Во многих областях и национальных республиках из местных бюджетов стали выделяться деньги многодетным и молодым семьям с низкой заработной платой. Примером данной политики может служить город Москва, в котором с рождением первого ребенка в молодой семье, то есть одному из родителей менее 30 лет, выплачивается пособие в пятикратном размере от прожиточного минимума города, с рождением второго - в семикратном, с рождением третьего и последующих - в десятикратном размере. В связи с этим молодые семьи почувствовали поддержку от государства и стали принимать решение о намеренном увеличении семьи.

Особое внимание нужно уделить и здоровью молодых семей. Нужно формировать условия для занятий спортом, пропагандировать здоровый образ жизни в СМИ. Некоторые регионы озадачились этим вопросом. Работы в этом направлении повысились в Краснодарском крае, многие губернаторские программы направлены на то, чтобы повысить уровень заинтересованности в здоровом образе жизни. На Кубани было построено более 150 спортивно-игровых площадок.

К решению депопуляции следует привлекать и российский бизнес. На основе социальной ответственности бизнеса можно создавать различные фонды, которые, в свою очередь, могут привнести большой вклад в поддержку материнства и детства. Воздействовать на бизнес-структуру можно с помощью некоторых льгот, например, снижению налогов, представлению льготных кредитов и тому подобное. В этом направлении проводится уже некоторая деятельность. Например, «Норильский никель» российская горно-металлургическая организация начала выплачивать молодым мамам по 11 тысяч рублей ежемесячно до достижения ребенком семи лет. Так эта компания стимулирует рождаемость в этом регионе.

Следует отметить, что по официальным данным Правительство Российской Федерации заявило, что приоритетным направлением в деятельности государства становится демографическая проблема.

В данном вопросе чрезвычайно важным фактором является время. Так, чем раньше будут проводиться необходимые меры в этой области, тем больше возможностей получить, положительный результат.

*Кайфеджан Д.П.*

*Кубанский  
государственный университет  
Научный руководитель:  
Омельяненко А.В.,  
преподаватель*

## **НЕЙРОМАРКЕТИНГ КАК ИННОВАЦИОННАЯ ТЕХНОЛОГИЯ ВОЗДЕЙСТВИЯ НА ПОТРЕБИТЕЛЯ И НОВАЯ СТУПЕНЬ РАЗВИТИЯ МАРКЕТИНГА**

В современных условиях рыночной конкуренции компаниям необходимо быстро адаптироваться к постоянно меняющимся условиям внешней среды. Основным фактором, влияющим на занимаемые фирмой позиции в сегменте рынка, является поведение потребителей. Компании, успешно функционирующие в своем целевом сегменте или рынке, уделяют значительное внимание маркетинговым исследованиям. Как правило, большая доля в совокупной структуре исследований принадлежит изучению проблем, связанных с пониманием и максимальным удовлетворением запросов потребителей. Выявление потребностей и поиск способов по их удовлетворению являются основным объектом маркетинговых исследований в последнее время. Безусловно, это обуславливается рядом причин, одной из которых является повышение роли потребителей в получении необходимого успеха компанией.

Традиционные методы маркетинговых исследований, активно используемые уже практически всеми субъектами рынка, в большинстве случаев, приводят к результатам, которые имеют значительные отклонения в достоверности полученной маркетинговой информации. Это связано с тем, что часто, в силу разных причин, потребители отвечают не так как считают на самом деле, руководствуясь логическими предположениями о том, какой ответ желает получить интервьюер, в случае использования в качестве метода – опрос. Недостоверные данные не могут использоваться как качественная маркетинговая информация и тем более являться основой для принятия маркетинговых решений в отношении исследуемой проблемы.

Таким образом, на сегодняшний день существует проблема получения качественных маркетинговых данных, которая создается из-за

того, что человек иррационален при выборе покупок, но, вместе с тем, при ответе на вопросы исследований пытается руководствоваться логическими заключениями или вовсе отвечает не задумываясь. Это стало главной причиной поиска принципиально нового способа понимания потребностей покупателей, обращенного к эмоциональной составляющей людей, которым явился нейромаркетинг. Целью исследования является изучение теоретических основ нейромаркетинга, а также анализ их эффективности в практической деятельности фирм.

Основной причиной возникновения нейромаркетинга является снижение эффективности традиционных маркетинговых инструментов при изучении поведения потребителей. Данная причина имеет ряд объяснений, которыми являются результаты многолетних исследований в этой области. Так, изучение поведения потребителей началось с середины 1960 гг. Толчком для таких исследований стала необходимость маркетологов в понимании мотивов совершения покупок потребителей. Изначально, основой изучения потребительского поведения стал бихевиоризм, затем – социология. Однако вскоре к этим направлениям добавилась психология продаж, которая базируется на результатах фундаментальных психологических исследований.

Понятие «нейромаркетинг» ввел в терминологию маркетинга в 2002 году Эйл Смидтс, профессор Университета Эразма Роттердамского (Голландия), которым описал коммерческое применение нейробиологии и технологии нейровизуализации, картирования мозга. В своей речи Смидтс объяснил, что задача нейромаркетинга – «лучше понять потребителя и его реакцию на маркетинговые раздражители путем прямого измерения процессов в мозгу» и повысить эффективность методов маркетинга, изучая реакцию мозга» [1].

Из данного Смидтсом определения, следует выделить, что концепция нейромаркетинга базируется на трех ключевых направлениях, а именно: нейробиология, виды нейровизуализации и картирование мозга. Действительно, данные понятия, как может показаться, являются узкоспециализированными и встречающимися всё чаще в сферах психологии, психиатрии, медицины, а в частности в неврологии. Но данные термины необходимо раскрыть подробнее для глубокого понимания сущности нейромаркетинга в целом. Ведь именно внедрение такого рода понятий, пришедших, в большей степени, из медицины в маркетинг является в определенной мере прорывом и началом практического применения принципиально новой концепции маркетинга. Далее более подробно рассмотрим элементы, составляющие нейромаркетинг:

1) Нейробиология — наука, изучающая связь активности головного мозга и других сторон нервной системы с познавательными процессами и поведением. Особое внимание нейробиология уделяет изучению нейронной основы мыслительных процессов. Нейробиология является разделом психологии;

2) Нейровизуализация — общее название нескольких методов, позволяющих визуализировать структуру, функции и биохимические характеристики мозга. Включает компьютерную томографию, магнитно-резонансную томографию и т. п. Это сравнительно новая дисциплина, являющаяся разделом медицины, а конкретнее — неврологии, нейрохирургии и психиатрии;

3) Картирование мозга — область электрофизиологии, оперирующая с множеством количественных методов анализа. Широкое применение этого метода стало возможным при появлении относительно недорогих и быстродействующих персональных компьютеров[2].

Из вышеизложенных определений видно, что нейромаркетинг это сложный многоэтапный процесс, позволяющий понять поведение потребителей, спрогнозировать потенциальный спрос на продукцию, а также изучить факторы, влияющие на выбор конкретного товара потребителем, посредством современных технологий нейробиологии. Важно понимать, что концепция нейромаркетинга гораздо шире и сложнее, с точки зрения научного подхода, современных видов маркетинговых коммуникаций - аромамаркетинга, сэмплинга, музыкального сопровождения потребителей в местах продажи и других видов сенситивного маркетинга, которые лишь способствуют повышению степени комфорта потребителя в магазине. Основным содержанием нейромаркетинга являются научные исследования непроизвольных нейрофизиологических реакций человека на какие-либо коммуникационные атрибуты, например, на название фирмы или товара, логотип, сочетание цветов, запахи, аудио сигналы, дизайнерские решения и т.п., и их последующей интерпретации с целью применения полученных данных при организации продвижения товаров и услуг.

Далее целесообразнее перейти непосредственно к описанию методов нейромаркетинга, посредством которых представляется возможным изучить активности головного мозга для понимания мотивов потребителей при покупке и их поведения относительно товаров в целом. Рассмотрим некоторые из них.

1) Компьютерная электроэнцефалография (КЭЭГ) как «окно в работающий мозг». Связь между клетками мозга (нейронами) осуществляется с помощью множества химических веществ, таких как натрий, калий, хлор и кальций. Все они несут электрический заряд, и

поэтому между внутренней и внешней стороной клетки создается электрический потенциал.

2) Функциональная магнитно-резонансная томография (ФМРТ) невероятно эффективно выявляет внутренние механизмы работы мозга. С начала 1990-х, когда появилась возможность проводить неинвазивное сканирование мозга этого типа, эта технология привела к огромному прогрессу в медицине. Она приоткрыла завесу тайны над тем, как люди рассуждают, принимают решения, формируют воспоминания и переживают эмоции. Она изменила наши представления о том, как работает мозг человека, и эти открытия имеют немалую коммерческую ценность.

3) Окулография. Хотя КЭЭГ и ФМРТ – это технологии, наиболее известные людям, интересующимся мозгом в клетке продаж, это не единственные способы, которыми нейромаркетологи умеют исследовать подсознание людей [2]. Рассмотренные ранее методы нейромаркетинга имеют ряд достоинств и недостатков в зависимости от ситуаций, в которых они могут использоваться. Безусловно, все эти технологии не станут абсолютными заменителями традиционных инструментов маркетинга, но их комплексное применение поможет изучать потребителей с принципиально новой позиции, подкрепленной исключительно результатами инновационных достижений психологии и медицины. Данные технологии, возможно, внедрять путем создания специализированных центров, в которых будут проводиться исследования такого рода, осуществляемые по заказу различных компаний (по принципу работы маркетинговых и консалтинговых агентств).

Развитие нейромаркетинга является большим прорывом в области маркетинга, как для мировых корпораций, небольших компаний, так и для рекламных, консалтинговых агентств и специалистов по маркетингу. Безусловно, часть маркетинга, связанная с изучением запросов потребителей и поиском способов по их удовлетворению, всегда базировалась на психологии. Результатом внедрения исследований психологии в маркетинг стало использование сенситивного маркетинга, а также различных приемов, воздействующих на органолептические ощущения потребителей, таких как, например, музыкальное оформление торгового зала, приятный запах, стимулирующий к покупке, проведение сэмплинга и другое.

Таким образом, нейромаркетинг интегрирует глубокие научные разработки в области нейробиологии, психологии и даже психиатрии, исследуя активности волн головного мозга. Это дает гораздо более точный прогноз на совершение потребителем тех или иных продуктов. Существует практически незаметная граница между понятиями

«внушение» и «убеждение». Именно эта тонкая грань является объектом этической составляющей нейромаркетинга. Так, во многих странах использование нейробиологии в коммерческих целях запрещено законодательством. В современное время нейромаркетинг это принципиально новая концепция развития маркетинга, которая остается предметом научных и профессиональных суждений.

#### **Список использованных источников:**

- 1) Соколова А. Нейромаркетинг как инструментальный торговый сервис/ Сервис в России и за рубежом–2013. –№ 7 – С. 92.
- 2) Чернова М.А., Клепиков О.Е. Нейромаркетинг: к вопросу об этической составляющей/ Национальный психологический журнал–2015.–№ 1–С. 139 –142, 2015.

*Финансовый университет  
(Краснодарский филиал)  
Научный руководитель:  
Попова А.С.,  
канд. экон. наук, доцент*

## **РОЛЬ РЕСУРСОВ В ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ (НА ПРИМЕРЕ ПРОЕКТА ПО ВЫРАЩИВАНИЮ ЗЕЛЕНИ «ЗЕЛЕНЬ МИР»)**

Роль ресурсов состоит в обеспечении выбранной деятельности необходимыми составляющими для производства и продажи товаров, получения доходов, которые окупают затраты ресурсов с прибылью, достаточной для расширенного воспроизводства [2,с.161].

В настоящее время подход к ресурсам часто определяется, как к только затратным составляющим деятельности, что в корне неверно и искажает их роль и значение. Ресурсы – это источники доходов бизнеса, ориентированные на удовлетворение запросов потребителей или формирующие спрос в выбранной сфере деятельности. Тем самым бизнес – это деятельность, основанная на привлечении, создании, использовании экономических ресурсов для обеспечения результативности и эффективности[3,с.100].

Почему результат зависит от ресурсов:

- производить можно только из чего то;
  - трудовые ресурсы напрямую влияют на результат;
  - качественные ресурсы повышают конкурентные качества товара.
- Правильное использование ресурсов – залог успеха фирмы.

Ресурсы – главные производительные силы, которые формируют финансовые, рыночные, социальные результаты деятельности[1, с.47]. Роль ресурсов в бизнесе состоит не только в обеспечении результативности и эффективности деятельности, но и создании конкурентных преимуществ.

Без рациональной ресурсной системы, результативность, эффективность и конкурентные преимущества будут на более низком уровне по сравнению с возможностями, которые предоставляет данная практика. Наименование проекта: Проект по выращиванию зелени «Зеленый мир». Миссия: обеспечение населения Краснодарского края экологически чистой, свежей зеленью. Наша продукция не толь-

ко вкусна, но и имеет привлекательную цену. Наш девиз – наша зелень в каждый дом. У предпринимателя Комбаров Т. В. В собственности имеется земельный участок площадью 1га. Планируется выращивать, на рассматриваемом гектаре земли, зелень следующих видов: укроп, петрушку, кинзу и базилик.

Так как в нашей климатической зоне холодные зимы, то проект будет осуществляться с апреля по октябрь. В данном проекте будут задействованы пять человек, включая руководителя. За первый год осуществления проекта планируется окупить затраты на его реализацию и получить минимальную прибыль.

Зелень- это ценный пищевой продукт, без него не обходится практически ни одно блюдо на нашем столе. Привлекательна она и в экономическом плане, при невысокой стоимости выращивания и относительной простоте, зелень имеет довольно высокую стоимость и пользуется хорошим спросом.

Любой проект не зависимо от его сложности, сроков реализации и стоимости должен осуществляться поэтапно. Реализация проекта предполагает осуществление ряда этапов с подготовкой соответствующей проектно-конструкторской документации выполняемой в соответствии с требованиями нормативно технической базы.

В нашем проекте можно выделить следующие этапы:

- возникновение идеи;
- подготовка необходимой информации;
- определение сроков проекта;
- составление списка ресурсов;
- расчет стоимости ресурсов;
- составление плана – графика работ;
- подведение итогов.

Стоит обратить внимание, что время от времени необходимо постоянно делать проверку, контроль реализации плана.

На начальном этапе, нам необходимо определить, какие группы ресурсов будут задействованы в проекте. Для выращивания зелени необходима техника, инвентарь, посадочный материал и трудовые ресурсы. А также необходимо определить сроки и составить план график.

**Таблица 1** -Список необходимой для проекта техники и инвентаря\*

Ресурс	Количество, шт.	Стоимость, руб.	Сумма, руб.
Мотоблок	1	35000	35000
Поливная установка	1	70000	70000
Комплект для капельного полива	1	65000	65000
Лопата	5	300	1500
Тяпка	5	250	1250
Плоскорез Фокина	5	350	1750
Нож	10	100	1000
Пластиковые емкости различного размера в наборе	10	650	6500
Канцелярские резинки	100	30	3000
Аптечка	1	1500	1500
Ножницы	10	50	500
Итого			187000

\*Цены рассчитаны по коммерческим предложениям (не менее трех фирм поставщиков)

Руководитель планирует нанять пять рабочих по скользящему графику. Так как было выяснено, что пик оптовых закупок приходится на пятницу и субботу, то график составлен таким образом, чтобы в пятницу на работе находились все, а в четверг и субботу по четыре человека, в остальные дни достаточно трех.

Общие затраты на трудовые ресурсы составляют:  $5 * 7000 * 7 = 245000$  рублей за весь сезон.

**Таблица 2-** График работ (X – рабочий день, O – выходной день)\*

№	Пн.	Вт.	Ср.	Чт.	Пт.	Сб.	Вс.
1	X	X	X	X	X	O	O
2	O	X	X	X	X	X	O
3	O	O	X	X	X	X	X
4	X	O	O	X	X	X	X
5	X	X	O	O	X	X	X

\*авторская разработка

Рабочие будут получать зарплату в размере 7000 рублей ежемесячно, плюс 5% с каждой продажи. Таким образом, работники будут заинтересованы в более высокой производительности труда и лучшем качестве работы, ведь от этого будет зависеть их доход.

Посадочный материал и удобрения.

Участок площадью в 1 га необходимо условно разделить на четыре части:

- под укроп 30 соток;
- под петрушку 30 соток;
- под кинзу 30 соток;
- под базилик 10 соток.

Каждый из них засеивается в два этапа с интервалом в две недели для того, чтобы иметь возможность проводить уборку поэтапно не допуская перерастания зелени и как следствие убытков.

Укроп: расход семян 0,2 кг на сотку, срок от посевов до уборки два месяца, после сбора продукции участок обрабатывают мотоблоком и засеивают новой партией семян, за сезон можно провести три сбора с одного участка.

Петрушка: расход семян 0,3 кг на сотку, срок от посева до уборки два месяца, после срезки листа участок поливается, через неделю вносятся комплексные удобрения, в дальнейшем делается одна прополка и полив. Срезку можно проводить три раза за сезон с одного участка.

Кинза: расход семян 0,15 кг на сотку, срок от посева до уборки два месяца, после сбора продукции участок обрабатывают мотоблоком и засеивают новой партией семян, за сезон проводятся три подсева. Базилик: расход семян 0,1 кг на сотку, срок от посева до уборки один месяц, после сбора продукции участок обрабатывают мотоблоком и засеивают новой партией семян, за сезон проводятся пять подсевов. Также было рассчитано, что на налогообложение необходимо будет истратить 56000 рублей.

Теперь необходимо подсчитать стоимость всех ресурсов проекта. Мы рассчитали количество и стоимость всех видов, необходимых для реализации проекта ресурсов. Теперь сведем все эти данные в единую таблицу и подсчитаем стоимость всего проекта.

**Таблица 3-** Общие затраты на ресурсы проекта, руб.

Наименование	Сумма
Техника и инвентарь	187 000
Фонд заработной платы	245 000
Посадочный материал	123 300
Органическое удобрение	20 000
Налогообложение	56 000
Итого	810 000

\*авторский расчет

Таким образом, стоимость всего проекта составляет 631 300 рублей. У предпринимателя Комбарово́й Т. В.в виде личных накоплений имеется 450000 рублей. Планируется, что для начального этапа проекта этих средств будет достаточно, остальные недостающие средства будут получены в ходе реализации проекта от выручки

Так как земельный участок будет засеян не одной культурой, а несколькими, и в разное время, то необходимо составить четкий план-график реализации проекта, проведения работ и сроков.

Расчет прибыли представлен в таблице 4.

**Таблица 4-** Расчет прибыли от сбора зеленых культур, руб.

Наименование культуры	Сбор	Сбор кг/м <sup>2</sup>	Цена за 1 кг культуры, руб.	Общая сумма за сбор, руб.
Петрушка. Участок 1.	Сбор 1	1/15	75	112 500
	Сбор 2	0,7/15	60	63 000
	Сбор 3	1/15	50	75 000
Итого за три сбора				250 500
Петрушка. Участок 2.	Сбор 1	1/15	80	120000
	Сбор 2	0,7/15	45	47250
	Сбор 3	1/15	55	82500
Итого за три сбора				249750
Укроп. Участок 1.	Сбор 1	1/15	90	135000
	Сбор 2	0,8/15	70	84000
	Сбор 3	1/15	45	67500
Итого за три сбора				286500
Укроп. Участок 2.	Сбор 1	0,9/15	95	129250
	Сбор 2	0,8/15	80	96000
	Сбор 3	1/15	45	67500
Итого за три сбора				292750
Кинза. Участок 1.	Сбор 1	0,5/15	100	75000
	Сбор 2	0,5/15	100	75000
	Сбор 3	0,5/15	100	75000
Итого за три сбора				225000
Кинза. Участок 2.	Сбор 1	0,5/15	100	75000
	Сбор 2	0,5/15	100	75000
	Сбор 3	0,5/15	100	75000
Итого за три сбора				225000
Базилик. Участок 1	Сбор 1	0,5/15	250	62500
	Сбор 2	0,5/15	200	50000
	Сбор 3	0,5/15	250	65000
	Сбор 4	0,5/15	250	65000

	Сбор 5	0,5/15	200	50000
Итого за пять сборов				287500
Базилик. Участок 2.	Сбор 1	0,5/15	250	62500
	Сбор 2	0,5/15	200	50000
	Сбор 3	0,5/15	250	65000
	Сбор 4	0,5/15	250	65000
	Сбор 5	0,5/15	200	50000
Итого за пять сборов				287500
Общий доход от уборки зеленных культур				1592950

Из этой суммы вычтем процент положенный рабочим:

$1592950/100*25=398237$  рублей.

$1592950-398237=1194713$  рублей.

Рассчитаем,какая заработная плата работника с учетом процентов:  $398237/5/9=8900$  рублей.

Далее вычтем расходы на реализацию проекта:

$1194713-631300=563413$  рублей. 563413 рублей - планируемая прибыль проекта. Из данных сведений можно сделать вывод о целесообразности проведения проекта. Имеет смысл отметить, что если предприниматель решит и на будущий год выращивать зелень, то расходы на инвентарь и технику будут сильно снижены, так как они уже приобретены. Также следует отметить, что инвентарь и технику можно продать, что тоже возместит часть расходов.

### Список использованных источников:

1. Айдинова А.Т. Малый бизнес АПК: методологический аспект исследования. Айдинова А.Т. Экономика сельского хозяйства России. 2014. №12. с.44-48.

2. Исследование процессов формирования, функционирования и развития рынка услуг/ Айдинова А.Т., Попова А.С.// TerraEconomicus. 2009. Т. 7. № 4-3. С. 161-164.

3. Попова А.С. Особенности организации малыми и средними формами предпринимательской деятельности. Попова А.С. В сборнике: Наука и образование в XXI веке сборник научных трудов по материалам Международной научно-практической конференции: в 34 частях. 2013. С.98-100.

## **МЕТОДИКА СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ УПРАВЛЕНИЯ ОБОРОТНЫМИ СРЕДСТВАМИ ТОРГОВЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ**

От эффективности функционирования и работы промышленных предприятий во много зависит развитие всей экономики России. В связи со сложившейся ситуацией в стране, обострились проблемы, связанные с недостаточной обеспеченностью предприятий оборотными средствами. Возникли риски неплатежей по кредитам, произошло снижение производства и реализации продукции. Например, предприятия с торгово-посреднической организацией работы не имеют собственных источников финансирования и функционируют только за счет заемных и привлеченных средств.

Недостаток собственных оборотных средств достаточно часто встречаемая черта многих российских торговых предприятий. Как правило такие компании имеют неустойчивое финансовое состояние, неудовлетворительную структуру баланса. Отсутствие собственных оборотных средств (оборотного капитала) является одним из самых важных показателей при оценке предприятий. Его отсутствие может свидетельствовать о том, что все оборотные средства компании образованы за счет заемных источников. Изменение в положительную сторону финансового положения такого предприятия не возможны без эффективной работы с оборотным капиталом, выявления наиболее существенных факторов, влияющих на изменение ситуации, реализации мер по обеспечению предприятия собственными оборотными средствами.

В процессе финансового планирования предприятие учитывает прирост и сокращение нормативов собственных оборотных средств, определяемых как разница между нормативами на конец и начало планируемого периода. Прирост норматива собственных оборотных средств финансируется в первую очередь за счет собственных ресурсов. [5] В качестве устойчивых пассивов служат минимальная, переходящая из месяца в месяц задолженность по заработной плате и от-

числениям по социальному страхованию, остаток средств из резервного фонда для ремонта или переоснащения, резервы предстоящих платежей, средства потребителей по залогам за возвратную тару. Поскольку эти средства постоянно находятся в обороте предприятия и их размер на протяжении года существенно колеблется, в качестве источника формирования приравненных оборотных средств используется их минимальная сумма в данном году. [4]

Н.П. Любушин, В.Г. Дьякова В.Б. Лещева, утверждают, что собственные оборотные средства «формируются за счет собственного капитала предприятия» [3]. И.А. Бланк подмечает, что в практике финансового менеджмента различают понятия «собственные оборотные средства» и «чистые оборотные средства» [1]. Первые характеризуют ту часть оборотных средств, которая сформирована за счет собственного капитала предприятия. Расчет производится по формуле: оборотные активы минус долгосрочный заемный капитал, направленный на формирование оборотных активов, минус краткосрочные обязательства предприятия. Понятие чистых оборотных средств относится к той части, которая сформирована за счет собственного и долгосрочного заемного капиталов. Расчет производится как разность сумм оборотных активов и краткосрочных текущих обязательств. При этом, если предприятие не использует долгосрочного заемного капитала для финансирования оборотных средств, суммы чистых и собственных оборотных активов совпадают.

В.В. Ковалев отмечает, что термин «собственные оборотные средства» - это аналог показателя чистого оборотного капитала в отечественной практике, а его расчет выполняется как разность между оборотными активами и текущим обязательствами [2].

Среди источников, используемых для формирования оборотных средств предприятия, помимо собственных, выделяют заемные и привлеченные. Временная потребность предприятия в средствах, может возникнуть по ряду причин зависящих и не зависящих от самого предприятия, покрывается она кредитами или иными источниками.

В наше время банковский сектор предоставляет широкий спектр предложений для предприятий. Кредиты выдаются под разнообразные назначения – финансирование сезонных потребностей организаций, восполнение недостатков собственных оборотных средств, приобретение основных и текущих активов, а так же для осуществления расчетов и налоговых платежей. Но выгоден ли такой вид кредитования для предприятий? На мой взгляд, выгодней взять коммерческое кредитование и/или инвестиционный налоговый кредит. Коммерческое кредитование осуществляется в виде оформления товарного

кредита, авансовых платежей, векселей и займов. А налоговый кредит представляется в виде отсрочки налоговых платежей предприятием. Но по моему мнению, целесообразней формировать оборотные средства, все-таки, за счет собственных источников. Наличие собственных оборотных средств, а также соотношение собственных и заемных оборотных средств показывает степень финансовой устойчивости предприятия. Длительность периода оборота является одним из критериев оценки эффективности использования оборотных средств. Чем длиннее период оборачиваемости, тем менее эффективно они работают. Это свидетельствует о том, что для поддержания постоянного оборота капитала необходимы значительные вложения денежных средств. Происходит так называемое отвлечение денежных средств на пополнение оборотного капитала. При ускорении же оборачиваемости происходит высвобождение денежных средств и в дальнейшем их можно направить на другие цели фирмы. С развитием предпринимательства все большее значение приобретает улучшение использования оборотных средств. Эффективное и рациональное использование оборотных средств способствует повышению платёжеспособности и финансовой устойчивости предприятий. Чтобы ускорить оборачиваемость средств, необходимо контролировать ряд действий, в зависимости от специфики предприятия:

- совершенствовать организацию торговли, прорабатывать новые методы и способы продажи и производства продукции;
  - нормализовать использование оборотных средств предприятия;
  - совершенствовать расчеты с поставщиками и подрядчиками;
  - стараться ускорить оборот денежных средств за счет улучшения инкассаций, строго лимитировать денежные средства в кассах, в пути, на расчетном счете в банке;
  - отслеживать предъявляемые претензии и улучшать работу предприятия;
  - не допускать наличия, либо роста дебиторской задолженности;
  - свести к минимуму материальные запасы, низкоэффективные и быстроизнашивающиеся предметы, сократить подотчетные суммы и расходы будущих периодов.
- Таким образом, можно утверждать, что на сегодняшний момент существуют проблемы с управлением и формированием оборотных активов в торговых предприятиях. Финансовый отдел, занимающийся в предприятиях управлением затратами, старается сократить количество запасов до минимума, сокращая тем самым затраты на обслуживание и хранение активов. Кроме того, в торговых предприятиях, зачастую существует некий конфликт между финансовым отделом, ко-

торый старается сократить дебиторскую задолженность, и отделом сбыта и маркетинга, главной целью которых является увеличение объема продаж и привлечения новых клиентов, иногда не убедившись в их платежеспособности. Следовательно затронутая тема достаточно сложна в организационном плане и ее решение требует значительных и наукоемких расчетов, а так же научных обобщений.

### **Список использованных источников**

1. Бланк И.А. Основы финансового менеджмента. Т. 1. - К.: Ника-Центр, 2009.
2. Ковалев В.В. Финансовый анализ: Управление капиталом. Выбор инвестиций. Анализ отчетности. - М.: Финансы и статистика, 2010.
3. Любушин Н.П., Лещева В.Б., Дьякова В.Г. Анализ финансово-экономической деятельности предприятия. - М: ЮНИТИ-ДАНА, 2012.
4. Сафронова Н.А. Экономика предприятия: учебник для вузов. - М.: "Юристъ", 2008.
5. Чечевицына Л.Н., Чуев И.Н. Экономика фирмы: учебное пособие для студентов вузов. - Ростов-на-Дону: Феникс, 2006.

*Финансовый университет  
(Краснодарский филиал)  
Научный руководитель:  
Фойгель М.А.,  
канд., экон. наук, доцент*

## **АКТУАЛЬНОСТЬ РЕАЛИЗОВАННЫХ КОНЦЕПЦИЙ КОПИРАЙТЕРОВ XX ВЕКА В НАШИ ДНИ**

Невозможно представить жизнь современного человека без рекламы. На протяжении тысячелетий она сопровождает нас. Небезызвестная фраза «Реклама – двигатель прогресса» даёт нам представление о роли рекламы в инновационном процессе.

Где мы можем проследить исторические корни рекламы?! В выкриках торговцев, трактирных вывесках или же появлении папируса можно считать началом распространения рекламы в средствах массовой информации? Конечно, к этим процессам нельзя применить термин «реклама» в современном его понимании. Фактически перед нами коммерческая реклама, с целью продажи определенного товара, но в таком рекламировании еще нет самосознания рекламной индустрии, как самостоятельного социокультурного института.

В античности можно выделить такой вид рекламы, как «из уст в уста».

В средние века можно увидеть стремление к профессионализации рекламы. Например, появление такой профессии, как герольд (стационарный зазывала). Конечно, нельзя не сказать о роли первых печатных станков, с появлением которых появляется так называемая печатная реклама.

XIX – XX века технического прогресса. Новые изобретения, такие как фото - и кино - индустрия, радио способствовали развитию новых способов рекламирования. Также XIX век можно назвать – столетием «рекламного бума», которое подарила нам известнейших копирайтеров, чьими концепциями пользуются до сих пор.

Элен Резор(1911) – одна из первых в мире женщин копирайтеров. Впервые использовала эротический подтекст в рекламе. Слоган, который использовался для продажи мыла «кожа, к которой хочется прикасаться » стал не просто популярным в женском обществе, но и

положил начало запуску производства товаров женского пользования.

Теодор Макманус(1915) ввел новый стиль — «атмосферы» или «образа». Активно практиковал эмоциональную аргументацию и использование иллюстрации. Его знаменитая статья для кампании «Дженерал моторс» под названием «Расплата за лидерство» появилась один раз в газете и произвела колоссальный эффект, несмотря на то, что в ней ни разу не упоминались не кадиллак, не фирма.

РеймондРубикам(1919). Ему удалось повысить спрос на продукт, который уже пользовался популярностью. Создал слоган «инструмент бессмертных». В рамках рекламы людям показывали, что многие великие музыканты пользовались именно продукцией Steinway. В 1930 Рубикам один из первых применил метод продвижения своего агентства.

Конечно, реклама не обошла стороной и табачные изделия. Не было в 20-е годы человека, который не знал бы верблюда «СAMEL» или же ковбоя «MARLBORO», как и не было женщин, которые бы не мечтали об идеальной фигуре вместе с «LUCKYSTRIKE».

Агентство - «N. W. Ayer&Son» (1913).Верблюд Джо марки «СAMEL» признан самым узнаваемым рекламным персонажем. О появлении табачных изделий данной фирмы потребитель узнал из интригующих слоганов, которые появлялись в газетах раз в неделю, подкрепленные фотографиями верблюдов. Верблюды». «Верблюды идут». Завтра в городе верблюдов будет больше, чем в Африке и Азии вместе взятых!». «Сигареты „Верблюд“ уже здесь!».

Джордж Хилл (1920) использовал желание женщин «похудеть легким путем» и разработал слоган, который действовал на сознание слабого пола со сто процентной отдачей. «Лучше выкурить сигаретку, чем съесть конфетку». К сожалению, данный рекламный ход привел к серьезному заблуждению о «полезности» курения для фигуры, которое живо до сих пор.

Лео Бернетт (1924). Ему предстояло сделать Marlboro сигаретами для настоящих мужчин, хотя изначально эта фирма была женской. Бернетт успешно справился с этой задачей, сделав Marlboro самым продаваемым в мире табачным изделием.

Аллен Оделл (1925). Впервые предложил использовать щиты вдоль дороги, как средство рекламы. Так в 1925г. на обочинах американских дорог на определенном расстоянии друг от друга появились красно-белые вывески, которые содержали в себе легко запоминающуюся рекламу в стихотворной форме.

Фрэнк Робинсон (1931)- создатель формулы рекламы (непринужденное общение + семейная идиллия + отдых = успешная реклама) и слогана «Люди всех полов, слоев и возрастов пьют Соса-Сола» ХэдденСандблом (1931) - создал образ Санта-Клауса, который воспринимается населением, как истинный.

Ида Розенталь (1949).Изучив учения Фрейда, который говорил о тайном желании женщин продемонстрировать своё тело, создала рекламу нижнего белья. Слоган данной фирмы: «Мне снилось, что я ходила по магазинам в белье от Maidenform».

Дэвид Огилви (1951). Сумел привлечь внимание клиентов с помощью необычного элемента (повязки на глаз). А также использовал еще юношеское желание мужчин – стать пиратами. Продажи выросли в несколько раз, а реклама стала одной из самых узнаваемых в США.

Россер Ривз (1952). Создатель концепции УТП (Уникальное Торговое Предложение) - присвоение товару уникальных свойств, способных выделить его среди аналогов.

Уильям Бернбах (1959). Создал рекламу, которая противоречила установленным тогда нормам, чем привлек внимание покупателей (превратил маленькие недостатки в достоинства). Его реклама была проста, необычна, честна, убедительна и с юмором. Так его знаменитая реклама «жука» для «Volkswagen» покорила сердца молодых американцев.

Джон Скалли (1964). Создал рекламу, которая была направлена на определенную возрастную категорию, а именно тинэйджеров. Он показывал в своих рекламных роликах о возможности выбора между сосаcola и persi, в которых делал акцент на том, что лидер продаж давно устарел.

Ричард Аведон (1970).Построил успех своей рекламной кампании на скандальном слогане «Знаете, что между мной и Кельвином? Ничего!».

Ридли Скотт (1979). Создал рекламу для знаменитого аромата CHANEL №5 со слоганом «раздели фантазию», которая впоследствии определила дальнейшую политику кампании и направление её рекламных роликов. Знаменитые и успешные женщины в окружении мужчин стали символ кампании Chanel.

ХэлРайни (1984-1985). Создал политическую рекламу для кандидата в президенты - Рональда Рейгана. В период Холодной войны с СССР показывал готовность кандидата, как к мирному соглашению, так и к полному уничтожению. В своих дебатах Рейган часто использовал шутки про СССР, чем и заслужил признание большинства избирателей.

Также Райни использовал такой приём в рекламе, как желание помочь детям в любом из их начинаний (реклама лимонада, в которой тинэйджеры начинают свой бизнес).

Нельзя не упомянуть создателя самого знаменитого рекламного персонажа (кролика Enderizer) ДжейаЧиата (1989) и автора самого узнаваемого логотипа (крыло богини победы Ники) Кэролин Дэвидсон (1988).

Анализируя вышесказанное, мы можем сделать вывод о том, что концепции копирайтеров девятнадцатого века используются и по сей день. Многие ученые высказывают свое мнение о том, что современный потребитель уже не реагирует на старые уловки, а на некоторые «особо приевшиеся» даже раздражается. По моему мнению, старые уловки работают, но требуют глубокого анализа товара и рынка сбыта. Ведь насыщенность рынка девятнадцатого века и двадцать первого не подлежит сравнению. Нельзя не учитывать роль Интернет - ресурса в жизни современного человека. По моим наблюдениям большое влияние на молодого человека оказывает не столько прямая реклама, сколько невербальная. Например, блоги знаменитостей, фотографии. Так какова же роль рекламы в нашей жизни? Я думаю, реклама давно перестала носить только коммерческий характер. Её можно выделить в отдельный мощный институт, с помощью которого можно управлять сознаниями миллионов.

#### **Список использованных источников:**

1. Надежда Франк «Просто сделай это» / Надежда Франк. АСТ, АСТ Москва, Хранитель, 2007.
2. Режим доступа: <http://www.znaytovar.ru>. Дата обращения 07.04.2015.
3. Режим доступа: <http://www.advesti.ru>. Дата обращения 28.04.2015.
4. Режим доступа: <http://www.adme.ru>. Дата обращения 06.05.2015.

*Финансовый университет  
(Краснодарский филиал)  
Научный руководитель:  
Спирина С.Г.,  
канд. юрид. наук, доцент*

## **ПРОБЛЕМА EVENT- МЕНЕДЖМЕНТА В РОССИИ**

Согласно данным портала «Госзакупки», в январе-феврале 2015 года количество тендеров на event-услуги по отношению к аналогичному периоду прошлого года снизилось в 1,5 – 1,7 раза. Генеральный директор продюсерского центра «Событие» Михаил Стручков рассказал о том, чем вызвано такое падение спроса, и что ждёт специалистов в области event и PR в 2015 году.

В данном случае не совсем верно говорить только о снижении спроса. Здесь правильно говорить и о снижении спроса, и о сужении, сжатии рынка. Мы с этим столкнулись уже осенью-зимой 2014 года. Те компании, которые в прошлом году готовы были тратить средства на проведение мероприятий, в нынешнем году соблюдают осторожность, стараются понять, как будет развиваться рынок дальше [1].

Те, компании, которые устраивали грандиозные пиршества для всего коллектива, ограничивались в этом сезоне корпоративами в более узком составе.

Причем, как в смысле приглашенных гостей, так и в смысле приглашенных артистов. Рынок, как известно, развивается циклично. И, по сути, мы увидели повторение – хоть и не в полной мере – ситуации 2008—2009 годов. Растет спрос на качественные недорогие коллективы и исполнителей, но сужается спрос на исполнителей топ-уровня.

Несмотря на эти данные рынок находится в постоянном движении. Более того – конкуренция на рынке возрастает! За январь—февраль 2015 г. тендеров на организацию различных мероприятий проведено – по нашей оценке открытых площадок – более чем на 450 млн. рублей. Это только те тендеры, которые можно отследить по сайтам госзакупок. В реальности данная цифра ещё больше. Но если мы сравним данные госзакупок с прошлым годом, то увидим, что за

январь—февраль 2014 г. сумма была не менее 760 млн. рублей. Как следствие, мы видим, что объем рынка уменьшается.

Пока, к сожалению, очень сложно оценить перспективы 2015 года. Дело в том, что январь и февраль не показательны, и правильно оценивать данные event-рынка минимум по кварталу, а лучше – по полугодю. Наибольшее количество тендеров на организацию event-мероприятий проводятся как раз в начале года. После этого летом отмечается спад. Осенью, с сентября, начинается очередной рост количества тендеров, связанный с торжественными мероприятиями, посвященными подведению итогов работы за год. Не исключено, что в нынешнем году рынок будет более активным с конца лета – начала осени [1].

В условиях пересмотра и сокращения маркетинговых бюджетов коммуникационный и event-рынок начинает становиться сверх конкурентным: растет количество заявок на каждом тендере, расширяются компетенции участников. Конечно, в таких условиях нужно быть максимально активным, необходимо предлагать заказчику максимум креативных идей, стараться делать то, чего не делают конкуренты.

Кто-то чувствует себя немного более уверенно за счет хорошего портфеля заказов, у кого-то есть административный ресурс, другие имеют государственное финансирование, четвертые входят в состав многопрофильных холдингов.

Практически все российские ивент-компании на сегодняшний день понимают, что успешное функционирование невозможно без создания положительного имиджа организации, как у потребителей, поставщиков, так и у своих сотрудников. В этом им помогают сотни и тысячи рекламных и PR-агентств, фирм по организации мероприятий, праздников, тренингов. Однако, среди всего разнообразия инструментов PR, все большую популярность приобретают так называемые Event-мероприятия. Соответственно, и Event-менеджеры становятся более востребованы. Event-бизнес научился грамотно управляться с таким ресурсом как человеческий интеллект, позволяя ему максимально проявлять свои творческие и креативные способности.

Event – мероприятие является одним из наиболее существенных инструментов PR, который направлен на получение не одноразового эффекта, а долговременного процесса в формировании имиджа предприятия, его влияния на общественные интересы и потребности. Это значительный сектор маркетинговых коммуникаций, осуществляемых с помощью организации различных мероприятий. Спектр предоставляемых возможностей Event – мероприятия достаточно широк: от

сообщения сотрудникам, клиентам и контрагентам простой, но необходимой информации, до эффективной презентации бренда, либо какой-то продукции. Масштабы влияния могут быть также различными: в пределах одной фирмы, нескольких компаний, либо распространяться на огромные, порой неисчисляемые, общественные массы.

Любой проект, в том числе и Event-мероприятие, требует грамотного управления. Event-менеджмент включает в себя все действия и меры, которые предусматриваются при планировании, организации, контроле и управлении проектом или событием. Он необходим для того, чтобы это мероприятие было исключительным, особенным. У любого event'а должна быть какая-то «изюминка», «креативная фишка». Речь идет не только об оригинальной идее, но и о донесении ее до потребителя, способе ее подачи – люди должны удивиться. В этом и состоит главное отличие этого инструмента от обычного мероприятия, тренинга, банкета или презентации. Необычность, креативность, уникальность, индивидуальный подход – слагаемые успешного event'а.

Event-менеджмент – это огромный пласт различных действий, которые приходится выполнять event-менеджеру. По сути – это программа управления проектом. Как каждый проект, любое событие имеет начало и завершение. Начинается оно с постановки целей, которые должно решать предстоящее событие, а завершается подведением итогов – были ли достигнуты поставленные цели. В зависимости от поставленных целей выстраивается логистика, драматургия, сценография мероприятия. Затем нанимаются подрядчики и решаются все остальные вопросы.

Каждый раз это новый проект, он не должен иметь аналогов. Но одно неизменно – event-менеджмент: планирование, организация, контроль, проведение.

Все эти составляющие части равноценны. Важна и сама организация проекта – встречи, переговоры. Из всего этого и складывается event-менеджмент.

Растущая популярность event-мероприятий объясняется тем, что они помогают заказчику добиться определенных целей и решить поставленные задачи. Они могут касаться презентации товара или услуги, увеличения их потребления или создания имиджа самой компании.

Мероприятия могут быть деловыми или специальными. Бизнес – мероприятия делятся на две группы: мероприятия внутри компании – тренинги, корпоративные праздники, инсентив-мероприятия, корпоративные конференции и т.д; мероприятия, направленные на работу с

клиентами, партнерами - промо-акции, PR-мероприятия, различные презентации и т.д.

Специальные мероприятия бывают: информативные, облаченные в развлекательную форму; рабочие (семинары, конгрессы); досуговые (концерты, фестивали).

Также event-мероприятия делятся на разовые и мероприятия, имеющие регулярный характер.

Основные обязанности event- компании: разработка сценария мероприятия; разработка концепции мероприятия; поиск места проведения, поставщиков для реализации намеченного плана; подбор ведущих и других участников праздника; оформление места проведения; техническое оснащение; разработка оригинальных номеров программы; обеспечение безопасности; отчетность по мероприятию; аренда транспортных средств; музыкальное оформление; фото- и видеосъемка и др.

Причем, непосредственному планированию мероприятия предшествует глубокий анализ пожеланий клиента, учитываются все особенности, ставятся цели, задачи. От их четкой и грамотной формулировки зависит эффективность всего проекта. В случае если мероприятия будут носить регулярный характер, или заказ сделан на целый ряд event'ов, то требуется еще и проработка стратегии, единой для всех них. Здесь прослеживается прямая связь Event – менеджмента со стратегическим.

Когда заказ предполагает несколько проектов в течение длительного срока, то речь идет о значительном бюджете этих проектов. Возрастают и риски. При организации самого мероприятия event-менеджер прибегает к помощи других специалистов (сценаристов, ведущих, актеров, и многих других). В данном случае, ему необходимо обладать навыками управления персоналом. Знание финансового менеджмента позволят ему грамотно распорядиться бюджетом event-а. Без тайм-менеджмента ему не удастся уложиться в сроки. Многие другие области науки управления также являются неотъемлемой частью повседневной деятельности Event – менеджера. Кроме того, требуются и такие личностные качества, как креативность, исполнительность, организаторские способности, эрудированность, умение доводить начатое до конца, инициативность, активность, умение слушать и слышать (т.к. ему необходимо понять, что именно хочет клиент), воплощать задуманное в жизнь. Для успешной деятельности ему понадобятся наработанные им самим связи, умение быстро находить контакт с людьми.

Все требования к специалистам в Event-индустрии можно разделить на три основные группы: креатив (в т.ч., понимание основ маркетинга и PR, представление о форматах мероприятий, законах режиссуры, обширные познания в музыке, живописи, литературе, кино и других областях культуры); менеджмент: знания в области финансов и маркетинга, понимание основ планирования, умение собирать информацию, составлять планы мероприятия, управлять логистическими процессами, просчитывать риски; технический блок: базовые знания звукового и светового оборудования, создание сценических конструкций, спецэффекты, пиротехника.

Многим людям кажется, что работа организатора проста и единственное, что требуется от него – воображение и креативность. Но не следует забывать, что родившуюся идею еще нужно претворить в жизнь, что получается далеко не у всех организаторов. Более того, некоторые специалисты считают, что креатива в современном Event-менеджменте как раз и не хватает. Рассмотрим, с чем это может быть связано.

Во-первых, из-за сложности организации мероприятий, многие менеджеры забывают о творческой их составляющей. Она отходит на второй план. Достаточно внимания ей уделяют опытные Event'оры или начинающие, но они часто не могут довести ее до реализации.

Во-вторых, праздник ритуален по своей природе. Требуется невероятная фантазия, чтобы не заикнуться на самом ритуале.

В-третьих, ограниченный бюджет заставляет организаторов отказываться от некоторых своих идей, однако именно такие условия могут стать толчком к появлению креативной идеи, требующей решения поставленной задачи при ограниченных средствах.

Кроме того, еще не существует наработанных методик для обучения Event-менеджеров. Для России деловые event'ы – явление относительно новое, но востребованное. По оценкам экспертов, объем рынка event-индустрии в этом году составит около \$ 1,6 млрд., причем большая доля придется именно на деловой сегмент. Спрос, как известно, рождает предложение, и потребителей должен кто-то обслуживать. Между тем, компаниям не так просто найти квалифицированных event-специалистов, ведь их не готовят ни в одном вузе страны. Если для менеджеров по рекламе, пиару существуют отдельные факультеты, специальности, то Event-менеджменту, по крайней мере в России, не обучают. Существуют лишь курсы, но они позволяют получить только общее представление о профессии.

В связи с отсутствием дипломированных специалистов в этой области, должность могут получить соискатели практически с любым

высшим (а иногда и без него) образованием, однако предпочтительным будет диплом специалиста по маркетингу или рекламе. Помимо перечисленных выше в этой статье качеств, безусловно, этот человек должен отличаться высокой стрессоустойчивостью. По подсчетам Event.ru, рабочие сутки event-менеджера на 20 % состоят из телефонных переговоров, на 20% - из работы за компьютером, 20% времени занимают деловые встречи и мероприятия, 10% уходит на поиски новых идей. На «жизнь» остается в лучшем случае около 30%. Очевидно, что выдержать такой ритм сможет не каждый.

Работодатели обращают внимание и на внешность соискателей. Например, на позиции специалистов по поиску спонсоров и PR-менеджеров предпочитают брать милостивых молодых людей со связями в корпоративных кругах.

Таким образом, действительно креативных, интересных event'ов на российском рынке пока еще очень мало. Некоторые фирмы, занимающиеся организацией простых мероприятий под вывеской event'ов только уничтожают само понятие event-менеджмента. Непрофессионализм менеджеров в этой сфере оказывает губительное влияние на развитие направления.

Но существуют и другие проблемы современного российского event-рынка. После анализа мнений специалистов, комментариев на профессиональных форумах, было выявлено следующее.

1. Недостаточное доверие заказчиков, связанное с негативным опытом работы с непрофессиональными event'орами, сильно затрудняет взаимоотношения с организатором.

2. Отсутствие прогрессивной конкуренции в связи с недостаточным количеством добросовестных event-менеджеров.

3. Нет организованного, систематизированного event-рынка, работа основана на рекомендациях и связях.

4. Некорректное поведение заказчиков (неумение сформулировать желаемое, нежелание платить за идеи и т.п.).

5. Отсутствие должного сервиса на рынке. Его предоставляют лишь некоторые агентства.

Event-менеджмент – новое явление для России, поэтому столь обширны и проблемы, связанные с этим рынком. Большое количество сложных, многоплановых проблем неизбежно на начальном этапе. Соответственно, и вариантов их решения может быть множество. Рассмотрим некоторые из них. Агентства и заказчики должны учитывать, что event-менеджер должен обладать рядом специфических характеристик, личностных и профессиональных. А менеджеры, в свою очередь, должны их развивать. К этим качествам относятся:

умение ясно и доходчиво излагать свои мысли; умение активно слушать; способность проникать в суть дела; умение перенимать и творчески развивать идеи; умение выражать критическое отношение; креативность, активность, эрудированность, стрессоустойчивость; коммуникабельность и умение заводить и сохранять контакты; организаторские способности; умение ставить цели и достигать их, навыки принятия решений; навыки менеджмента (желательно, чтобы event-менеджер был знаком со всеми областями менеджмента, будь то стратегический, финансовый менеджмент или управление рисками).

Способность к командной работе – это то, чего, зачастую, не хватает креативным людям. В то время как она позволяет делать выводы, кооперируя совокупный опыт, знания членов команды; появляется взаимное побуждение к действию; совместное достижение цели, как мотив деятельности; деловая критика, позволяющая получить стороннюю оценку, – все это плюсы в пользу командной работы. Однако, при формировании команды, нужно учитывать следующее: состав команды должен подбираться тщательно, в команду должны входить специалисты с различным уровнем подготовки, опытом, даже с разными характерами (но следует избегать конфликтных комбинаций). Необходима специализация. На рынке Event-индустрии в последнее время появилось множество новых компаний, причем немногие из них занимаются истинным Eventing'ом – кому-то просто нравится название, а на деле они производят обычный калькированный, рутинный продукт. Выделиться из общей массы позволит узкая специализация Event-агентства. На Российском рынке уже есть несколько таких компаний. Это может быть специализация на историческом концепте, национальном, танцевальном и т.п.

Необходимо создание единого банка данных поставщиков, специалистов (ведущих, звукорежиссеров, режиссеров, сценаристов, актеров, музыкантов), площадок. А также банка проектов и идей, разумеется, соблюдая авторские права. Попытки создания таких баз данных уже есть – это некоторые сайты сообществ Event-менеджеров, однако они имеют локальный, ограниченный характер.

Черный список. Опять-таки, такие списки создаются, но из-за небольших масштабов, о них не могут узнать все, а проанализировать разрозненную информацию бывает очень сложно. В такие черные списки можно заносить заказчиков, поставщиков, любых специалистов, негативно зарекомендовавших себя, ну и, конечно, самих event-менеджеров (как средство борьбы с негативной репутацией event'оров).

Для борьбы с недоверием клиентов помогут составленные агентством или лично менеджером портфолио с кратким описанием реализованных проектов.

Разработка программ высшего образования по специальности Event-менеджер. Это позволит сократить количество непрофессиональных работников, упростит задачу начинающим, инициативным менеджерам. Использование управленческих техник и технологий. Event-менеджмент остается менеджментом. Поэтому, не следует забывать о финансовых показателях, методах принятия решений, контроллинге, отчетности и т.п.

Необходимо создание честной тендерной системы, т.к. очень часто такие тендеры лишь разрушают идеи, способствуют коррупции и т.п.

Следует научиться работать с обратной связью. Она позволяет оценить работу Event-менеджера, его команды. Можно включать комментарии клиентов в портфолио компании.

Имидж event-менеджера. Это профессионал, уверенный в себе человек, улыбка и подобающий внешний вид – его инструменты. Ему необходимо доверие клиента. Суэта, свойственная работе организатора не приемлема в присутствии клиента. Производство в event-бизнесе – это рождение идеи, ее бережное поддержание и генерирование до творческой концепции, использование отлаженных технологий менеджмента на этапах воплощения идеи в реальный проект. На сегодняшнем этапе развития этого рынка существует множество проблем, однако общие тенденции развития, несмотря на кризис, положительны. Более того, происходит бурное развитие рынка, обусловленное заинтересованностью молодых специалистов (пусть и в других областях) новым неординарным направлением. Интеллектуальный и творческий потенциал, которым обладают отечественные специалисты, позволяет увидеть довольно позитивные перспективы для event-рынка.

#### **Список использованных источников:**

1. <http://www.mediabich.ru>
2. [http://www.event-franshiza.ru/chto\\_takoe\\_event/](http://www.event-franshiza.ru/chto_takoe_event/)
3. <http://partyinfo.ru/ru/index>
4. <http://partyinfo.ru/ru/konferencija=206>
5. <http://www.hrm.ru/kreativ-v-event-marketinge-pochemu-ego-tak-malo>
6. [http://www.rb-edu.ru/library/articles/articles\\_6237.html](http://www.rb-edu.ru/library/articles/articles_6237.html)

## **РОССИЙСКАЯ МОДЕЛЬ МЕНЕДЖМЕНТА**

Российская модель управления базируется на системе ценностных ориентиров народа, вытекающих из его духовности, традиций, культуры и языка. Многонациональный народ России в основе своей имеет общие ценностные ориентиры. Следовательно, философия построения и организации функционирования систем управления обязательно должна исходить из такого фундаментального принципа, как единение и сохранение народа. В основе такого единения лежат духовность, традиции, язык и культура многонационального российского народа.

В настоящее время в России менеджмент, соответствующий мировым стандартам, находится в стадии становления. Насколько длителен временной разрыв в уровнях менеджмента, характеризует высказывание Питера Ф. Друкера, выдающегося американского ученого и практика в области менеджмента: «предприятия и менеджмент в США 50 лет назад были такими же, как российские предприятия и менеджмент в наши дни»[3].

Нельзя не согласиться, в общем, с низким уровнем развития российского менеджмента. Его низкая эффективность представляется фактом. Поэтому так актуально стоит проблема подготовки специалистов в области менеджмента, особенно менеджеров-экономистов в нашей стране.

С точки зрения управления в России условно выделяют три основные модели менеджмента:

Модель «здорового смысла», наблюдаемая, прежде всего в последнем десятилетии XX века, во многих организациях так называемых «новых русских». Большая часть этих «менеджеров» до этого были кем угодно: инженерами, экономистами, юристами, программистами – только не профессионалами в управлении. Хорошо ещё, что бизнес в те годы, был достаточно простым, менеджмент на первой

стадии развития бизнеса тоже был элементарным. Однако по мере роста организаций «здорового смысла» перестало хватать для замещения управленческого профессионализма;

Модель «западной культуры» представлена западными организациями стран зрелой рыночной экономики, работающими на российском рынке. Преувеличивать влияние западной культуры менеджмента на российские организации не следует, но нельзя и не замечать некоторых следов воздействия[7].

Например, коренная реконструкция технологической базы менеджмента, которая произошла за последние годы. На вооружении у современного менеджера – персональные компьютеры, новейшие системы связи, базы данных с удаленным доступом, различные программные средства, Internet.

Наряду с этим, многие организации восприняли и внешние атрибуты западного менеджмента: элегантность, вежливость, хорошую мебель. Но дальше внешней формы и технологического вооружения дело не шло. В последние годы продвижения в сторону собственно западных технологий корпоративного управления, межгруппового взаимодействия пошли быстрее. Менеджмент стран зрелой рыночной экономики заметно повлиял на форму, техническую сторону и оказывает существенное воздействие на культуру российского менеджмента[4].

Модель «традиционных (советских) методов управления» ещё продолжает функционировать в некоторых организациях Российской Федерации.

Современный российский менеджмент больше ориентируется на то, что наша страна взяла курс на проведение рыночных реформ, обеспечивающих свободу и благосостояние граждан, экономическое возрождение государства, прирост важнейших технико-экономических показателей.

Российский менеджмент должен учитывать объективные потребности реформируемой экономики, общества в целом; а также главные, ключевые моменты, применение которых при построении новой системы управления дает желаемый результат окончательного перехода к рыночной экономике и осуществление его с наименьшими потерями для общества в целом и каждого гражданина в отдельности.

В русском управлении доминирует идеология целей над ресурсами. Хочется за короткий промежуток времени достигнуть многого, «догнать и перегнать» конкурента.

Но ресурсы - это своего рода ограничители или лимитаторы любой цели и задачи. Чтобы выполнять реальные цели, нужно считаться

с имеющимися ресурсами. В свою очередь, чтобы ресурсов становилось больше, необходимо обеспечивать достижение реальных целей. То есть это настолько взаимосвязанный процесс, что процесс управления, по своей сути, происходит относительно определения целей (что нужно достигнуть, выполнить) и увязки их с ресурсами (что имеется, чем располагает система

Распределение, дальнейшая децентрализация менеджмента не предполагает полностью отказа от государственного регулирования социально-экономических процессов, происходящих на различных уровнях. Рынок не способен решить многие проблемы, связанные с нуждами всего общества, например, экологической безопасностью, социально-экономическим единством России; осуществлением фундаментальных научных исследований, долгосрочных военных программ[7]

После ознакомления с менеджментом других стран можно выделить несколько правил, которые можно перенять и принять - как руководство к действию в компаниях, фирмах и организациях любого рода деятельности в современной России:

- ✓ перекрестное использование персонала (ведущие специалисты становятся на время агентами по сбыту, продавцами, то есть периодически обязательно лично обслуживают клиентов);

- ✓ использование человеческого фактора (Девиз подобных компаний — «Сначала мы делаем людей, а уже потом - продукцию!»). Служащие должны знать об итогах деятельности своего предприятия, о своем личном вкладе;

- ✓ система временных оперативных рабочих групп для решения конкретных задач. Обычно в подобные группы входит около 7 человек. В них нередко включаются руководители высокого ранга. Поскольку эти люди очень заняты, появляется еще один стимул работать быстро.

- ✓ Такие подразделения существуют от нескольких дней до полугода, в зависимости от поставленной задачи. Членство в них добровольное, формальные инструкции не разрабатывают;

- ✓ инициатива и предприимчивость. Решая, запускать ли в производство то или иное изделие, руководство учитывает, есть ли лично увлеченный поборник новинки. Климат образцовых компаний благоприятствует инициативе и предприимчивости.

- ✓ Существует презумпция невиновности новатора: если кто-то хочет забраковать какой-то проект, то не автор должен доказывать, что идея хороша, а тот, кто выступает против, доказывает ее несостоятельность;

✓ терпимое отношение к неудачам. Даже если поисковая группа не добилась успеха и ее распустили, энтузиаста все равно будут подталкивать к продолжению работы, иногда вместе с помощником. Если дело «созревает» - рабочую группу воссоздают заново;

✓ личный контакт с каждым подчиненным. Хорошие компании намеренно стимулируют неформальное общение своих служащих. На заседаниях общение бывает очень раскованное. Никто не боится высказаться. Все это резко отличается от чопорности и формальности заседаний в обычных компаниях;

✓ никакой дискриминации в отношении служащих. Управляющие зарубежных компаний обычно воздерживаются от немотивированных увольнений, ущемления прав пожилых людей. Нередко используется так называемый принцип «естественного изнашивания». Его суть в том, чтобы не спешить заполнять вакансии, возникшие вследствие естественных причин[6].

Для того чтобы осмысление российского национального стиля управления поставить на реальную научную основу, прежде всего, на мой взгляд, необходимо признать, что в России самобытная национальная модель управления существует, существовала всегда, и на данном историческом этапе, как и всегда ранее, ее особенности определяются спецификой вызовов современного мира.

Она такова, какова она есть, но – как, ни парадоксально - не воспринята и не сформулирована как целостный феномен. При этом очевидно, что стремиться к ее улучшению вовсе не означает пытаться немедленно изменять, имплантируя за неимением лучшего чужеродные элементы иных управленческих моделей - это способно вызвать неоднозначные последствия, но только не улучшить ситуацию[5].

### Список используемых источников:

1. . Бассовский Л.Е. Менеджмент: учеб. Пособие. М.: ИНФРА-М, 2007.
2. Веснин В.Р. Основы менеджмента. М.: Т.Д. «элит-2000», 2009.
3. Сравнительный менеджмент. Учебное пособие / Под ред. С.Э.Пивоварова / . - "ПИТЕР", 2006
4. Латов Ю., Латова Н. Общий аршин для русской души, 2009.
5. Виханский О.С. Менеджмент: учебник / Виханский О.С., Наумов А.И. М.: Экономист, 2006
6. Галенко О.А. Управление персоналом и эффективность предприятий / Галенко О.А., Страхова С.И., Файбушевич О.И. М.: Центр, 2006.
7. Картавый М. А., Нехамкин А. Н. Методологические принципы формирования российского менеджмента //Менеджмент в России и за рубежом, 2006.

## **РОССИЙСКАЯ МОДЕЛЬ МЕНЕДЖМЕНТА**

Нынешнее положение дел в отечественной экономике принято считать если не удручающим, то, как минимум сложным. Санкции стран запада, сильная зависимость от цен на нефть и многолетнее, затяжное падение производства – факторы, прямо скажем, не самые радужные. Если добавить к этому необходимость финансового оздоровления вернувшегося в лоно России Крыма, напряженность в банковском секторе [4, с. 108], так до конца и не удавшееся «свободное плавание» рубля, то складывается весьма невеселая картина.

Но так ли плохо быть в угнетенном состоянии для экономики целого государства? Что ж, история может поведать нам несколько примеров, когда государства со сложностями в экономике сегодня, становились локомотивами мировых финансовых и производственных взаимоотношений завтра. Все что им для этого потребовалось – грамотная экономическая политика с оглядкой на национальные особенности. Переняв такого рода опыт, адаптировав его под российские реалии можно попытаться обратить нынешние сложности в отечественной экономике в свою пользу.

Самыми известными «экономическими чудесами» считаются феномены бурного роста экономик Японии и Германии после второй мировой войны, а ситуация, надо признать, была у них гораздо сложнее нашей. Также можно обратить взор на Южную Корею, что в кратчайшие сроки адаптировала и развила свою экономику в недалеком прошлом.

Итак, если в первой мировой войне Германия практически не пострадала от военных действий, то после второй – от тяжелой промышленности страны мало что осталось, но даже это предстояло отдать союзникам в качестве репараций, остро встали проблемы с жильем. Можно не любить немцев, можно иронизировать над их дотошностью, педантичностью, привычкой «считать копейки», но нельзя отрицать того, что слаженный труд, желание всего народа вырваться

из плена прошлого и построить свое собственное процветание сыграли свою роль в том, что сегодня Германия экономический центр Европы. «Никакая экономическая ситуация не может быть настолько безнадежной, чтобы решительная воля и честный труд всего народа не смогли справиться с ней» - эти слова Л. Эрхарда, произнесенные им в декабре 1945 года, когда Германия еще лежала в руинах, можно было бы поставить эпиграфом к любой книге, посвященной экономической истории Германии послевоенного периода.

Собственно, именно Эрхард сформулировал основные принципы восстановления Германии, командную систему, которая работала при национал-социалистах, он называл «принудительной». Сами принципы звучали так: Принудительная экономика может справляться с поставленными задачами только при строгой ориентированности и жестком контроле, но она никогда не будет эффективной, ей существует только одна альтернатива и зовется она – рыночной экономикой.

Переход от командной системы к рыночной может и должен быть растянут во времени, совершить подобные преобразования в одночасье невозможно, а если пытаться совместить обе системы одновременно, то это приведет, лишь к тотальному краху экономики как таковой.

Сильная денежная единица не есть конечный результат итогового этапа экономических преобразований, не только лишь индикатор здоровья финансовой системы в целом, это фундамент, своего рода отправная точка для привлечения элементов математического моделирования [5].

Государство не просто наблюдатель, оно должно вмешиваться в процесс ведения хозяйственной деятельности, но только с целью защиты и поддержания функционирования свободного рынка, пресекать монополии, регулировать таможенные нормы и т.д.

Социальная функция государства заключается не в том, чтобы «поровну распределять нищету», а прежде всего в том, чтобы обеспечить условия для эффективного производства. Прежде чем что-то распределять, надо это «что-то» произвести. Что же касается самого распределения, то здесь главная задача государства - забота о слабых. Для тех же, кто в силах позаботиться о себе сам, оно обязано создать необходимые условия.

Но не только лишь набором инструкций и убеждений была восстановлена немецкая экономика. Каждый трудящийся должен был понимать, для чего он работает и к чему стремится, иметь уверенность в завтрашнем дне [1, с. 99]. И вот тут на первое место выходит

национальная идея, мысль, которая сидит в умах рядовых граждан, но способствует их высокопроизводительному труду, вот она-то у немцев была. Благодаря ей рабочие шли на заводы – работать без условий и оборудования, но с твердой верой в счастливое завтра.

В 1960-х, когда, казалось, что рост кончился, министром финансов в Германии стал социалист, разумеется, к этому времени национализация экономики была уже невозможна, но вот увеличение роли государственного регулирования ... сработало как никогда лучше, рост продолжился, а меры социалистов были больше похожи на внедрение идей кейнсианства.

Послевоенная Япония предпочла пойти иным путем, осознавая свое большое отставание от мировых экономических и производственных лидеров, новое японское правительство предприняло ряд неочевидных, но более чем эффективных мер:

Государство сохраняет за собой регулирующие надзорные функции в экономике. Полный контроль над оборотом и ввозом иностранной валюты.

Ожесточение таможенного законодательства для стимулирования собственного производства.

Основополагающая поддержка производителя перед продавцом перекупщиком, как в сфере реализации продукции, так и в банковской.

Меры по поддержке малого предпринимательства, направленные на ускоренное создание среднего класса.

Введение и поощрение системы пожизненного найма.

Пресечение группового экономического эгоизма, задание высоких стандартов качества – таможня не пропускала товары, что им не соответствовали [2].

Своего рода третьей альтернативой можно считать историю развития Южной Кореи с 1962г., в этой стране подошли к преобразованиям с помощью, казалось бы, самого очевидного способа – «волевого решения сверху», но и тут были свои особенности:

1. Курс на экспорт и взаимодействие с внешним миром.
2. Общий положительный экономический фон в 60-е и 70-е годы.
3. Жесткое авторитарное регулирование в пользу роста, в ущерб свободам.
4. Небольшие затраты на оборонку.
5. Привлечение западных капиталов и технологий.
6. Конфуцианство, предрасполагающее к труду и патриотизму.

Так как же нам воспользоваться всем этим? Ведение любого бизнеса в России это в первую очередь владение нужным набором

полезных знакомств – не важно насколько хорош Ваш товар или услуга, если у вас нет нужных знакомств или родственных связей – шансы на успех будут невелики.

Эта та самая национальная особенность, на которую следует оглядываться. А в качестве мер развития следовало бы применить коктейль из того, что пользовали все три рассмотренных державы. [3, с. 66].

По мнению автора, нужна пресловутая «указка сверху» – наследие времен СССР, национальная идея, по примеру наших любимых соседей Белорусов, что возвели в абсолют идею «покупайте белорусское», а также поддержка производителей, такая, что их интересы будут важнее интересов перекупщиков, госгарантии, грамотная социальная политика. Эти меры совсем не кажутся нереализуемыми, а в перспективе способн

ы привести Россию к лидирующим позициям в мировой экономике. И нам не придется организовывать системы поставок сырья, ибо в отличие от Японии и Кореи, наша страна не обделена природными ресурсами. Более подходящий момент для масштабных преобразований придумать сложно – во время сильного внешнего давления, очевидных экономических сложностей, гораздо эффективнее будет не сидеть, сложа руки и надеяться что «все пройдет», а воспользоваться открывающимися возможностями.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Буз С.А., Спирина С.Г. Уголовно-правовые средства борьбы с преступлениями в сфере компьютерной информации. Краснодар, 2002.
2. Проблемы формирования эффективной социально ориентированной модели хозяйственного развития России / Под ред. Клейнера Г.Б., Берлина С.И., Константиныди Х.А., Глушкова Ю.О., Голубева С.С., Одинцова Т.Н., Пахомова А.В., Карташов К.А., Мишулин Г.М., Васильева Л.Ф., Успенская С.Н., Баранов Н.С., Маркарян В.Р. Краснодар, 2014.
3. Сайбель Н.Ю., Емтыль Ф.К. Проблемы и перспективы инновационного развития экономики России // В сборнике: Актуальные проблемы экономической теории и практики. Сидоров В.А. Сборник научных трудов. Под редакцией В.А. Сидорова. Краснодар, 2013. С. 63-72.
4. Спирина С.Г., Калайдин Е.Н. Моделирование факторов финансового риска в производственной деятельности экономических субъектов // В сборнике: Актуальные проблемы экономической теории и практики. Сидоров В.А. Сборник научных трудов. Под редакцией В.А. Сидорова. Краснодар, 2013. С. 104-110.
5. Chang H.-C., Demekhin E.A., Kalaidin E. Coherent structures, self-similarity, and universal roll wave coarsening dynamics // Physics of Fluids. 2000. Т. 12. №9. С. 2268-2278.

*Кубанский государственный  
аграрный университет  
Научный руководитель:  
Мудров А. В.,  
канд. экон. наук, доцент*

## **ПРОБЛЕМА УПРАВЛЕНИЯ ДЕЛОВОЙ КАРЬЕРОЙ В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ**

С. Струмилиным в начале XX века было введено такое понятие, как «трудовые ресурсы». Оно обозначало именно ту часть населения, которая имеет требуемые характеристики (например: образование, умственное и физическое развитие и другие) и при этом обладают необходимыми познаниями для осуществления определенной трудовой функции. Кадрами называют социально-экономическую категорию людей, которые как раз характеризует трудовые ресурсы. Необходимо различать понятие «кадры» и «персонал», поскольку под персоналом следует понимать личный состав предприятия в целом либо его группу, обладающую определенными профессиональными и иными характеристиками.

Одним из видов деятельности в области управления является управление человеческими ресурсами. Такое управление характеризуется следующим:

Набором определенных качеств и умений у человека, работающим в этой области;

Реализацией характерных для данной работы функций.

На предприятии такими вопросами занимаются службы по кадрам. Именно они наделены полномочиями: планировать, организовывать, мотивировать, контролировать повышение служебного уровня работника. Повышение зависит от возможностей, потребностей, целей предприятия, а также от способностей, склонностей самого работника.

Люди занимаются планированием своего будущего исходя из своих потребностей и социально-экономических условий. Когда человек устраивается на работу, он преследует конкретные цели, так и предприятие, принимая того или иного человека на работу преследует собственные цели. Поэтому при устройстве на работу человек

должен дать реальную оценку деловым качествам, которыми он обладает, поскольку именно от них зависит его дальнейшая карьера.

Занятие определенной должности на иерархической лестнице должностей – именно в этом заключается главная цель карьеры. Карьера работника на предприятии включает в себя две обязательных составляющих:

Собственный потенциал работника и желание его реализовать

Интерес предприятия продвинуть конкретного работника

Залог успешного процветания предприятия имеется у тех предприятий, которые делают акцент на управлении карьерой своих сотрудников. Все расходы, которые понесло предприятие в связи с планированием карьеры и обучением своих работников следует рассматривать в качестве вложений в повышение их квалификации, а значит в целом в успех всего предприятия.

В управлении деловой карьерой работника принимает участие три субъекта:

- сам работник;
- начальство;
- отдел управления персоналом.

Сегодня принято выделять три метода управления персоналом:

Экономический

Административный

Социально-психологический

Благодаря экономическому методу реализуется функционирование, а также осуществляется развитие предприятия. Главное для данного метода является привлечение трудовых ресурсов на достижение конкретной цели.

В основании применения административного метода лежит власть и нормативное снабжение трудовой деятельности работников. Формы, в которых реализуется этот метод: нормативное воздействие и организационное воздействие.

Для социально-психологического метода характерно применение как социологических, так и психологических методов. Так, например, чтобы оказать воздействие на личность применяются психологические методы, а для того, чтобы оказать влияние на целый коллектив или группу применяются социологические методы.

Необходимость кадрового планирования заключается в соответствии сотрудников целям, преследуемым предприятием. В литературе не сложилось единого понимания предмета кадрового планирования.

Так, некоторые из ученых кадровым планированием называют процесс снабжения предприятия нужной численностью квалифици-

рованного персонала, которое принимается в нужное время и на правильные должности. Многие специалисты из России кадровым планированием называют работу предприятия, направленную на поиск кадров, реализацию соразмерного и постоянного развития сотрудников, расчет его квалификационной и профессиональной структуры, а также установление общей и дополнительной потребности и установление надзора за его применением.

В России остро стоит вопрос о решении проблемы управления деловой карьерой. Успешное управление предприятием сегодня целиком и полностью зависит от формирования и правильного распределения кадров. Зарубежные компании уже давно акцентируют внимание на важности продвижения своих сотрудников по карьерной лестнице, и поэтому много времени отводят именно на управление деловой карьеры. В настоящее время выделяют следующие этапы управления деловой карьерой:

1. Планирование деловой карьеры. Он начинается с даты, когда работник был принят на предприятие. Здесь работник рассматривает свои возможности для дальнейшего карьерного роста.
2. Составление схемы персонального развития карьеры работника. Здесь работник определяет круг тех должностей, которые он может занимать.
3. Воплощение схемы развития карьеры в жизнь. Здесь осуществляется оценка работы сотрудника, его результата.
4. Оценка результативности всего процесса.

Для того чтобы предприятию сформировать систему управления карьерой необходимо выполнить следующее:

Во-первых, создать систему развития карьеры работников (ее основы). Это достигается благодаря созданию хорошей системы общения на предприятии и информированию об открытых вакансиях.

Во-вторых, осуществить, изучив при этом потребности и интересы сотрудников, дальнейшее развитие карьерной системы предприятия. Здесь применяются стимулирующие методы.

Для успеха всего предприятия, программы, связанные с развитием карьеры, должны постоянно предлагаться и быть доступными для развития всех работников без исключения.

Если усилия по развитию карьеры на предприятии сформированы хорошо, то это может предоставить возможность сотрудникам определиться самим в своих потребностях, получить реальные сведения, касающиеся возможности карьерного роста на предприятии.

Подведем итоги, управление карьерой работников – это весьма затратное мероприятие для предприятия. Однако, благодаря этим за-

тратам, предприятие получает конкурентное преимущество перед другими предприятиями, поскольку именно сотрудники являются важнейшим видом ресурсов. В связи с вышесказанным, расходы, понесенные предприятием, следует рассматривать в качестве инвестиций, вкладывающих в будущее предприятия. Управление карьерой работников является одним из главных направлений в работе с сотрудниками за рубежом, теперь необходимо предпринять все возможные меры, чтобы сделать это направление приоритетным в России.

### **Список использованных источников**

1. Брагина З. В. Управление персоналом/ З. В. Брагина, В. П. Дудяшова, З. Т. Каверина.-М.: Кнорус, 2010
2. Кантор В. Экономика предприятия / В. Кантор, Е. Кантор.- Санкт-Петербург: Питер, 2009

*Финансовый университет  
(Краснодарский филиал)  
Научный руководитель:  
Константиниди Х.А:  
канд. экон. наук, доцент*

## **УПРАВЛЕНИЕ РЕАЛИЗАЦИЕЙ МЕГА ПРОЕКТА СОЧИ – 2014**

Олимпиада «Сочи-2014» - важное международное событие не только для России, но и для всего мира.

Реализацию таких мега-проектов, как проведение олимпийских игр целесообразно рассматривать, во-первых, с точки зрения окупаемости и рентабельности непосредственно самого проекта, во-вторых с позиции того создает ли проект условия для ускоренного развития экономики в регионе в постолимпийский период.

Рустём Махмúтович Нуреев - советский и российский экономист, доктор экономических наук разделяет современный олимпийский деловой цикл на три этапа: предолимпийский; непосредственно олимпийский и постолимпийский.

Анализ соотношения экономического делового цикла в рамках олимпийского делового цикла позволяет стране правильно спланировать расходы и доходы, а руководству страны своевременно принять необходимые решения. Проведение Олимпийских игр даёт качественный импульс для развития экономики не только в период подготовки и проведения Олимпийских игр, но и после их завершения. Влияние Олимпийских игр Сочи 2014 на экономику страны имеет как краткосрочный, так и среднесрочный и долгосрочный аспекты.

Проведение XXII Олимпийских зимних игр 2014 года в Сочи дали Российскому бизнесу и экономике в целом эффективный инструмент для развития; предоставили возможность укрепить позитивный имидж, обеспечить позиционирование и продвижение на международном уровне территориальных особенностей и преимуществ с целью привлечения инвестиций; было осуществлено рекламирование ведущих российских компаний и выпускаемой ими продукции.

Итоговые расходы на подготовку Сочи к Олимпиаде 2014 года составили 1,524 трлн. рублей, большая часть из которых пришлась на госкомпании и государство.

Структура расходов:

- обеспечения безопасности
- размещения и питания спортсменов
- организации развлекательных мероприятий
- ограничение движения транспорта и работы промышленных

предприятий

Доходная часть олимпийского проекта складывалась из:

- привлечение спонсоров трех уровней: генеральных партнеров, официальных партнеров и официальных поставщиков игр;
- продажи прав на телетрансляции игр;
- роста потребительского спроса в результате роста туристического потока;
- продажа билетов на спортивные соревнования;
- продажа сувенирной продукции.
- рост количества туристов
- обмен валют
- оборот гостиничного бизнеса

По оценке вице-преьера российского правительства Дмитрия Козака, доходы от зимней Олимпиады в Сочи превысили расходы на 800 млн. рублей.

Мега- проект «Сочи 2014» обеспечил рост в целом ряде секторов экономики в регионе, таких как строительный, транспортный, розничная и оптовая торговля, телекоммуникации и другие.

В результате подготовки к проведению олимпиады удалось построить в Сочи и прилегающей местности Черноморского побережья Краснодарского края практически с нуля спортивную, туристическую, инженерную, культурную инфраструктуру; сформировать существенный гостиничный фонд международного уровня.

Кроме того, согласно исследованиям ЦБ, в краткосрочной перспективе мы получили доходы от Олимпиады 1,5 млрд руб. В долгосрочной перспективе произойдет приток инвестиций в страну и столицу Олимпийских игр, что благоприятно скажется на экономике региона. Более того, уже утверждена программа использования олимпийских объектов: на центральном стадионе на 40 000 мест в Сочи (на котором проводились церемонии открытия и закрытия соревнований) будут проводить спортивные мероприятия (к примеру, чемпионат мира по футболу в 2018 году), а также другие массовые мероприятия, в том числе концерты. Конькобежный центр перепрофилируют

в выставочный центр, из медиа центра сделают торгово-развлекательный центр с гостиницей, а из медиа деревень отель на 324 номера и жилые дома на 4200 квартир. Если говорить о частных инвесторах, то некоторые из них отдали государству свои объекты бесплатно. Уральская горно-металлургическая компания решила безвозмездно передать малую ледовую арену «Шайба» в Сочи на семь тысяч мест.

В результате последующего использования все построенные для Олимпиады объекты окупятся и начнут приносить прибыль, улучшенная инфраструктура уже является большим плюсом, как для данного региона, так и для страны в целом, обеспечивая огромный туристический поток. Большинство экономистов заявляют, что прошедшая олимпиада положительно повлияла на Российскую экономику. Россия в результате проведения сочинской Олимпиады подняла свой авторитет на мировой арене.

Характеристика экономики региона в разрезе основных показателей по итогам 2014 года имеет в целом положительную динамику. Мега-проекты, такие как Олимпиада и строительство трассы Формулы 1 придали дополнительный импульс для развития целого ряда отраслей

В 2014 году в строительной отрасли края сложилась отрицательная динамика в связи с окончанием возведения спортивных и инфраструктурных объектов Олимпиады. Но в то же время растет объем жилищного строительства. Ввод жилых домов по итогам 2014 года увеличен на 19,4 % и составил 1,6 млн. кв. метров (второе место в России после Московской области).

Кубань традиционный лидер по объемам сельхозпроизводства не только в ЮФО, но и в России (1 место). 7% от общего объема производства в стране (динамика 2%, по России 1,5%)

Курорты и туризм обеспечили турпоток - 12,3 млн. человек (рост обеспечен во многом за счет Олимпиады и Формулы 1)

Транспортный комплекс - рост на 38 % (за счет наращивания перевалки газа, нефти и нефтепродуктов трубопроводным транспортом, а также рост пассажиропотока ж/д и авиа транспортом).

Промышленность - по объемам промышленного производства (почти 280 млрд. рублей в 2014 году) край занял 1 место в ЮФО, опередив традиционных лидеров Ростовскую и Волгоградскую области (введение второй и третьей очереди электрометаллургического завода, наращивание производства нефтепродуктов).

Валовой региональный продукт - 1,6 трлн. Рублей (с положительной динамикой роста 105,9% к 1,51 трлн. рублей в 2013 году).

Объем инвестиций в основной капитал в 2014 году составил - 693,2 млрд. рублей (снижение к 2013 году вследствие завершения олимпийских объектов). Край занял пятое место в рейтинге регионов России. Если рассмотреть данный показатель без учета олимпийских объектов динамика положительная. Номинальная заработная плата по итогам 2014 года составила 25,7 тыс. рублей (самый высокий в ЮФО), а уровень регистрируемой безработицы составил 0,7 % (город Краснодар - 0,4%) от численности экономически активного населения (традиционно один из самых низких в стране).

Подводя итог, необходимо отметить, что, несмотря на все положительные эффекты размещения международных спортивных объектов в регионе, существует высокий риск нагрузки на региональный бюджет в связи с высокими расходами на содержание объектов. Поэтому уже сейчас региональным органам власти Юга России необходимо разрабатывать новые ориентиры инвестиционной политики и формировать новые проекты развития территорий для того, что избежать подобных рисков после проведения Чемпионата мира по футболу - 2018. Россия великая страна, с устойчиво развивающейся экономикой, олимпиада Сочи 2014, отличный, правильный ход. Страна отнеслась к ее подготовке очень серьезно, о чём свидетельствуют высокие результаты и достижения как в культурно- спортивных мероприятиях, так и в развитии экономики региона.

#### **Список использованных источников:**

1. «Издержки и выгоды олимпийских игр» Р.М. Нуреев, Е.В. Маркин (Статья опубликована в журнале «Общественные науки», 2010)
2. Нуреев Р.М. Теория общественного выбора, ГУ-ВШЭ, 2005
3. Sochi 2014 Candidature File, Sochi, 2006
4. [www.olympic.ru](http://www.olympic.ru)

*Финансовый университет  
(Краснодарский филиал)  
Научный руководитель:  
Зинченко Н.В.,  
канд. экон. наук, доцент*

## **ИНВЕСТИЦИИ В ЧЕЛОВЕЧЕСКИЙ КАПИТАЛ В УСЛОВИЯХ ЗАМЕДЛЕНИЯ ТЕМПА ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА**

За четверть века, прошедшие с начала рыночных преобразований, России удалось существенно укрепить свои позиции в мировой экономике. В 2008 г. подушевой ВВП России был выше уровня 1998 г. в 3,7 раза, а 1990 г. — в 2,14 раза. Россия поднялась по объему ВВП на 7-е место, а по ВВП на душу населения с 1998 г. к 2008 г. — с 78-го на 47-е место в мире. Однако в течение этого периода России так и не удалось в достаточной мере отойти от архаичных форм организации общества, связанных с отношениями господства — подчинения, или порядка «ограниченного доступа» в концепции Д. Норта. В конце концов, эти отношения, неизменно воспроизводясь, стали ограничивать возможности для перехода к новой стадии экономического развития, опирающегося в большей степени не на доступ к нефтегазовой и административной ренте, а на рост производительности и эффективности.

Пробуксовка этих процессов привела к тому, что на рубеже 2012–2013 гг. замедление роста производительности труда охватило большинство секторов экономики, и даже начавшаяся в отдельных отраслях оптимизация избыточной занятости не может переломить общего тренда. Необходимые для модернизации и технологического обновления инвестиции частных компаний второй год подряд не вносят практически никакого вклада в общую динамику инвестиций. При этом иницируемые и одобряемые государством инвестиционные проекты не в состоянии заполнить возникающие пробелы в экономике и обеспечить вовлечение частных инвестиций на партнерской основе. Напротив, роль архаических отношений господства — подчинения в организации экономических процессов еще больше задокументируется.

В то же время перед лицом радикального замедления деловой

активности и ресурсного сжатия в сфере оплаты труда развиваются процессы, меняющие всю систему трудовой мотивации, сложившуюся в 2000-е годы. Во-первых, радикальный сдвиг уровня зарплат в сферах образования, здравоохранения, науки, культуры относительно других секторов при всех недостатках реализации этого проекта имеет, наконец, все шансы стать необратимым и обеспечить со временем привлечение хороших кадров. В условиях низких темпов роста и растущих ресурсных ограничений работодатели в небюджетных секторах экономики теряют возможности повышать зарплаты высокими темпами вслед за бюджетниками. Подобные структурные изменения, если будут закреплены, постепенно создадут условия для перехода массовых групп наемных работников от ренториентированной мотивации, сложившейся в 2000-е годы, к производительной. В свою очередь, у работодателей в условиях дорогого, но качественного предложения труда появится стимул больше инвестировать в трудосберегающие и высокопроизводительные технологии. Появление больших групп хорошо оплачиваемых квалифицированных работников создастся также необходимым условием выстраивания полноценной системы инвестиций в человеческий капитал, опирающейся на собственные заработанные (а не свалившиеся в виде нефтяного дождя) доходы и личную ответственность за свое настоящее и будущее. Бюджетная консолидация после кризиса 2008–2009 гг. в России завершилась уже к 2011 г. В 2013 г. федеральный бюджет был сведен с минимальным дефицитом и в целом в 2012–2013 гг. бюджетная политика в первую очередь была направлена на достижение макроэкономической стабилизации. Вместе с тем вступившее в силу с 2012 г. бюджетное правило обладает выраженным контрциклическим эффектом только по отношению к рискам, связанным с возможным падением цен на нефть. По отношению к изменениям темпов экономического роста, связанным с иными факторами, оно скорее работает проциклически (ухудшение ожидаемой динамики ВВП требует сокращения плановой динамики расходов, и наоборот). Общий уровень расходов бюджетной системы в 2011–2013 гг. был достаточно стабильным (36–37% ВВП), однако в условиях замедления темпов экономического роста увеличилась доля обязательств, приходящихся на региональные бюджеты, что привело к их разбалансированности, резкому увеличению дефицита и долга.

Ключевые параметры проекта Бюджетной стратегии предполагают, что, как в ближайшие годы, так и в долгосрочной перспективе, динамика доходов бюджетной системы будет отставать от динамики ВВП из-за относительного сокращения нефтегазовых поступлений

при сохранении относительно стабильного уровня налоговой нагрузки на нефтегазовый сектор экономики. При условии соблюдения бюджетного правила это означает постепенное снижение общей величины расходов бюджетной системы относительно ВВП (таблица 1).

**Таблица 1** – Основные параметры бюджетной системы, % ВВП

	2013	2014	2015	2016	2020	2025	2030
Доходы	35,7	35,5	35,0	35,1	34,0	33,1	32,3
В том числе федеральный бюджет	19,15	18,5	18,3	18,3	16,5	15,8	15,1
Расходы	36,8	36,6	36,4	35,8	34,1	33,2	32,1
В том числе федеральный бюджет	19,61	19,0	19,3	18,9	16,6	15,7	15,0
Дефицит (-)/ профицит (+)	-1,2	-1,1	-1,5	-0,7	-0,2	-0,1	0,1
В том числе федеральный бюджет	-0,46	-0,5	-1,0	-0,6	-0,2	0,1	0,1

Источник: Оценки для консервативного сценария долгосрочного прогноза Минэкономразвития.

Несмотря на ожидаемое сокращение уровня расходов федерального бюджета относительно ВВП, зависимость финансирования его расходов от нефтегазовых поступлений в ближайшие годы остается высокой (рисунок 1). При сохранении цен на нефть на уровне около 100 долл./барр. Возможности для сбережения нефтегазовых доходов практически отсутствуют.

В условиях нарастающих ресурсных ограничений бюджетные инвестиции в человеческий капитал остаются 315 едофинансированными. Согласно проектировкам Минфина России, содержащимся в Основных направлениях бюджетной политики на 2014–2016 гг., а также в рассматривавшихся вариантах Бюджетной стратегии, при прочих равных условиях возможности бюджетного финансирования расходов на образование в ближайшие годы не выйдут за пределы 4% ВВП, а на здравоохранение — за пределы 3–3,5% ВВП, что ниже не только уровней развитых стран, но и стран Восточной Европы и совершенно недостаточно для полноценного развития этих сфер.

Можно выделить следующие основные причины такого положения — нерешенные проблемы несбалансированности краткосрочных и долгосрочных целей социальной и бюджетной политики, смещенные приоритеты бюджетных расходов, проблемы разграничения ответственности федерального бюджета и регионов, а также разграничения ответственности бизнеса и населения за финансирование инвестиций в человеческий капитал.



**Рисунок 1** – Нефтегазовые ресурсы федерального бюджета, % ВВП

Источники: Минфин России; оценки НИУ ВШЭ.

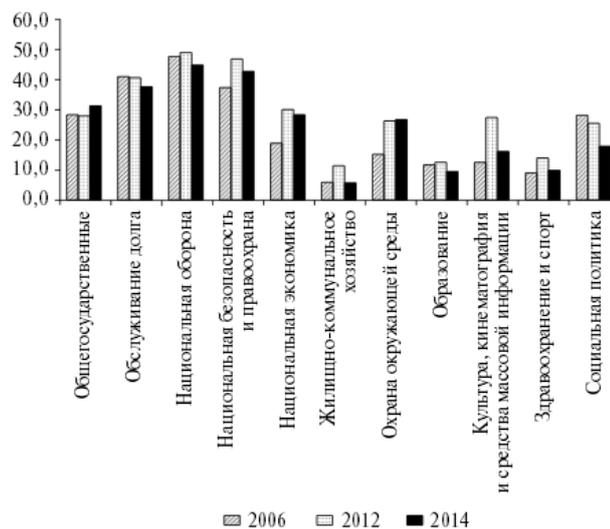
Краткосрочные и долгосрочные цели социальной бюджетной политики. Проведенное в 2012–2013 гг. повышение зарплат в бюджетной сфере было мотивировано в большой степени политическими и социальными, т.е. краткосрочными целями. Далекое не всегда такое повышение сопровождается началом процессов кадрового обновления и повышением требований к квалификации и качеству работы, поскольку это может стать поводом для недовольства. Тем не менее, очевидно, что без реального перехода на принципы «эффективного контракта» невозможно добиться долгосрочных эффектов, связанных с повышением отдачи от инвестиций в человеческий капитал. Приоритеты бюджетных расходов. Бюджетный маневр, разработанный экспертами Стратегии — 2020 и предполагавший изменение приоритетов бюджетных расходов в сторону финансирования образования, здравоохранения и инфраструктуры в обмен на растягивание на более длительный срок реализации программы вооружений, ограничение расходов на правоохранительные органы и поддержку предприятий, так и не был реализован и, вероятно, откладывается на неопределенный срок, поэтому выделения необходимых объемов средств для инвестиций в человеческий капитал в рамках консервативной бюджетной стратегии ждать неоткуда.

Ответственность федерального бюджета и регионов. В 2012–2013 гг. расходы на повышение зарплат в бюджетной сфере до уровня «эффективного контракта», приходящиеся на субфедеральный уровень, были профинансированы из федерального бюджета на треть от необходимого объема, что привело к возникновению проблемы «нефинансируемых» мандатов. По итогам 2013 г. 15 регионов практически исчерпали возможности финансирования растущего дефицита за

счет заимствований, другие в условиях ухудшающейся динамики доходов были вынуждены сокращать расходы на материальное обеспечение и инвестиции, в том числе и в сферах образования и здравоохранения. На наш взгляд, смягчение проблемы нефинансируемых мандатов в условиях стагнации/ рецессии, не связанных с падением цен на нефть, требует усиления контрциклической политики федерального бюджета, в первую очередь в отношении совокупных объемов предоставляемой регионам помощи. Что же касается системного решения проблемы — здесь нельзя обойтись без привлечения дополнительных доходных источников.

Ответственность бизнеса и населения. Обострение перечисленных выше бюджетных проблем делает необходимым повышение ответственности бизнеса и населения за сферы инвестиций в человеческий капитал. Необходимо сказать, что в условиях вялой экономической активности относительное сокращение бюджетных доходов не может быть компенсировано повышением налоговой нагрузки на сектор корпораций, хотя определенные резервы повышения налогов сохраняются, например, в газовой отрасли. Имеются возможности привлечения дополнительных ресурсов крупных компаний для финансирования отдельных социальных программ, однако в целом при низких темпах экономического роста в бизнесе будут преобладать тенденции к сокращению издержек. На самом деле с учетом распределения конкретных направлений доходов и расходов по уровням бюджетной системы нефтегазовые поступления примерно наполовину обеспечивают финансирование расходов на силовые структуры, в то время как до 90% расходов на образование и здравоохранение уже финансируется за счет налогов, уплачиваемых гражданами и предприятиями в региональные бюджеты и фонд обязательного медицинского страхования. Единственным направлением социальных расходов, в финансировании которого нефтегазовые поступления продолжают играть существенную роль (20–30%), являются расходы на выплату пенсий

(рисунок 2).



**Рисунок 2** – Вклад нефтегазовых поступлений в финансирование отдельных направлений расходов бюджетной системы, %

В меньшей степени иждивенческие настроения граждан объясняются тем, что реально осознаваемая налоговая нагрузка на их заработки до сих пор ограничивается 13%-ным подоходным налогом. Хотя суммарная налоговая нагрузка в России не является чрезмерной, большая часть обязательств по уплате налогов и других обязательных платежей приходится на работодателей, в том числе обязательства по уплате социальных отчислений от фонда оплаты труда вместо работников [4].

На наш взгляд, в перспективе нескольких лет повышение ответственности населения за формирование ресурсов систем образования, здравоохранения, пенсионной системы является неизбежным, в том числе через повышение роли частного софинансирования услуг в этих сферах. База для этого сформирована благодаря быстрому росту зарплаты и доходов населения в предыдущие годы. Повышение нагрузки на население может быть социально приемлемым при условии сохранения в будущем положительной динамики доходов.

Параллельно с этим стоило бы, наконец, начать постепенный перенос налоговой нагрузки с работодателей на работников (в обмен на повышение зарплаты). Это, с одной стороны, позволило бы добиться повышения ответственности работников за уплату налогов и готовности мотивированно следить за эффективностью расходов и качеством услуг, предоставляемых в бюджетном секторе. С другой стороны, работодатели получают, по крайней мере, субъективное снижение уровня налоговой нагрузки.

Это также означает, что попытки государства добиться выхода из тени и уплаты налогов будут в меньшей степени направлены на предпринимательский сектор, и тем самым станут меньше угнетать

его экономическую активность.

### **Список использованных источников:**

1. Капелюшников Р.И. Производительность труда и стоимость рабочей силы: как рождаются статистические иллюзии. Препринт WP3/2009/01. М.: Изд. Дом ГУ ВШЭ, 2009.

2. Капелюшников Р.И. Производительность и оплата труда: немного простой арифметики. Препринт WP3/2014/01. М.: Изд. Дом ВШЭ, 2014.

3. Российская экономика на повороте [Текст] : докл. К XV Апр. Междунар. Науч. Конф. По проблемам развития экономики и общества, Москва, 1–4 апр. 2014 г. / Н. В. Акиндинова, Я. И. Кузьминов, Е. Г. Ясин ; Нац. Исслед. Ун-т «Высшая школа экономики». — М. : Изд. дом Высшей школы экономики, 2014.

4. Берлин С.И. Воспроизводство человеческого капитала как фактор эффективной деятельности предприятий туристского комплекса Краснодарского края // Современная научная мысль. 2015. № 2. С. 101-109.

## **МЕНЕДЖМЕНТ РИСКОВ НАЦИОНАЛЬНОЙ ПЛАТЕЖНОЙ СИСТЕМЫ РОССИИ**

В настоящее время сложилась ситуация, когда наше государство сделало шаг вперёд к созданию своей национальной платёжной системы. Решающим фактором этого действия стали санкции, использованные Соединёнными Штатами Америки против Российской Федерации. В связи с этим к разработке российской национальной платёжной системы предъявляют высокие требования, такие как четко сформированная нормативно-правовая база, [3, с. 133] отлаженная система бесперебойности в работе с финансовыми транзакциями, обеспечение безопасности и своевременности платёжных операций для пользователей платёжных карт и другие.

В связи с этим выходит на первый план проблема аналитического системного подхода к оценке и управлению рисками российской национальной системы платёжных карт и модернизации всей платёжной системы России.

В качестве объекта исследования выступает национальная платёжная система Российской Федерации. Предметом исследования являются экономические отношения, возникающие в процессе формирования и функционирования платёжной системы Российской Федерации.

Цель данной работы заключается в анализе рисков национальной платёжной системы России как важного элемента регулирования денежного обращения.

В общепринятой практике оценки рисков существует 3 метода оценки рисков: качественный, количественно-качественный и количественный. Ввиду невозможности явного измерения показателей рисков, определенных качественно, перейдем к их оценке количественно-качественным способом. Для количественно-качественного анализа рисков используем метод экспертных аддитивных моделей.

[2, с. 472]. Он предполагает определение состава параметров оценки, их весовых коэффициентов и оценку с использованием взвешенной суммы, на основе значения которой выносится решение о степени риска. Данный способ применим в условиях неопределённости, как в рассматриваемом случае, и позволяет ранжировать и отбирать наиболее значимые риски на ранних этапах анализа.

На первом этапе необходимо составить список рисков, которые, на наш взгляд, могут иметь наибольшее влияние на работу платёжной системы (таблица 1)

### Риски в формировании национальной платёжной системы России

№	Наименование риска
Валютные риски	
1	Риск потерь из-за изменения курса рубля к валютам, с которыми работают крупнейшие мировые платёжные системы: VISA, MasterCard, JCB и UnionPay (к американскому доллару, евро, японской йене и китайскому юаню соответственно).
Риски операционных расходов	
2	Изменение законодательства, регулирующего деятельность платёжных систем
3	Мошеннические действия сотрудников или контрагентов, обеспечивающих работу платёжной системы
4	Искажение финансовой отчётности
5	Ненадлежащая организация рабочей деятельности
6	Невыполнение третьими лицами своих обязательств
Технологические риски	
7	Риски безопасности проведения операций и хранения данных
8	Недостаточная квалификация сотрудников
9	Выход из строя оборудования
Стратегические риски	
10	Риски потери деловой репутации и потери клиентов
11	Ошибки регулирования деятельности

Рассмотрим анализ приоритетности рисков с использованием коэффициентов рисков:

$$Pr = Im * P$$

где  $Pr$  – приоритет риска,  $Im$  – коэффициент влияния риска (от 1 до 3, 1 – минимальное, 2 – среднее, 3 – максимальное),  $P$  – возможная частота возникновения риска (также по шкале от 1 до 3, 1 – минимальное, 2 – среднее, 3 – максимальное). Автором было организовано интервьюирование 37 респондентов на предмет расстановки

коэффициентов для выбранных рисков. Также был проведен опрос трех экспертов: ведущих специалистов Краснодарского отделения ЦБ РФ и банка ВТБ, занимающихся реализацией принятых поправок в закон «О национальной системе платёжных карт». Каждому эксперту, независимо друг от друга, было предложено оценить коэффициенты влияния рисков и возможные частоты их возникновения для каждой возможной рискованной ситуации в таблице 1. Оценивание экспертами проходило в 2 этапа:

1 Оценка по первоначальным данным. Расстановка значений каждого коэффициента на начальных этапах исследования проблемы по результатам обработки опросов студенческой аудитории. Коэффициент достоверности для этих оценок избран равным 30%.

2 Последующая оценка с анализом первичной информации. После изучения теоретической части исследования, бесед и интервьюирования экспертов в области реализации и внедрения программы национальной системы платежных карт России. Этим данным в нашей модели соответствует достоверность 70%.

Оценки каждого эксперта были обработаны с помощью табличного процессора Microsoft Office Excel, средствами которого проводился дальнейший анализ. Случайным образом (при помощи встроенной в Microsoft Office Excel функции «СЛЧИС») были выбраны 3 респондента, данные которых вошли в исчисление результатов 1 итерации. После первых двух итераций оценивания был применен метод определения интегральной оценки с весами 30% и 70% для коэффициентов, полученных в результате 1 и 2 итерации соответственно. Во время четвертой итерации, полученные ранее коэффициенты приоритета риска были усреднены для каждого из обозначенных рисков. Проранжировав риски по шкале от 1 до 11 (по убыванию степени риска), были получены следующие результаты (таблица 2)

### Ранжирование рисков национальной платежной системы

№	Наименование риска	Ранг
7	Риски безопасности проведения операций и хранения данных	1
1	Риск изменения курса рубля к USD, EUR, JPY и CHF	2
8	Недостаточная квалификация сотрудников	3
11	Ошибки регулирования деятельности	4
9	Выход из строя оборудования	5
3	Мошеннические действия сотрудников или контрагентов, обеспечивающих работу платёжной системы	6
6	Невыполнение третьими лицами своих обязательств	7
2	Изменение законодательства, регулирующего деятельность платёжных систем	8
10	Риски потери деловой репутации и потери клиентов	9
4	Искажение финансовой отчетности	10
5	Ненадлежащая организация рабочей деятельности	11

Таким образом, методом экспертно-аддитивных моделей в качестве наиболее значимых для НПС России были выявлены риски безопасности проведения операций и хранения данных [5, с. 53], а также риск изменения курса отечественной национальной валюты к американскому доллару, евро, японской йене и китайскому юаню. Для последнего проведем количественный анализ. Одним из наиболее распространенных подходов к количественному анализу рисков выступает метод Value-At-Risk (далее VaR). Необходимым элементом расчёта VaR является оценка ковариаций и последующий расчёт волатильностей и коэффициентов корреляции интересующих случайных величин (логарифмов темпов роста курсов валют) [1, с. 42]. Далее были получены курсы американского доллара, евро, японской йены и китайского юаня за период с 1.04.2014 по 1.04.2015. Ежедневные курсы валют за указанный период были введены в табличный процессор Microsoft Office Excel. На основе данных о

курсах валют был произведен расчёт логарифмов ежедневных темпов роста. Логарифм темпа роста курса валюты характеризует интенсивность изменения валютного курса и является случайной величиной, распределение которой в данной методике предполагается близким к нормальному. На следующем этапе нами были проведены расчеты волатильности курсов указанных валют при помощи встроенной в Microsoft Office Excel функции «ДИСП» и извлечения из полученных данных квадратного корня (таблица 4).

Посредством меню «Корреляция» были рассчитаны матрицы корреляций (таблица 5).

Волатильность курсов (к российскому рублю)			
Курса USD	Курса EUR	Курса JPY	Курса CHF
0,021184353	0,020828678	0,021784734	0,021103642

Матрица корреляций ежедневных изменений курсов валют

	<i>Курс USD/RUB</i>	<i>Курс EUR/RUB</i>	<i>Курс JPY/RUB</i>	<i>Курс CHF/RUB</i>
Курс USD/RUB	1			
Курс EUR/RUB	0,969122	1		
Курс JPY/RUB	0,97336	0,96445	1	
Курс CHF/RUB	0,99846	0,971719	0,973567	1

Коэффициент корреляции характеризует степень взаимосвязи двух случайных величин: чем он ближе он по абсолютной величине к единице, тем сильнее взаимосвязь, чем ближе к 0 – тем связь слабее. Положительный коэффициент корреляции свидетельствует о том, что при росте (падении) одной величины другая, коррелирующая с ней, величина также растёт (падает), а отрицательный коэффициент корреляции свидетельствует о том, что при росте (падении) одной величины другая, отрицательно коррелирующая с ней, падает (растёт). Наивысшая корреляция (0,99846) наблюдается между изменением курса валют USD/RUB и CHF/RUB, что говорит об их сильной взаимосвязи и позволяет предположить с высокой степенью достоверности, что курсы американского доллара и китайского юаня изменяются схожим образом.

Согласно формуле расчета VaR, значение этого коэффициента равно произведению волатильности курса данных валют, объему денежной массы, подверженной риску и коэффициента 1,65 [4, с. 11]. Вычисленные таким образом коэффициенты риска VaR приведены в таблице 6. При помощи функции «РАНГ» в MS Excel проранжируем их в порядке убывания значения.

**Таблица 6-Коэффициенты риска VaR**

	Курса USD/RUB	Курса EUR/RUB	Курса JPY/RUB	Курса CHF/RUB
VaR	0,03495 418	0,0343 67	0,0359 45	0,034821
Ранг риска	2	4	1	3

Коэффициент достоверности для вычисленных по такой методике VaR составляет 0,95, поэтому с 95% вероятностью можно доверять спрогнозированным рискам. Наибольший риск, среди представленных в нашей работе валют, для НПС России представляют расчеты в японских йенах ( $VaR=0,035945$ ), а наименьший – в евро ( $VaR = 0,034367$ ). Это означает, что при проведении операций за год в объеме 1 млн. российских рублей, из-за изменений в курсе йены к рублю существует риск потери 35 940 рублей.

В результате проведенных исследований мы выяснили, какие риски наиболее сильно влияют на функционирование платежной системы в России. Такими оказались риски безопасности проведения операций и хранения данных и риски изменения курсов американского доллара, евро, японской йены и китайского юаня к рублю. Таким образом, наиболее рискованными можно считать международные операции с японской йеной, а наименее рискованными – с евро..

## Список использованных источников:

1. Калайдин Е.Н., Спирина С.Г. Формирование факторов финансового риска и их оценка в деятельности экономических субъектов // Финансы и кредит. 2014. № 24 (600). С. 36-44.
2. Сайбель Н.Ю., Руснакова В.Н. Преграды развития электронного бизнеса в России // В сборнике: Феномен рыночного хозяйства: от истоков до наших дней. Материалы II-ой Международной научно-практической конференции, посвященной памяти известного ученого и крупного организатора экономической науки Юга России доктора экономических наук, профессора А.Ф. Сидорова. Краснодар, 2014. С. 472-480.
3. Сорокожердьев В.В., Константиныди Х.А., Спирина С.Г. Новые возможности социохозяйственной модернизации на постсоветском пространстве: экономико-правовые аспекты // Экономическая наука современной России. 2015. №1 (68). С. 131-134.
4. Спирина С.Г. Оценка финансовой устойчивости предприятия в контексте финансовой устойчивости банка // Российский экономический интернет-журнал. 2015. №1. С. 11.
5. *Спирина С.Г., Нагучев М.М.* Перспективы финансовой кооперации использования национальной платежной системы Российской Федерации // Финансовая аналитика: проблемы и решения. 2015. №10 (244). С. 50-59.

*Финансовый университет  
(Краснодарский филиал)  
Научный руководитель:  
Попова А.С.,  
канд. экон. наук, доцент*

## ***СИСТЕМЫ МАТЕРИАЛЬНОЙ И НЕМАТЕРИАЛЬНОЙ МОТИВАЦИИ ТРУДА В ОРГАНИЗАЦИИ***

Практически в каждой организации существует крайне неэффективная система мотивации, которая не дает возможности учитывать и поощрять индивидуальные достижения сотрудников.

Для организаций станет целесообразным разработать Положение о премировании, которое сформирует премиальную систему, позволяющую учитывать индивидуальные достижения каждого сотрудника, имеющую четкий характер и не будет вызывать осложнений при практическом применении [2, с.99]. Положение о премировании обеспечит наличие четких ответов на вопросы относительно показателей и условий премирования, периодичности премирования, размеров премий, источников выплаты премий, круга премируемых работников. В целях реализации задачи учета вклада каждого сотрудника в общее дело, требуется введение индивидуальных показателей деятельности. Кроме того, необходимо в Положении зафиксировать право руководства на снижение размера премий либо полное ее лишение, основанием чего станет:

- факты нарушения нормативов, невыполнения требований по технике безопасности;
- установленный факт прогула, чем также является отсутствие на рабочем месте более четырех часов в течение рабочего дня без уважительных причин.
- Оптимальным вариантом для организаций станет создание Положения о премировании в формате локального нормативного акта. По нашему мнению, в нем должны найти отражение следующие элементы: виды премий, которые вводятся; сотрудники, которым начисляется премия; размер премии; частота или периодичность начисления; показатели труда, необходимые для получения премии; случаи, предусматривающие лишение работника премии, его пределы.

Чтобы достичь стимулирования нужного уровня эффективности нужно предполагаемую схему материального стимулирования дополнить посредством адекватных социально-психологических мер стимулирования. В частности, нами предлагается использовать индивидуальный подход к формированию социального пакета.

Персонал организации следует разделить на следующие категории: сотрудники, руководители среднего уровня, высшее руководство. Каждая категория также была поделена на три уровня градации, в зависимости от стажа работы, таким образом, чтобы каждый новый уровень предполагал увеличение стоимости социального пакета. Структура социального пакета предполагает формирование двух составляющих частей: базовой и переменной. Базовая составляющая предоставляется всем штатным сотрудникам организации независимо от их выбора. При этом базовая часть должна составлять не менее 60% стоимости всего социального пакета.

Переменная составляющая – часть социального пакета, индивидуально определяемая непосредственно каждым сотрудником. В зависимости от размера базового уровня устанавливается стоимость переменной составляющей социального пакета для каждой категории работников, опираясь на стаж и категорию должности, после чего определяется стоимостное выражение каждой предоставляемой льготы.

Тем самым сотрудник вправе индивидуально выбирать льготы в зависимости от своей категории и стажа работы на предприятии, но не более установленного лимита стоимости переменной части социального пакета. В целом, предложенные изменения позволят повысить производительность труда персонала, поскольку это будут меры по совершенствованию управления персоналом посредством стимулирования интенсификации труда и повышения его качества и результатов. Кроме того, будет обеспечена заинтересованность сотрудников в сохранении рабочего места и увеличении стажа работы в компании, благодаря оптимальному социальному пакету.

Прежде чем приступать непосредственно к внедрению инноваций в мотивации, необходимо заручиться поддержкой высшего руководства и руководителей структурных подразделений (таб.1).

**Таблица 1-Роли участников процесса внедрений\***

Наименование должности	Описание роли участника проекта
Директор	руководитель и координатор работы по проекту
Заместитель директора	разработка и описание регламентов и положений по мотивации менеджеров по продажам
Менеджер по кадрам	организация работы с персоналом, подготовка регламентов новых процессов в системе мотивации
Главный бухгалтер	финансовый анализ, прогноз бюджета, оценка и планирование источников финансирования

*\*авторская разработка*

Еженедельный контроль выполнения поставленных планов и задач – важный этап внедрения новых бизнес-процессов, который позволит оценить произошедшие изменения в динамике и своевременно произвести необходимые корректировки. Этапами проекта по внедрению инноваций в мотивации представлены на рисунке 1.



**Рисунок 1- Этапами проекта по внедрению инноваций в мотивации\***

\*авторская разработка

Предполагаемое время на внедрение нововведений – не более 1 месяца.

Также с помощью предложенных решений будут обеспечены гибкая реакция на возможные изменения во внешней ситуации, ориентация трудового коллектива на достижение необходимых для организации результатов, создание обстановки, способствующей увеличению индивидуального вклада каждого работника в общий результат. Безусловно, в первую очередь предлагаемые меры положительным образом отразятся на экономических результатах деятельности организации[1, с.162].

Основная часть дохода наемного работника - это заработная плата.

Переменная часть (доплаты) имеет черты поощрительных форм материального стимулирования, являясь формой вознаграждения за дополнительный результат труда или эффект, полученный на конкретном участке работы. Доплаты получают только те работники, которые участвуют в достижении дополнительных результатов труда. В отличие от тарифа, доплаты не являются постоянным и обязательным элементом заработной платы.

Надбавка к заработной плате – денежные выплаты сверх зарплаты, стимулирующие работника к повышению квалификации, профессиональных навыков и длительному совмещению трудовых обязанностей.

Компенсации – это денежные выплаты, которые устанавливаются с целью возместить работникам затраты, связанные с исполнением ими трудовых или иных обязанностей, предусмотренных федеральным законодательством.

Премирование – это важнейшее направление материально-денежного стимулирования. Премия стимулирует особые повышенные результаты труда. Ее источник - фонд материального поощрения. Премия – это одна из важнейших составных частей заработной платы. Целью премирования является улучшение конечных результатов деятельности, которое выражается в определенных показателях.

Главной характеристикой премии как экономической категории служит форма распределения по результату труда. Премия - это личный трудовой доход.

Механизм премирования является совокупностью взаимосвязанных элементов, для которого обязательными составляющими являются условия применения премирования, показатели премирования, источник и размер премии, круг премируемых.

В качестве ключевого метода экономического стимулирования труда персонала предлагается использовать метод индивидуального премирования, которое начисляется по результатам работы. В разделе Положения о порядке расчета премии стоит отразить обязательные условия премирования, а также базовый размер премии, который будет установлен по выполнению конкретного показателя премирования. Организация может представить следующее материальное стимулирование:

- премии за выполнение объемных показателей;
- поощрительные выплаты разового порядка;
- надбавка за напряженность, сложность, высокое качество работ.

Оценку эффективности труда работников организации можно производить с точки зрения целей (задач) деятельности соответствующих функциональных подразделений.

Поэтому руководителю любой организации необходимо четко представлять, какой результат он хочет получить, и осознавать, обеспечивает ли реально этот результат используемый стимул.

#### **Список использованных источников:**

4. Исследование процессов формирования, функционирования и развития рынка услуг/ Айдинова А.Т., Попова А.С.// TerraEconomicus. 2009. Т. 7. № 4-3. С. 161-164.

5. Попова А.С. Особенности организации малыми и средними формами предпринимательской деятельности. Попова А.С. В сборнике: Наука и образование в XXI веке сборник научных трудов по материалам Международной научно-практической конференции: в 34 частях. 2013. С.98-100.

*Спирина В. А., Герасимова А.Г.*

*Средняя образовательная  
школа №71 МОУ Краснодар  
Меликсян Л.А.,  
учитель высшей категории*

## **МОДЕЛИРОВАНИЕ МАРКЕТИНГОВЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ ТУРИСТИЧЕСКИХ ПОТОКОВ В КРАСНОДАРСКОМ КРАЕ**

Перспективы системного проведения маркетинговых исследований туристических потоков в Краснодарском крае значительно возросли. Актуализируется проблема моделирования туристических потоков и с появлением Крымского курортного кластера [3, с. 176]. Органами власти стали создаваться различные программы по усовершенствованию санаторно-курортного и туристского комплекса [4, с. 133].

На Кубани установлено 460 объектов туристского назначения, которые активно используются для посещения туристами, кроме этого, более 17 тыс. памятников, в том числе: архитектуры – 1 198, археологии – 12 900, истории – 2 261, монументального искусства – 675.

Авторами проведено исследование на основании анкетирования 224 туристов, занимающихся рекреацией и культурным туризмом на территории г Сочи (с поселками), г. Туапсе, городов Анапы и Геленджика и г. Ейска Краснодарского края.

Большая часть курортов сосредоточена именно в Краснодарском крае и этому существует немало причин:

- 1) соседствуют сразу два теплых моря (Черное и Азовское),
- 2) климат теплый и мягкий,
- 3) наличие гор, роскошный растительный мир.

Все это делает отдых в Краснодарском крае поистине незабываемым, и потому люди сюда едут со всех концов страны. На большей части края климат преобладает умеренно-континентальный, на территории от Анапы до Туапсе – полусухой средиземноморский, а на юг от Туапсе больше преобладает влажный субтропический климат. **Краснодарский край** может предложить туристам многое: пляжный отдых, купание в море, горнолыжные курорты, увлекатель-

ные экскурсии, знакомство с большим количеством достопримечательностей.

Структура туристского потока на протяжении последних лет остаётся неизменной, четверть отдыхающих размещается в организованном секторе (гостиницы и специализированные СР), остальная часть туристов размещается в неорганизованном секторе [2, с. 281].

По имеющимся статистическим данным, экспертным оценкам и расчётам можно сделать вывод о дальнейшем активном развитии туризма в Краснодарском крае. Так, согласно в частности к 2020 г. планируется увеличение туристского потока до 18 млн. чел., большая часть – 12,5 млн. чел. – от неорганизованного сектора. Количество КСР вырастет до 1600 – 1700 предприятий.

Согласно анализа данных анкетирования и интервьюирования туристов авторы, провели с использованием компьютерной программы «Анализ данных» на факультативном курсе «Компьютерное моделирование» анализ данных об объеме туристических потоков, построили две линейные модели с учетом приведенных в «Стратегии развития санаторно-курортного и туристского комплекса Краснодарского края до 2020 г.» прогнозов до 2020 г. и без их учета.

Использование представления фактического потока туристов в виде модели возможно благодаря полученному коэффициенту корреляции между годами и объемом туристического потока, равный 0,898 (достаточно близок к 1, что позволяет проводить более детальный анализ математической связи между данными). Также была построена одна из нелинейных моделей – показательная, наиболее близкая к реальным данным.

В качестве первой модели была выбрана линейная модель с учетом прогноза до 2020 г. и эконометрическим методам, и она имеет следующий вид:

$$Y(1 \text{ Модель}) = -1288755 + 646,8487 * t, \quad (1)$$

где  $t$  – годы;

$Y(1 \text{ Модель})$  – объемы туристических потоков по модели. Отрицательный коэффициент связан со спецификой модели и не имеет экономического смысла.

Вторая линейная модель рассчитывалась без учета прогнозных данных на 2020 г., с помощью программы «Анализ данных»

$$Y(2 \text{ Модель}) = -1262829 + 633,9286 * t, \quad (2)$$

где  $Y(2 \text{ Модель})$  – объемы туристических потоков по модели, отрицательный коэффициент также связан со спецификой модели и не имеет экономического смысла.

В качестве третьей была выбрана показательная нелинейная модель, имеющая в теории следующий вид:

$$Y(t) = a \cdot b^t, \quad (3)$$

где  $a, b$  – коэффициенты показательной модели.

Для решения данной задачи перед применением программы «Анализ данных», были получены следующие значения:

$$\ln(a) = -135,658; \ln(b) = 0,0721.$$

Проводя обратные преобразования, найдем значение величины  $a$  и  $b$ , как экспоненциальную функцию от логарифма, получаем показательную модель:

$$Y(t) = 1,215 \cdot 10^{-59} \cdot 1,0748^t.$$

Коэффициент  $a = 1,215 \cdot 10^{-59}$  достаточно малая величина. Тем не менее, когда число 1,215 возводится в степень  $t$ , являющейся величиной временного периода (годы: 2002-2014), и при произведении полученного выражения на коэффициент  $a$ , то результат действий соответствует реальным данным объемов туристических потоков [5, с. 29].

Динамики объемов туристических потоков Краснодарского края по трем моделям (двум линейным и показательной) отражены в таблице 1. В ней же расположены по годам объемы туристических потоков (в тыс. чел.), а также значения, полученные по трем моделям, соответствующих формулам (1), (2), (3).

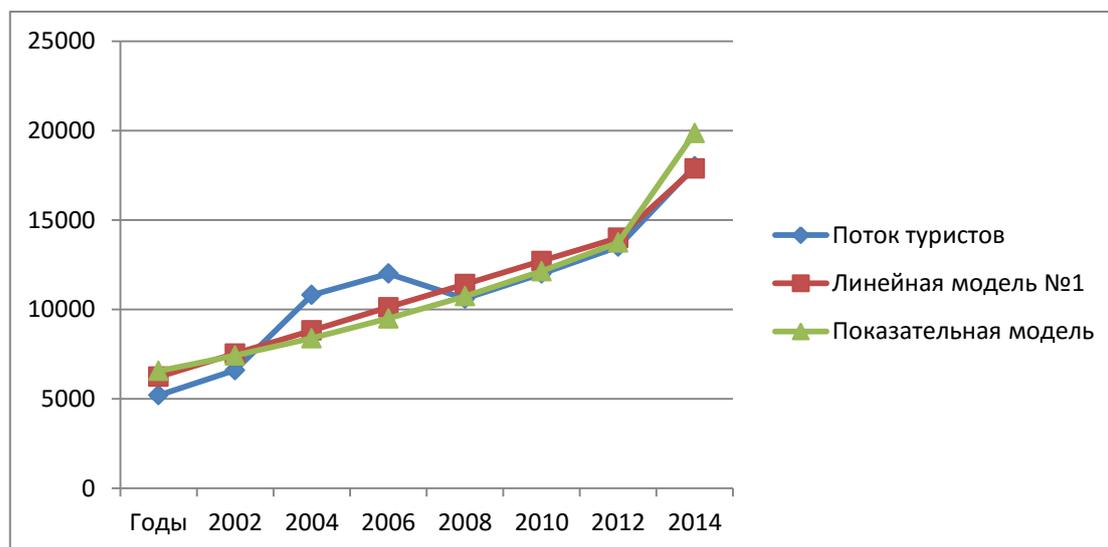
Анализ относительных отклонений показал наличие устойчивой тенденции в полученных моделях и возможности использования их моделирования оказания качественных туристических услуг в Краснодарском крае.

**Таблица 1-**Динамика и прогноз туристических потоков в Краснодарском крае с 2002-2014 гг.

Годы	Туристический поток, тыс. чел.	Линейная модель 1 (Туристический поток)	Линейная модель 2 (без учета прогноза 2020г.)	Показательная модель
2002	5200	6236,134	6296,43	6242,20
2004	6600	7529,832	7564,29	7210,84
2006	10800	8823,529	8832,14	8329,78
2008	12000	10117,23	10100	9622,37

2010	10600	11410,92	11367,9	11115,53
2012	12000	12704,62	12635,71	12840,39
2014	13500	13998,32	13903,57	14832,91

На рисунке 1 наглядно показано фактическое изменение объемов потока туристов и динамика по моделям с 2002 года по 20124 год с интервалом два года.



**Рисунок 1** - Объемы туристических потоков с 2002-2014 г. на территории КК

Авторами также были рассчитаны относительные отклонения моделей от реальных данных по объему туристических потоков.

При расчете использовалась следующая формула:

*Относительное*

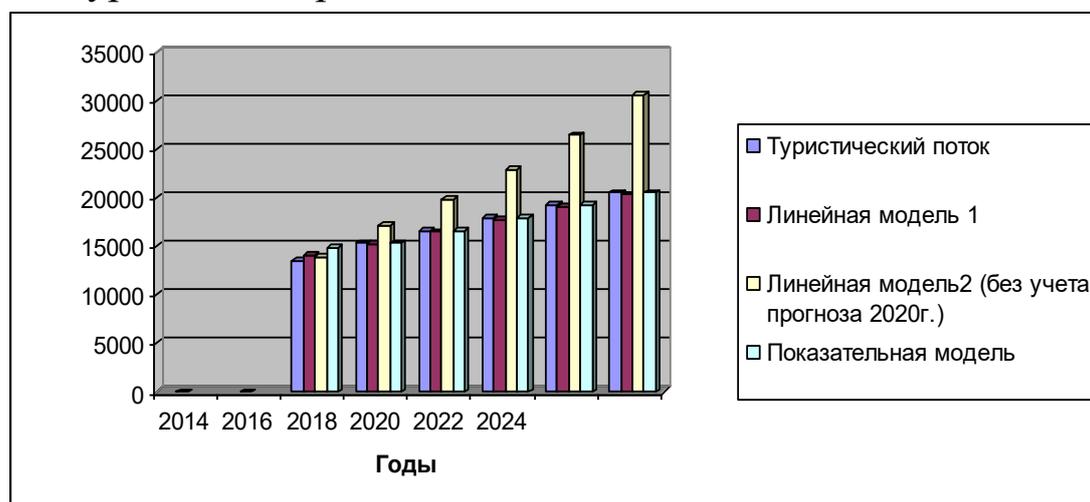
$$\text{отклонение} = \left| \frac{\text{Фактическое значение} - \text{Значение по модели}}{\text{Фактическое значение}} \right| \times 100\%.$$

По моделям (1)-(3) были проведены расчеты и анализ прогнозных значений объемов туристических потоков, которые посетят Краснодарский край с период с 2015 по 2024 годы. Прогнозные значения на более длительный период не имеют смысла в связи с тем, что тенденции могут быть оценены более точно другими математическими функциями по новым эмпирическим данным.

**Таблица 2-Прогноз туристических потоков в Краснодарском крае с 2015-2024 годы (тыс. чел.)**

Годы	Туристический поток	Линейная модель 1 (Туристический поток)	Линейная модель 2 (без учета прогноза 2020г.)	Показательная модель
2015	14396,01	14584,88	15519,10	14621,39
2016	15292,02	15171,43	17134,62	15292,02
2018	16585,71	16439,29	19793,5	16585,71
2020	17879,41	17707,14	22864,98	17879,41
2022	19173,11	18975	26413,07	19173,11
2024	20466,81	20242,86	30511,74	20466,81

По данным таблицы 2 построена наглядная диаграмма прогноза объемов туристов в период с 2015-2024 годы.



**Рисунок 2 - Прогноз объемов туристических потоков на территорию Краснодарского края на 10 лет (2015-2024 г.)**

Анализ данных, приведенный в таблицах 1-3 показывает, что ожидается стабильный рост туристов на территорию Краснодарского края и республики Адыгея, и этот рост основан не только на природно-климатических условиях нашего края, но и на созданной, на его территории инфраструктуре, качестве дорог (например, трасса М4 «Дон»).

По нашему мнению, проведенный анализ состояния и динамики туристического рекреационного комплекса, проведение прогнозных значений в объемах будущих потоков туристов в Краснодарском крае позволяет обобщить результаты исследования и предложить некоторые рекомендации.

В связи с вышеизложенным, авторы предлагают для улучшения работы туристического и рекреационного кластеров следующие рекомендации:

1. Необходимы дифференциация и специализация здравниц с последующей разработкой и утверждением по группам типового положения и стандартов услуг: восстановительная клиника, санаторий, санаторий-профилакторий, оздоровительный комплекс, пансионат, курортная гостиница, курортная поликлиника.

2. Для улучшения результативности продвижения курортно-туристского продукта следует шире развивать интеграцию санаторно-курортных учреждений и турбизнеса в развитии оздоровительного туризма, в процессе реформирования каналов сбыта. [1, с. 186]. Сюда необходимо отнести проблемы достижения целевых сегментов, привлечения отечественных и зарубежных туристов, прежде всего в лечебный сегмент.

3. Использование элементов математического моделирования позволит распределить выделенные на развитие туристического кластера федеральные и муниципальные ресурсы, прогнозировать потоки и объемы финансов в данной сфере.

#### **Список используемой литературы:**

1. Берлин С.И., Петров Д.В., Богдашев И.В., Адаменко А.А. Стратегические приоритеты развития предпринимательства в Краснодарском крае // Экономика и предпринимательство. 2014. №11-4 (52-4). С. 182–187.

2. Константириди Х.А., Сутаева П.А. Развитие субрегиональных систем в южном макрорегионе России // Terra Economicus. 2008. Т. 6. №3-2. С. 279–282.

3. Сорокожердьев В.В., Константириди Х.А., Бугакова Н.П. Экономико-правовые аспекты реализации стратегии модернизации России и достижения целей эффективного развития // Экономическая наука современной России. 2014. №3 (66). С. 173–177.

4. Сорокожердьев В.В., Константириди Х.А., Спирина С.Г. Новые возможности социохозяйственной модернизации на постсоветском пространстве: экономико-правовые аспекты // Экономическая наука современной России. 2015. №1 (68). С. 131–134.

5. Спирина С.Г. Методология оценки финансовой устойчивости в региональном туристическом бизнесе // Региональная экономика: теория и практика. 2015. №18. с. 23–31.

*Финансовый университет  
(Краснодарский филиал)  
Научный руководитель:  
Сорокожердыев В.В.,  
канд. экон. наук, доцент*

## **ОРГАНИЗАЦИОННО-УПРАВЛЕНЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ПОЛИТИКИ РОС- СИИ**

Экономическая политика - совокупность мер и действий, реализуемых государством, для решения поставленных целей, задач развития на основе интересов страны и с идеологической парадигмой.

Экономическая политика имеет определяющее значение для сохранения и развития экономики и социума в целом.

В Послании Президента РФ Федеральному собранию 12 декабря 2012 г. были намечены определенные цели преобразования экономики: ее деофшоризации и демонополизации, обновления промышленности, создания механизмов долгосрочного кредитования производственной деятельности, усовершенствования налогово-бюджетной политики, развития экономической интеграции на постсоветском пространстве

Кроме того, были намечены задачи, касающиеся повышения уровня и продолжительности жизни населения, увеличения абсолютного и относительного уровня экономической активности (выход России в первую пятерку стран мира по объему), снижения безработицы, выхода экономики на инновационный путь развития. Актуальность вышеперечисленных целей остается и по сей день.

Социально-экономические проблемы, порожденные кризисом 1990-х гг., в настоящее время требуют к себе серьезного внимания и эффективного решения. Как известно, в стране существует значительное социальное неравенство, ощутимый разрыв в уровне, а также в качестве жизни различных слоев общества, присутствует всепроникающая коррупция.

На наш взгляд, в связи с уменьшением масштабов бедности и социального неравенства необходимо предпринять следующие меры:

- повысить прожиточный минимум до уровня действительной стоимости стандартной потребительской корзины и анализ ее содержания с

учетом реальной структуры потребления, при необходимости – ее изменение;

С 2013 года стоимость ПК возросла, однако, крайне незначительно. Для трудоспособного населения – на 200 рублей, для детей – 250 и на пенсионеров – 411 руб. Так как ПК утверждена на последующие 5 лет, в 2015 году не планируется ее изменение, однако в связи с нестабильной ситуацией в стране, на наш взгляд, необходимо пересмотреть ее состав.

- увеличить минимальный размер оплаты труда;

За последние годы МРОТ увеличился незначительно, так, в 2012 году он составлял 4611 рублей, в 2013 – 5205 руб., 2014 – 5554 руб. С 1 января текущего года МРОТ возрос до 5965 руб. На конец 2014 года минимальная заработная плата составляла менее 67% прожиточного минимума.

Предполагалось, что уже к середине 2015 года МРОТ должен увеличиться, достигнув 85% прожиточного минимума, однако в связи с обвалом рубля и ростом инфляции на данный момент это не предвидится.

- более эффективно содействовать занятости для той части населения, которая хочет и может работать, всячески стимулировать создание новых рабочих мест, помогать развитию малого бизнеса;

На апрель нынешнего года, по словам главы ведомства Максима Топилина, замедляются темпы роста регистрируемой безработицы. На тот момент количество официально безработных составляло примерно 1 млн. человек. По сравнению с прошлым кризисом уровень безработицы уменьшился втрое, в настоящее время он составляет 1,3%, а тогда – 3%.

- ввести черты относительной бедности, с помощью которой легче контролировать действительную ситуацию в стране;
- ввести прогрессивную шкалу налогообложения, а также налоги на богатство и роскошь, что, в результате, способствует сокращению неравенства в уровне доходов населения и увеличению налоговых поступлений в бюджет.

Таким образом, такие показатели, как ПМ, минимальная ЗП и потребительская корзина, занимают главенствующую роль в 2015 году.

Известно, что реализация успешной экономической политики возможна лишь в том случае, когда будут использоваться в совокупности меры и инструменты, которые образуют механизм государственного воздействия на экономики и к которым относятся фискаль-

ная, налоговая, денежная, социальная, внешнеэкономическая политика и др.

Каждый из вышеперечисленных инструментов выполняет собственную роль и действует в комбинации с остальными.

Направления экономической политики достаточно разнообразны по своему содержанию и их можно классифицировать по таким признакам, как: сферы экономической жизни (сельское хозяйство, транспорт, торговля, строительство), длительность (долго -, средне - и краткосрочные), политическая и социально-экономическая значимость [3].

Основополагающими направлениями экономической политики, непосредственно определяющиеся государством, являются:

1. структурно-отраслевая политика, нацелена на значительное преобразование структуры народного хозяйства, обеспечение уравновешенного развития экономики, техническое улучшение производства с помощью достижений науки и технологий, а также мотивирование развития тех областей, которые способствуют конкурентоспособности отечественной продукции и рост благосостояния населения;

2. инвестиционная политика направлена мобилизацию денежных ресурсов, необходимых для инвестиционной деятельности и на увеличение эффективности капиталовложений.

3. политика институциональных преобразований направлена на изменение отношений собственности, осуществление приватизации и национализации производственных фондов, развития различных форм собственности, поддержку и защиту всех форм хозяйствования со стороны государства и устранение любой противозаконной экономической деятельности;

4. ценовая политика ориентирована на определение и установление цен на различные товары и услуги, а также на обеспечение стабильность оптовых и розничных цен;

5. антимонопольно-конкурентная политика нацелена на создание благоприятной и комфортной конкурентной среды для хозяйствующих субъектов, обеспечение их взаимодействия, пресекая ту ситуацию, которая не допускает проявлений дискриминации и доминирования одних субъектов над другими, прежде всего в сфере монопольного ценообразования, а также способствует росту эффективной социально направленной экономики;

6. бюджетная политика, в первую очередь на текущий год нацелена на обеспечение стабильности бюджетной системы РФ, а также направлена на рациональное использование денежных государственных ресурсов, на оптимальное формирование доходов ресурсов, кон-

тролирование государственного долга и обеспечение социальной справедливости при перераспределении национального дохода.

По состоянию на 01.03.2015, по данным Федерального казначейства, основную часть расходов федерального бюджета занимают расходы на национальную оборону – 42,6%, на социальную сферу расходуется также значительная часть финансовых средств – 20,8%, гораздо меньше денежных ресурсов было выделено на национальную экономику и национальную безопасность и правоохранительную деятельность – 9,1% и 8,5% соответственно. Объем внешнего государственного долга Российской Федерации стремительно растет с 2009 года; тогда он составлял 39,5 млрд. долл., а на март 2015 года – 54,3.

7. налоговая политика, которая в условиях экономической нестабильности нацелена на усиление налогового контроля, а также на более тщательный выбор налогоплательщиков для выездных проверок, на мониторинг эффективности вводимых льгот.

8. денежно-кредитная политика, главная цель которой - обеспечение народного хозяйства экономически необходимым объемом денежной массы, и которая направлена на мотивирование использования кредитных ресурсов на нужды функционирования и развития экономики;

9. валютная политика, направленная на установление и поддержание паритетного курса национальной валюты по отношению к иностранным валютам, стимулирование роста государственных валютных резервов и их эффективное использование.

10. внешнеэкономическая политика, которая регулирует взаимоотношения российских хозяйствующих субъектов с иностранным и защищает национальный рынок и отечественного производителя товаров и услуг. В связи с санкциями Запада за последний год у России появилась возможность расширения рубля в расчетах, поддержки отечественных производителей, деофшоризации, импортозамещения.

Прежде всего, экономическая политика России должна опираться на мировой опыт хозяйствования других стран, выбирать наиболее эффективный путь существования и развития. Так, на наш взгляд, Россия должна брать пример с Китая.

Например, Китай прикладывает все усилия, чтобы снизить свою зависимость от экспорта, в результате этого наблюдается внутренний спрос на собственную продукцию. Также уменьшает уровень разрыва между регионами, смягчая при этом социальную напряженность, увеличивает уровень заработной платы в бедных районах и в каждую деревню проводит асфальтированную дорогу, тем самым улучшая инфраструктуру страны.

Несмотря на то, что Китай за основу взял советскую модель, проанализировав все отрицательные и положительные черты, он создал собственную эффективную экономическую политику, стараясь по максимуму избегать недостатки.

Естественно, являясь социальным государством, согласно статье 7 Конституции РФ, значительная часть расходов федерального бюджета направляется именно на социальную сферу, чтобы обеспечить достойную жизнь населению страны. [1].

Однако, как мы заметили раньше, за первый квартал нынешнего года, большая часть денежных средств выделено на национальную безопасность, но, несмотря на это социальная сфера не осталась без внимания. Так, с помощью грамотного ведения экономической политики можно обеспечить развитие экономики страны, повысить ее благосостояние, улучшить уровень и качество жизни населения.

#### **Список использованных источников:**

1. [www.glazev.ru](http://www.glazev.ru)
2. Конституция РФ – глава 1, статья 7. [1].
- 3/ Берлин С.И., Берлина С.Х., Петров Д.В. Современные тенденции развития российского предпринимательства // Вестник ИМСИТ. 2015. № 1 (61). С. 27.

*Финансовый университет  
(Краснодарский филиал)  
Научный руководитель:  
Сорокожердьев В.В,  
канд.экон. наук, доцент*

## **СОВРЕМЕННОЕ УПРАВЛЕНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: ПРОБЛЕМА СОЦИАЛЬНОЙ СПРАВЕДЛИВОСТИ И ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ**

Если углубиться в историю, станет ясно, что термин «социальное неравенство» произошел с начальных этапов возникновения общества. Обусловленные природой и самой сферой жизни людей, всегда существовало и будет существовать множество форм различий между людьми. В современных условиях социальное неравенство проявляется неоднозначным образом: например, в разном доступе людей к общественным благам, ресурсам. Чтобы подробнее понять зарождение этого термина, на мой взгляд, следует обратиться к понятию «социальная стратификация». Данное понятие ввёл в научный оборот российский социолог и культуролог П.А. Сорокин. В своей работе автор говорит о характеристике экономического расслоения, причем, делая акцент на то, что неважно сформировано общество на основе капиталистических или коммунистических принципах, признано «обществом равных» или напротив. Так же, социолог заостряет свое внимание на три сферы, где видна основная дифференциация: политическая, профессиональная и экономическая. Последняя определяется и регулируется наличием рыночных механизмов и имеет богатую историю, сопоставимую по длительности с историей современного человеческого общества. Ещё в XVI веке Хуаном де Мантьенсо было введено понятие «свободного рынка», «конкуренции» и «справедливой цены». Его идеи развили, среди прочих, Адам Смит, введя понятие «невидимой руки рынка» и «равновесной цены», Альфред Маршалл, сформулировавший закон спроса и предложения и другие. Именно теория свободного рынка обосновывает наличие экономического неравенства в обществе. Современные приверженцы «чистой» рыночной экономики, такие как Милтон, Фридман, Фридрих Хайек, Джон Роулз и другие, основываясь на теории

самоорганизации рынка апеллируют к этическому оправданию свободного рынка на основе морального превосходства автономии и свободы, а также экономической целесообразности теории последствий. Впрочем, теория «чистого» рынка никогда не признавалась бесспорной и единственно верной, у неё имелось и имеется достаточно много противников - Джон Мейнард Кейнс, Мартин Дж. Уитмен и другие сторонники государственного регулирования экономики. Несмотря на противоречивые взгляды на рыночную экономику, получилось так, что в момент начала реформ современной экономики России верх взяла экономическая школа рыночного либерализма. Яркими представителями этой школы явились Е.Гайдар, А.Чубайс, А.Шохин.

Выбор курса именно на либеральные реформы в условиях распада СССР, отсутствия устойчивой государственности и твёрдой власти, послужил причиной существенного экономического расслоения общества.

Кардинальные перемены в российском обществе произвёл фурор радикальных реформ именно в 90-е годы, когда экономика России переживала глубокий спад. Собственно говоря, уровень и качество жизни россиян снизились, а с ним возросло и ярко обострилось социальное неравенство. Сложившуюся ситуацию ожесточили ряд либеральных реформ, проводимых государством.

Результат реформ не заставил себя ждать. В экономике считается, что превышение десятикратной разницы в доходах самых богатых и самых бедных слоев населения является показателем критичного расслоения общества. Нормальная величина децильного коэффициента в социальном государстве не должна превышать шести единиц. В России к началу XXI века десять процентов наиболее обеспеченных слоев населения получали доходы, в 15 раз превышающие доходы десяти наименее обеспеченных. Это только по официальным данным. На практике принято для учёта теневой экономики умножать официальные данные на коэффициент 1,5-2,5. Напомним, что децимальный коэффициент в СССР не превышал 4,1.

Ещё один количественный показатель социально-экономического неравенства - коэффициент Джини (индекс концентрации доходов), характеризующий степень отклонения линии фактического распределения общего объёма денежных доходов населения от линии их равномерного распределения. Величина коэффициента может изменяться от 0 до 100%.

С течением времени, по мере развития государства, в России был взят курс на отказ от «чистого» рынка и часть функций по регу-

лированию была возложена на государственные структуры. Это приводит к постепенному выравниванию экономической ситуации и снижению степени расслоения общества. Хотя и сейчас она остаётся достаточно высокой и крайне неравномерно распределена по регионам. Так, по итогам 2013 года коэффициент Джинни в Белгородской области составил 29% (уровень европейских стран). А в ряде регионов (Тыва, Дагестан, Чечня, г. Москва) - уровень коэффициента достигает 40%. В среднем по России он по итогам прошлого года достигает 37,8%. Так же, что касается Белгородской области, в октябре текущего года планируется образование научно-производственного комплекса по биозащите растений и почвы. Проект успешен с точки зрения продажи продукции и защиты отечественного производителя, т. к. продукция преимущественно импортируется. И в свою очередь, проект предназначен для создания новых рабочих мест, тем самым сокращая уровень безработицы и социального неравенства. Анализ показывает, что любые подходы к организации рынка имеют свои преимущества и недостатки, в том числе с точки зрения соблюдения социального равенства. Рынок в чистом виде повышает экономическую эффективность и динамичность развития общества, но снижает защищённость наиболее нуждающихся слоёв общества, увеличивая социальное и экономическое неравенство. Плановая экономика в крайне заорганизованной форме уменьшает неравенство, но снижает эффективность и тормозит развитие экономики. То есть ни одна из моделей не может быть принята в чистом виде ни с точки зрения эффективности развития, ни с точки зрения социальной справедливости. Конкретная модель экономического развития должна выбираться для каждого конкретного государства и может различаться на разных этапах его развития. Выбор и регулирование такой модели – одна из важнейших задач экономической науки.

#### **Список используемых источников:**

- Российская экономика. Тенденции и перспективы. Институт Гайдара, 2012. 591 с.
- Обществознание: Полный справочник / П.А. Баранов, А.В. Воронцов, С.В. Шевченко, 2014, 542 с.
- Энциклопедический социологический словарь. ИСПИ РАН, 1996.

*Торосян И.Л.*

*Кубанский  
государственный университет  
Научный руководитель:  
Омельяненко А.В.*

## **НЕЙРОМАРКЕТИНГ: ЭТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ПРИМЕНЕНИЯ В КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

Современное состояние общества выдвигает все больше и больше требований к развитию корпоративной социальной ответственности бизнеса.

Обострение экологических проблем, развитие кросс-культурных связей, глобализация экономической и культурной жизни, а также возрастающее осознание человечеством его гуманитарной природы приводят к тому, что к бизнесу предъявляются требования не только и не столько в удовлетворении материальных потребностей, но и потребностей духовных. Одной из этих потребностей все более и более важной для многих людей становится потребность в осознании себя как существа имеющего гуманную природу, человечно относящегося к своим соседям по планете, как людям, так и другим существам: животным, растениям. В какой-то степени можно говорить, что средний уровень потребности человечества стал подниматься по пирамиде Маслоу. И данные потребности должны быть удовлетворены. Это происходит в т.ч. за счет проведения социально-этичного маркетинга.

Обычно под социально-этичным маркетингом понимают, направление, с помощью которого можно предоставлять товары и услуги социально-приемлемым способом.

Многие крупные фирмы начинают подчеркивать социальную значимость своей деятельности: проводят различные акции, отчисляют средства на социально («резонансные») программы, производят продукцию и услуги с помощью социально-одобряемых технологий. Таким образом, они себя позиционируют как социально-ответственных участников рынка.

Создание имиджа социально-ответственной корпорации в своем развитии прошло несколько стадий. В 1970 годы начали говорить о

необходимости социально-ответственного (социально-этичного) маркетинга. Со временем на базе этой идеи возникли разнообразные более узкие направления. В частности, в 1990-х годах концепция маркетинга партнерских отношений (Ян Х. Гордон), в соответствии с которой главный актив компании – это не товары и услуги, а партнерские отношения, т.е. непрерывный процесс определения и создания производителем новых ценностей с индивидуальными покупателями, а затем совместного получения и распределения выгоды от этой деятельности между участниками взаимодействия.

В соответствии с этой концепцией:

-для покупателя создается новая потребительская ценность, распределяемая впоследствии между производителем и потребителем;

-индивидуальные покупатели участвуют в определении ценности, которую хотят получить, т.е. потребительная ценность создается вместе с покупателями;

- в настоящее время компания создает бизнес-процесс, коммуникации и т.п. исходя из желаемой покупателем потребительской ценности.

Характерным примером реализации концепции маркетинга партнерских отношений является компания ИКЕА, ориентирующаяся на низкие цены, демократизм и творческий дизайн.

Другим направлением развития социально-ответственного (социально-этичного) маркетинга является возникшая также в 1990 годах концепция маркетинговых событий (ХэмишПрингл и Марджори Томпсон), стремящаяся ассоциировать компанию или торговую марку с каким-либо социальным событием, явлением или их (аспектом), направленным на взаимную выгоду производителя товаров (услуг) и потребителя. Т.е. концепция направлена на создание методами спонсорства бренда с «человеческим лицом» в сознании покупателя.

Социальная ответственность бизнеса традиционно поддерживается за счет двух типов регуляторов: законодательства и этических норм. Последние представляют собой не обязательные с точки зрения закона, но важные и практически обязательные с точки зрения современного общества, нормы, выполнение которых бизнес берет не себя добровольно.

Как и во многих других сферах деловой жизни, в области социальной ответственности происходит процесс формализации этических норм. Так в настоящее время разработано более 20 различных стандартов нефинансовой (социальной) отчетности, в форматах которых крупные мировые компании публикуют наряду с финансовой свою отчетность о социальных итогах деятельности. Например, со-

циальный отчет компании «Нестле Россия», за 2012-2013 гг. «Создавая общие ценности», представляет из себя 70-страничный буклет, включающий описание истории компании, ее вклада в здоровый образ жизни и охрану окружающей среды, представление ее как ответственного и привлекательного работодателя, ее отношения с обществом и благотворительные акции в российских регионах, в т.ч. и на Кубани.

Имидж той или иной фирмы как применяющий социально-ответственный (или социально-этичный) маркетинг позволяет этой фирме быть более популярной, сохранять большую лояльность потребителей, более легко получать выход на новые рынки, новые группы потребителей. По данным исследований ReputationInstitute, 42% людей готовы доверять, восхищаться и поддерживать компанию именно потому, что у нее высокий уровень корпоративной социальной ответственности[4,с.21].

Можно сказать, что если продаваемый продукт дополняется среди прочих «упаковок» еще и упаковкой «социальной ответственности», это делает его более конкурентоспособным на рынке, где это востребовано. Кстати, существуют еще рынки, где это не востребовано, либо востребовано мало. В основном это рынки в слаборазвитых странах или среди малообеспеченных слоев, где неохотно «платят» за эти «дополнительные функции» товара.

Какими же путями может воспользоваться бизнес? Конечно, это должны быть мероприятия, позволяющие при относительно небольших затратах, охватить большую аудиторию (влиять на мнение большого количества потребителей). Именно поэтому, когда говорят о социально-ответственном маркетинге, вспоминают в первую очередь о благотворительных мероприятиях, различных широкоосвещаемых акциях и т.п.

Однако, кроме этих «внешних» мероприятий, имеющих, конечно, важное значение, есть и, как их можно назвать, «внутренние», «скрытые», которые не менее важны для общества, но не столь им заметны. Обычно они лежат в области технологии работы бизнеса: применяемых материалов, правил использования труда и других ресурсов, способов обработки, методов взаимодействия в процессе разработки, производства, использования и утилизации продукции и услуг.

Рассмотрим, этические аспекты, возникающие в процесс взаимодействия с потребителями товаров работ и услуг, на примере технологии нейромаркетинга.

Нейромаркетинг связан, прежде всего, с возможностью непосредственно исследовать реакции самого мозга на различные раздражители, такие как запах, изображение, звук и т.д. Качественным отличием данного метода является возможность отследить реальные реакции человеческого мозга вне зависимости от того, что об этих реакциях говорит человек. Это позволяет обойти два важных препятствия на пути понимания эффективности тех или иных маркетинговых решений: нежелание опрашиваемого по тем или иным причинам говорить о настоящей реакции (настоящем мнении, отношении) на исследуемый вопрос, а также, что еще более сложно, неосознавание самим человеком его действительного отношения к исследуемому вопросу, его действительно реакции и т.п., т.к. это обусловлено тем, что корни данного отношения, данной реакции лежат вне поля сознания респондента – в его подсознательном.

Таким образом, нейромаркетинг представляет собой новый инструмент, позволяющий отойти от домыслов о том, что творится в сознании, а главное, в подсознании респондента и заменить различные «теории» и «взгляды» конкретными величинами реакции (возбуждения и т.п.) и конкретными координатами (точек головного мозга, где происходят эти возбуждения). Это позволяет не только давать качественные характеристики тем или иным реакциям, но и сопоставлять их по силе и месту локации.

Понятно, что знание истинной реакции человека на те, или иные стимулы, в т.ч. поданные в рекламных и иных материалах, внесенные в дизайн продукции или услуги, позволяет целенаправленно вызывать реакции, желаемые для производителей данной рекламы или продукции. Важным в этом случае является то, что в данном случае эти стимулы будут действовать в обход сознания и человек (потребитель) не будет осознавать истинных причин собственного поведения. Он не будет понимать, что собственно подействовало на его желание приобрести товар, выбрать тот или иной бренд, вообще вспомнить о той или иной истинной или мнимой «потребности».

Так, например, социально-ответственная компания McDonalds является одним из участников нейромаркетинговых исследований. Эта сеть ресторанов использует мозг своих клиентов, чтобы тестировать искусственные ароматизаторы, которые нацелены на возбуждение аппетита у людей.

McDonalds проводил специальное исследование, при котором потребители были помещены в томографы, где была измерена их эмоциональная реакция на новый ароматизатор. Изучалось: как по-

ребитель относится к данному аромату. Выяснилось, что предлагаемый потребителям, запах действительно повышает аппетит.

Концепцию по внедрению нового запаха McDonalds применил в Германии и Великобритании. При проведении эксперимента, запах распространялся не через продукцию, а через моющие средства. Этот способ является очень эффективным, но незаметным.

По данным расследования проведенного авторами фильма "Закулисная тактика: нейромаркетинг", результаты показывали, что активность продаж увеличилась на 34%. А индекс восприятия бренда вырос на 7%.

Хотя «McDonalds» публично заявляет, что подобные вещи не соответствует принципам его работы, он не отрицает, что данное исследование проводилось.

Если говорить о российских фирмах, то мало кто пока использует данный вид исследований. Но встать на этот путь есть желающие. Новаторами, как правило, являются глобальные компании, имеющие в РФ представительства, либо дочерние предприятия. Так компания «Вимм-Билль-Данн» использует пока одну из ветвей нейромаркетинга - «shoppermarketing», которая считается более щадящим методом за счет того, что не используется специальное оборудование. Shoppermarketing воздействует на человека только через его зрение. Здесь факторами влияния на потребительский выбор могут быть: упаковка, текст, графика и освещение.

Известные российские бренды такие как: «Бабаевский», «Сладко» также были преобразованы после нейромаркетинговых исследований. Например, "Бабаевский" несколько десятков лет устойчиво ассоциировался с обыденной и повседневной, советской продукцией. Этот имидж марки тормозил развитие бренда и сдерживал продажи. В связи с этим, возникла задача: новая целевая аудитория, а именно: новые традиционалисты и открытые экспериментаторы.

Качественные исследования показывали, что определенная аудитория воспринимает звучание и сам термин "Бабаевский" как нечто "серьезное", "внушительное", "купеческое". Возникла идея усиления этого образа и приведения доказательных характеристик через визуализацию (графема, концепт, семиотический ряд, цвет) [2].

Возможность «управления человеческим поведением» в обход сознания вызывает негативную реакцию со стороны тех представителей общества, которые опасаются, что данные технологии позволяют определенной группе лиц фактически превращать иных в «биороботов» бездумно выполняющих команды, которые «защиты» в подсознание. Естественно, данные представители требуют запрещения тех-

нологий направленных на неосознаваемое воздействие на людей. В т.ч. и на стадии маркетинговых исследований, проводимых в виде нейромаркетинговых экспериментов и нейротестирования.

Одна организация, известная под названием CommercialAlert, обращалась в конгресс с просьбой запретить нейромаркетинг, утверждая, что исследования человеческого мозга имеют целью «подчинить разум и использовать его в коммерческих целях». «Что произойдет, если нейробиологи будут использовать свои знания, чтобы вызвать желание купить продукт посредством скрытой рекламы?» - спрашивает организация в письме к президенту Университета Эмори Джеймсу» [1, с.16]. Данный запрос стал рассматриваться только на уровне этических стандартов, но законодательно в США ничего не было принято по этой теме. Зато в некоторых странах Западной Европы, например во Франции, нейромаркетинг запрещен официально. Использование нейро-исследований разрешено только в медицинских целях и при судебных разбирательствах.

Гипотезой нашего исследования было предположение, что нейромаркетинг является современным инструментом «социального манипулирования», используемым в основном для скрытого управления человеческим поведением, и поэтому как выработанные им приемы, так и новые проводимые исследования должны быть либо полностью запрещены, либо проводиться под жестким государственным контролем. Но важно сказать том, что не всегда государство может обеспечить полноценную защиту граждан, особенно, если говорить о РФ. Наша страна в пример взята не случайно. В связи со многими факторами как историческими, так политическими и экономическими к российской власти есть всегда некоторое недоверие. Но наше гражданское общество мало что предпринимает по той причине, что оно пока малоразвито и не имеет большой силы. Более разумным вариантом было бы то, если бы социум самостоятельно действовал в принятии решений о его настоящем и будущем положениях, ориентируясь на собственные потребности.

При этом использовались не только реально установленные закономерности поведения, но и высказанные на уровне гипотез или предположений. К этому маркетинг и бизнес подталкивал высокий уровень конкуренции, заставляющий применять новейшие достижения в т.ч. и области психологии. Бизнес и впредь, несмотря на различные запреты, будет использовать все методы, которые позволяют повысить его эффективность. Это может сделать использование официальных запретов бессмысленным.

Важно понять, что людьми нельзя манипулировать по своему усмотрению. Если что-то несовместимо с нашими имплицитными или эксплицитными целями, то мы не поддадимся ни на какие уговоры. Более того, мы вообще ничего не воспримем [3, с.88].

Нейромаркетинг является лишь более современным, более точным инструментом, позволяющим понимать и прогнозировать человеческое поведение. И в качестве такового он не может рассматриваться ни как более или менее этичный. Это всего лишь инструмент. Можно провести аналогию с ножом: в руках хирурга он спасает жизнь человеку, а в руках преступника может этого человека лишиться жизни.

Таким образом, гипотеза о необходимости запрета нейромаркетинга как на уровне приемов, так и на уровне исследований не нашла подтверждения.

### **Список использованных источников**

1. Линдстром Мартин Buyology Truth and lies why we buy- М.: Эксмо, 2010.

2. Оксана Царевская Нейромаркетинг: сеанс с разоблачением, 2006 [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.DV-Reclama.ru>.

3. Фил Барден Взлом маркетинга.-М.: Манн, Иванов и Фербер, 2014.

4. Якунин В. Новые вызовы социальной ответственности бизнеса в кросс-культурном обществе // Corporate Social Responsibility: Wirtschaftsmodelle – Moral – Erfolg – Nachhaltigkeit. /hg. Alexander N. Krylov West-Ost-Verlag Berlin, 2014.

## **ОПТИМИЗАЦИЯ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ИННОВАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В БАНКОВСКОМ СЕКТОРЕ**

Оптимизация использования инновационных технологий в банковском секторе в последние годы становится особенно актуальным. Основные тенденции инновационных технологий в банковской сфере стали следующие:

1. Создание корпоративного электронного документооборота; расчетно-клиринговых систем.

2. Активная реализация в сети Интернет банковских и сопутствующих им услуг (Мобильный банкинг, Интернет-банкинг, Банк-клиент, Теле-банк, WAP- Интернет-трейдинг).

3. Создание и внедрение систем внутрибанковского управления, их сетевого обслуживания.

Системный подход в анализе современных условий предоставления банковских услуг показывает необходимость повышения требований к квалификации сотрудников, работающих в банках.

В последние годы ожидания и предпочтения клиентов претерпели значительные изменения. Перечислим некоторые из них в порядке убывания приоритетов клиентов при получении ими банковских услуг:

- доступ к банковским услугам, в особенности возможность распоряжаться денежными средствами круглосуточно без выходных;
- скорость реализации услуг;
- диверсификация предлагаемых услуг;
- цена услуг.

Для удовлетворения этих потребностей банк должен «приблизить» к клиенту продукты и услуги. Возможность сделать это дает широкое применение электронных каналов предоставления банковских продуктов и услуг: через персональный компьютер (в закрытой электронной сети (онлайн-доступ), через Интернет), по телефону, с мобильных устройств, посредством интерактивных цифровых телевизоров.

В настоящее время современные технологии сделали возможным появление глобального электронного финансового рынка, который стал базироваться на интеграционных системах. Невозможно удерживать свои позиции, не проводя системный мониторинг тенденций рынка, запросов потребителей, механизмов новейших технологических достижений. Стремительное **проникновение мобильных инноваций в сферу технологий финансовых потоков** достаточно гибко изменяет, меняет структуру отрасли, предоставляя возможность небольшим компаниям с оригинальными технологиями занимать существенную долю рынка. По мнению российских ученых к ним относятся: развитие услуг мобильного эквайринга с использованием mPOS-решений; расширение использования планшетов для услуг мобильного банкинга и продвижение финансовых мобильных сервисов; развитие Raupass-технологий [2, с. 502].

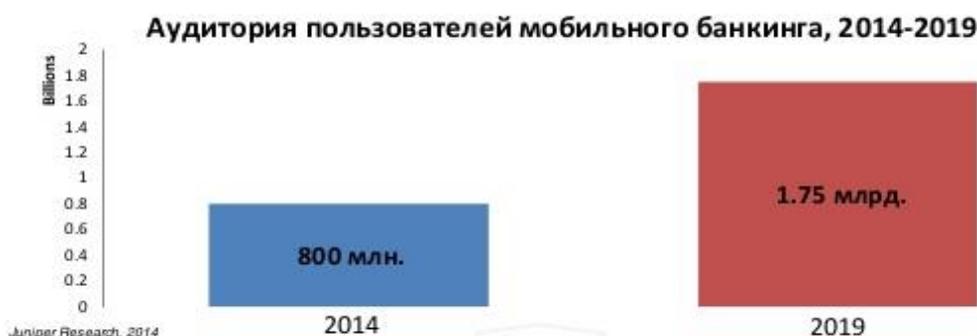
**Оптимизация инновационных технологий в банковской сфере привела к появлению mPOS-эквайринга, по прогнозам, проведенным с использованием имитационного моделирования [4, с. 229] в инновационно-технологическом разрезе** использование подключенных к планшетам программ mPOS-терминалов может вытеснить в крупных городах кассовые аппараты. Однако в сельской местности, в которой не редки перебои с Интернетом, по-прежнему самым надежным останутся традиционные банковские технологии [1, с. 39]. Данный кластер представляется компаниями со сроком работы до года. Так, в 2013 году в Российской Федерации зарегистрировано более десяти компаний-стартапов, поддерживающих и обучающих услугам mPOS-эквайринга.

За первые полгода сервис привлек 6 тыс. клиентов, использующих 15 тыс. ридеров, с применением которых в 2013 году были совершены транзакции на сумму свыше 1 млн долларов. Рынок mPOS-эквайринга в России обладает значительным потенциалом, что отмечается в исследованиях некоторых авторов [3, с. 70]. Например, факторами роста станет высокий уровень выпуска банковских карт, и возрастающий уровень приема и передачи сигналов сотовой связи.

Доля **пользователей «мобильных денег»** по всему миру сегодня не превышает 7% от числа тех, кто имеет мобильные телефоны. Некоторые исследователи деля прогнозы к 2017 году предполагают охваченными такими технологиями 450 млн человек. Этот процесс будет проходить параллельно с ростом рынка приложений для мобильного банкинга, поскольку пользователи все чаще предпочитают использовать для этих операций планшеты. Согласно прогнозу Juniper Research, к 2017 году число активных пользователей мобильного

банкинга на планшетах достигнет 200 млн человек, что составит 19% от количества всех пользователей (в 2013 году данный показатель находился на уровне 9%).

**P2P-кредитование определяется как** получение и выдача денежных займов физическими лицами напрямую, без участия посредников (банков, кредитных организаций), что также стимулирует развитие информационных ресурсов. Мировой рынок P2P-кредитования по итогам 2013 года оценивается в 5 млрд долларов, среднегодовой темп роста в 2010–2013 гг. составил 128%, а к 2025 году через P2P платформы будут ежегодно выдаваться кредиты на сумму 1 трлн долларов. Для этих операций активно используются онлайн-площадки, применяющие технологии Big Data.



**Рисунок 1-** Динамика пользователей мобильного банка в 2014-2019 гг.

Проникновение информационных технологий в такие приватные сферы обуславливает особое внимание к вопросам **защиты персональных данных**. Опросы показывают, что более половины пользователей возражают против сбора персональных данных в социальных сетях и на интернет-ресурсах, и более 80% не уверены в добросовестности использования этих данных компаниями. Однако, согласно данным Finance Users Index, за месяц на 2014 год около 3,7 млн. человек производят платежи через мобильный банк (рис. 2).



**Рисунок 2-** Назначение платежей, производящихся в мобильном банке

В этих условиях разработка программных и аппаратных решений, направленных на защиту персональной информации и предоставление пользователям большего контроля над ней, может стать более перспективным направлением, чем стратегия, включающая сбор и обработку персональных данных. Развитие мобильных банковских услуг позволяет повысить удобство клиента при выполнении отдельных операций. Высвобождаются отделения банков от создаваемых ранее очередей, клиент имеет возможность провести платежи удаленно, используя все современные достижения науки, основой которых является общедоступность и высокотехнологичность. В апреле 2013 года на нескольких банкоматах США прошло тестирование услуги «видеобанкинга на банкомате», что также позволит проводить операции удаленно через веб-камеру и проводить идентификацию клиента не только исходя из технических данных, но и визуального сходства, с заложенным в системе изображением. Наличие на рынке информационных технологий в банковской сфере креативных корпораций позволяет российскому производителю находить свою нишу в данном секторе [5, с. 371]. По мнению автора, с целью оптимизации использования инновационных технологий в банковском секторе необходимо учитывать следующие факты:

- 1) привязка к конкретному местоположению банковских услуг перестает быть актуальной, что позволяет развивать мобильность населения при реализации ими своих потребностей в банковских услугах;
- 2) основными свойствами современных технологий является простота использования, высокая скорость передачи информации и проведения транзакций;

- 3) используемые в банковской сфере технологии построены с учетом последних разработок систем безопасности 3D Secure, что практически исключает возможность мошеннических операций.

### **Список использованных источников**

6. Калайдин Е.Н., Спирина С.Г. Формирование факторов финансового риска и их оценка в деятельности экономических субъектов // Финансы и кредит. 2014. № 24 (600). С. 36-44.

7. Нагучев М.М., Спирина С.Г., Фощан Г.И. Экономическая целесообразность внедрения бесконтактной системы Paypass на региональном уровне // В сборнике: Феномен рыночного хозяйства: от истоков до наших дней. Материалы II-ой Международной научно-практической конференции, посвященной памяти известного ученого и крупного организатора экономической науки Юга России доктора экономических наук, профессора А.Ф. Сидорова. Краснодар, 2014. С. 501-508.

8. Сайбель Н.Ю., Емтыль Ф.К. Проблемы и перспективы инновационного развития экономики России // В сборнике: Актуальные проблемы экономической теории и практики. Сидоров В.А. Сборник научных трудов. Под редакцией В.А. Сидорова. Краснодар, 2013. С. 63-72.

9. Спирина С., Спирин А. Соотношение факторов внешних воздействий на финансовую устойчивость предприятий // РИСК: Ресурсы, информация, снабжение, конкуренция. 2013. №2. с. 225–228.

10. Спирина С.Г., Зинченко Н.А., Воробьева М.А. Финансовая устойчивость креативных корпораций // В сборнике: Феномен рыночного хозяйства: от истоков до наших дней. Материалы III-ой Международной научно-практической конференции / под ред. Ядгарова Я.С., Сидорова В.А., Чапли В.В. Краснодар, 2015. С. 368-376.

*Финансовый университет  
(Краснодарский филиал)  
Научный руководитель:  
Сорокожердыев В.В. ,  
канд. экон. наук, доцент*

## **РОССИЙСКИЙ МАРКЕТИНГ НА РЫНКЕ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ**

В настоящий момент, интеграция России в мировое экономическое сообщество является одним из приоритетов государственной политики. Известно, что в последние несколько десятилетий в структуре мировой экономики происходят коренные изменения, связанные с процессами глобализации. Под воздействием глобализации формируется новая, глобальная экономика. Эта экономика является не только «продолжением» национальных экономик, входящих в ее состав, но и обладает рядом характерных признаков, присущих только ей. К таким признакам относятся, например, увеличение числа глобальных экономических транзакций, а также - возрастание роли нематериальных активов - знаний, информации, и т.д. Понимание особенностей функционирования глобальной экономики, знание ее основных движущих сил и законов является предпосылкой успешной интеграции в мировое экономическое сообщество не только для отдельных предприятий, но и для государств.

В основе процесса глобализации мировой экономики лежит усиление взаимодействия между странами в сфере экономики, политики, культуры и общественной жизни. Такое взаимодействие стало возможно, в частности, благодаря развитию информационных технологий - т.е. средств сбора, обработки, хранения и передачи информации.

Дальнейшее усиление глобализации, в свою очередь, создало предпосылки для формирования международного рынка информационных технологий. В настоящий момент этот рынок является одним из наиболее динамично развивающихся мировых рынков. Его значимость растет и на уровне национальных экономик: уже сейчас доля информационных технологий (ИТ) в структуре ВВП некоторых раз-

витых стран достигает 70%, и этот показатель от года к году увеличивается.

Информационные технологии создают обширные возможности для распространения и обмена одним из ключевых ресурсов современного мира - информацией. Они оказывают прямое влияние на международное разделение труда, на традиционные рынки экономических ресурсов, усиливая, с одной стороны, центроостремительные и интеграционные процессы, а с другой - процессы углубления специализации отдельных стран или регионов.

Глобальная экономика отличается усиливающейся конкуренцией как между отдельными компаниями, так и между государствами. В связи с этим участники рынка используют все доступные ресурсы и инструменты, позволяющие им противостоять возрастающей конкуренции. Одним из таких инструментов является маркетинг.

По мнению ряда исследователей, философия маркетинга претерпела ряд изменений в последние десятилетия под влиянием процессов глобализации, адаптировавшись к требованиям новой экономики. Современные маркетинговые технологии связаны с изучением потребительского спроса в различных странах, оценкой рыночных перспектив того или иного продукта, ценообразованием, прогнозированием действий конкурентов. Таким образом, они позволяют разработать глобальную маркетинговую стратегию.

При правильном использовании маркетинговых технологий, компании получают значительное конкурентное преимущество - возможность прогнозировать поведение заказчиков, партнеров и конкурентов, а также оказывать на него влияние. Это особенно важно на современном рынке информационных технологий, отличающемся динамичностью и высокой эластичностью спроса на ряд продуктов (персональные компьютеры, периферийные устройства, комплектующие, и т.д.).

Практика показывает, что успешная деятельность ряда стран в области информационных технологий позволяет им занять достойное место в структуре новой экономики, и обеспечить себе долгосрочные перспективы экономического роста. Помимо стран с рыночной экономикой, таких как США, Канада, это касается и развивающихся стран - Индии, Китая.

Темы маркетинга на рынке информационных технологий определяется потенциальными возможностями, которые открываются не только перед отдельными компаниями, но и целыми государствами. Изучение этих возможностей в особенности актуально для России на

современном этапе ее внешнеэкономического развития, связанного с поиском путей интеграции в глобальную экономику.

Увеличение значимости информации является следствием ускорения экономических циклов, развития рынков под влиянием научно-технического прогресса, частичная замена товарно-денежных обменов между субъектами рынка информационными обменами.

В свою очередь, растущая значимость информации в современном мире сказалась на развитии новой отрасли — отрасли информационных технологий. Информационные технологии являются одним из компонентов так называемой «новой экономики», куда исследователи также относят отрасли, связанные и с образованием.

По-моему мнению, маркетинг на рынке информационных технологий обладает рядом отличительных особенностей. Эти особенности связаны со спецификой продукта - высокой наукоемкостью, а также необходимостью учитывать права на интеллектуальную собственность - в первую очередь, это касается программного обеспечения. Кроме того, в связи с ускорением НТП и процесса интеграции рынков, маркетинг на рынке ИТ отличается высокими требованиями по скорости реакции на изменения рыночной конъюнктуры.

Как мне кажется, стоит выделить следующие характерные особенности проведения маркетинговых исследований и определения продуктовой политики на рынке ИТ:

- проведение исследований облегчается четкой сегментацией рынка и относительной схожестью потребительских предпочтений у заказчиков,

- маркетологам необходимо устанавливать постоянную обратную связь с респондентами, чтобы сократить время реакции, например, при запуске на рынок нового продукта или услуги.

С точки зрения развития каналов сбыта и мероприятий по стимулированию спроса, маркетинг на рынке ИТ претерпел значительные изменения под влиянием развития Интернет. Компании производители начали использовать Интернет для установления информационного обмена с заказчиком, минуя ненужные звенья дистрибуторской цепочки. Кроме того, Интернет стал самостоятельным каналом сбыта для ряда категорий продукции рынка информационных технологий - например, программного обеспечения, консультационных услуг, услуг по аутсорсингу бизнес процессов.

Кроме того, компании должны постоянно поддерживать двустороннюю связь со своим окружением - поставщиками, заказчиками, торговыми агентами, бизнес партнерами, консультантами, и т.д.

Как упоминалось выше, центральными игроками современного рынка информационных технологий являются транснациональные корпорации. Поэтому обобщение и изучение их опыта является ключом к разработке успешной маркетинговой стратегии, связанной с освоением глобального рынка.

Маркетинговое планирование, направленное на глобальный рынок, осуществлялось зарубежными ТНК уже в 70-80-х гг. XX века. Выходу на этот рынок ИТ предшествовали многочисленные маркетинговые исследования, ставившие целью сегментацию и ранжирование рынков, оценку конкурентных преимуществ компании, а также потенциальный спрос на ее продукцию. Кроме того, анализировались возможности по «созданию спроса», т.к. многие из предлагаемых товаров и услуг не имели прежде аналогов (например, карманные компьютеры, и т.д.). На этом этапе основным конкурентным преимуществом было создание инфраструктуры, позволяющей заказчикам работать с определенными приложениями. Поэтому наибольшей конкуренция была на рынке персональных компьютеров и базовых приложений.

В связи с высокой наукоемкостью, а также необходимостью поддержания маркетинговой инфраструктуры в мировом масштабе, современный рынок информационных технологий представляется достаточно сложным с точки зрения входа новых игроков. Компании из развивающихся стран, или из стран с после реформенной экономикой, довольствуются нишами, на которые в данный момент не распространяются интересы ТНК. Это, например, рынок радиоуправляемых микрочипов, антивирусов, специальных прикладных программ, и т.д.

В соответствии с заявлениями Президента РФ и членов правительства, интеграция России в глобальное информационное пространство является одним из приоритетов государственной политики. В связи с этим необходимо изучить стратегии не только западных корпораций, но и государств, успешно решающих подобную задачу.

Ближайшие конкуренты России, такие как Индия и Китай, к своим основным преимуществам обосновано относят высокую квалификацию сотрудников, невысокие тарифы оплаты труда, благоприятный инвестиционный климат. Россия может противопоставить этому более профессиональную кадровую и научно-техническую базу. На основании проведенного исследования, я пришла к выводу, что, для того, чтобы занять достойное на глобальном рынке информационных технологий, России необходимо проделать определенную работу по ряду направлений, среди которых:

1. создание единой точки входа для иностранных компаний или организаций, желающих сотрудничать с Россией.
2. укрупнение компаний.
3. комбинация продуктовой модели и модели аутсорсинга.
4. связи с общественностью. К связям с общественностью можно отнести создание рабочих групп, проведение круглых столов, конференций и проч.

Известно, что стратегии последователей редко оказываются эффективными в долгосрочном периоде. Поэтому в заключении работы, я сделала вывод, что для Российских компаний важно не только изучать и анализировать опыт успешных западных компаний на рынке ИТ, но и разрабатывать собственную маркетинговую стратегию, базирующуюся на понимании потребностей рынка и на четко сформулированных конкурентных преимуществах. Это позволит отечественным компаниям занять достойное место на международном рынке информационных технологий, создаст благоприятный инвестиционный климат, и позитивно отразится на имидже России в долгосрочном периоде.

### **Заключение**

На основании проведенного исследования, напрашивается вывод, что маркетинг на рынке информационных технологий претерпел значительные изменения под влиянием процессов глобализации. Суть глобализации заключается в постепенном преобразовании мирового пространства в единую зону, где перемещаются капиталы, товары, услуги, идеи и передвигаются их носители, происходит развитие современных институтов и изменяются механизмы их взаимодействия. В эпоху глобализации к традиционным экономическим ресурсам - труду, капиталу, предпринимательской способности, добавился еще один - информация.

Таким образом, маркетинг на рынке глобальном информационных технологий имеет ряд характерных черт, одна из которых — необходимость адаптироваться к изменениям рынка, связанным с развитием технологий.

## Список использованных источников

1. Попов В.М., «Менеджмент и маркетинг бизнеса в международных компаниях», Москва, 2011 г.
2. Портер М., «Конкуренция», Москва, 2010 г.
3. Райс Эл, Траут Дж., «Маркетинговые войны», Санкт-Петербург, 2012
4. Робинсон К., "Конкурентоспособность и маркетинг", // "Маркетинг и маркетинговые исследования", Москва, 2006 г.
5. Сухарев А., «Стратегии: Аутсорсинг», Москва, 2013 г.

## **УПРАВЛЕНИЕ МОТИВАЦИЕЙ МАЛОГО БИЗНЕСА (НА ПРИМЕРЕ КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ)**

Стимулирование малого бизнеса в условиях модернизации российской экономики, перехода на инновационный путь развития становится одним из приоритетных направлений государственной экономической политики. Все более возрастает роль малого предпринимательства в формировании конкурентной среды, увеличении доходов бюджетов всех уровней, снижении социальной напряженности в обществе, сокращении безработицы, увеличении занятости населения.

Краснодарский край занимает одну из лидирующих позиций по качеству институциональных условий для развития малого бизнеса. В арсенале краевой администрации практически все инструменты государственной поддержки, такие как: венчурные и гарантийные фонды, региональные и муниципальные целевые программы, микрокредитование, субсидии малым инновационным и экспортно-ориентированным предприятиям, гранты на создание бизнеса молодым предпринимателям.

Одним из приоритетных направлений по устойчивому развитию экономики и социальной стабильности Краснодарского края является поддержка малого бизнеса.

Эксперты Краснодарского края, уверены, что введение «налоговых каникул» для впервые зарегистрированных предпринимателей станет еще одним важным шагом навстречу предпринимателям, что в свою очередь повысит показатель вновь создаваемых фирм.

Антикризисный план Краснодарского края предусматривает комплекс стимулирующих мер, включая господдержку инвестиционных проектов, поддержку малых инновационных организаций, увеличение объемов субсидирования. Эксперты отмечают, что кризис 2014–2015 годов сильно отличается от других кризисов, с которыми сталкивалась экономика России в новейшей истории. «Уровень безработицы в России на этот раз почти не вырос, он остается близок к

своим историческим минимумам со времен распада СССР и составляет около 5,5 %. Несмотря на это, бизнес в РФ, в данный момент, испытывает сложности с закупкой импортного оборудования и расходных материалов, это происходит из-за девальвации. Еще одна трудность, это слишком высокие ставки по кредитам [1, с.99].

На наш взгляд, вполне естественно и логично, что сейчас регионы России сосредоточили свое внимание на поддержке малого и среднего бизнеса, в том числе за счет активного субсидирования процентных ставок и «налоговых каникул».

Как на федеральном уровне, так и на уровне регионов разработаны и реализуются антикризисные меры, которые, направлены на активизацию структурных изменений в российской экономике, на налаживание работы системообразующих организаций в ключевых отраслях, на достижение сбалансированности рынка труда, на снижение инфляции и достижение положительных темпов роста экономических показателей.

Распоряжение правительства РФ, которым утвержден план первоочередных мероприятий по обеспечению устойчивого развития экономики и социальной стабильности, стало ключевым моментом.

Так, один из пунктов плана предусматривает введение «налоговых каникул» для впервые зарегистрированных ИП, осуществляющих деятельность в сферах, на которые могут быть распространены нулевые налоговые ставки.

Что касается видов деятельности, они разделены на 3 группы: производственная, социальная и научная. В производственную сферу деятельности входит 15 видов производств: овощеводство, животноводство, производство мяса, плодов и орехов, соков, переработка и консервирование морепродуктов, кормов, одежды, кожи, текстиля, изделий народных промыслов и обуви. В социальной сфере налоговые преимущества предназначены для 4 видов деятельности: образование в области культуры, дошкольное образование и предоставление социальных услуг. В научной сфере всего 2 вида деятельности могут претендовать на льготы: исследования в области естественных наук и в области гуманитарных наук. Налоговое законодательство предусматривает возможность на предоставление нулевой налоговой ставки для впервые зарегистрированных ИП. Представители региональной микроэкономики считают, что данные меры позволят свести к минимуму налоговые издержки для начинающих предпринимателей и тем самым предоставят возможность использовать высвободившиеся финансовые ресурсы для дальнейшего укрепления и развития своего дела[2, с.47].

«Налоговые каникулы» предусматривают налоговую ставку 0%, но будут действовать только для тех физических лиц, которые зарегистрировались в качестве ИП в 2015 году. Для начинающих предпринимателей такие каникулы могут длиться два года. Регион может ограничивать ИП по предельному лимиту доходов или по числу нанятых работников, нарушение таких ограничений приведет к отмене налогового послабления [3, 27]. Средняя численность работников не должна превышать 15 человек. Для получения льготы по данному проекту устанавливаются ограничения: - в общем объеме доля доходов предпринимателей от реализации товаров (работ, услуг) должна составлять не менее 70% - прибыль от деятельности предпринимателей в социальной и научной сферах не может превышать 15 млн. рублей за налоговый период. Если эти условия нарушаются, то ИП теряет возможность применения налоговой ставки в 0%.

По нашему мнению, нововведения дадут возможность «поднять голову» новому малому бизнесу, который вполне способен дать Краснодарскому краю импульс к росту экономики.

### **Список использованных источников**

1. Попова А.С. Особенности организации малыми и средними формами предпринимательской деятельности. Попова А.С. В сборнике: Наука и образование в XXI веке сборник научных трудов по материалам Международной научно-практической конференции: в 34 частях. 2013. С.98-100.
2. Айдинова А.Т. Малый бизнес АПК: методологический аспект исследования. Айдинова А.Т. Экономика сельского хозяйства России. 2014. №12. с.44-48.
3. Берлин С.И., Берлина С.Х., Петров Д.В. Современные тенденции развития российского предпринимательства // Вестник ИМСИТ. 2015. № 1 (61) С. 27.

# Раздел 4

## БИЗНЕС-ИНФОРМАТИКА И ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

*Бакаева К.В., Сердюченко Е.И.*

*Финансовый университет  
(Краснодарский филиала)  
Научный руководитель:  
Пьянкова Н.Г.,  
канд. пед. наук, доцент*

### **SAP ERP КАК СИСТЕМА СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ В ОРГАНИЗАЦИЯХ**

Важнейшим фактором, обеспечивающим успех современной компании на быстроменяющемся рынке товаров и услуг, является использование систем планирования ресурсов предприятия – ERP(Enterprise resource planning). Отдельные программные решения, отвечающие за ту или иную функциональную сферу или бизнес-процесс, не соответствуют требованиям крупных корпораций. Компании переходят от использования иногда десятков систем к комплексным решениям. Процесс внедрения ERP-системы может занимать несколько лет, охватывая все сферы предприятия от бухгалтерского учета до управления производством и систем разработки продуктов.

На мировом рынке решений для крупных компаний в результате жестких требований к качеству продукта и сложности миграции с одной системы на другую выделилось всего три игрока: SAP AG, Oracle, Microsoft.

Компания SAP является первым разработчиком ERP-системы, на сегодняшний день является лидером на рынке решений управления бизнесом.

SAP ERP является комплексным продуктом с высокой степенью интеграции практически всех бизнес-процессов предприятия, так же подходит для учебы в области корпоративных информационных си-

сисем, менеджмента, экономики и логистики.

Отраслевыми решениями являются модификации SAP ERP, адаптированные к особенностям той или иной отрасли. Изначально SAP ERP создавалась как система для промышленных предприятий, но с ростом популярности системы, возникла необходимость в добавлении уникальных бизнес-процессов связанных со спецификой бизнеса.

Компания создала модели идеальных бизнес-процессов для различных отраслей, чтобы облегчить процесс внедрения. Основными отраслевыми решениями SAP являются: автомобильная промышленность; аэрокосмическая и оборонная промышленность; банковский сектор; и др.

На текущий момент число клиентов компании 183 000 в более чем 120 странах, более 12млн. человек работают с решениями SAP.

Среди сотрудников компании много россиян, а в декабре 2011 года в «Сколково» начала работу SAP Lab – инновационная лаборатория высоких технологий SAP.

По оценкам IDC, SAP является лидером российского рынка бизнес-решений с долей в 50,5

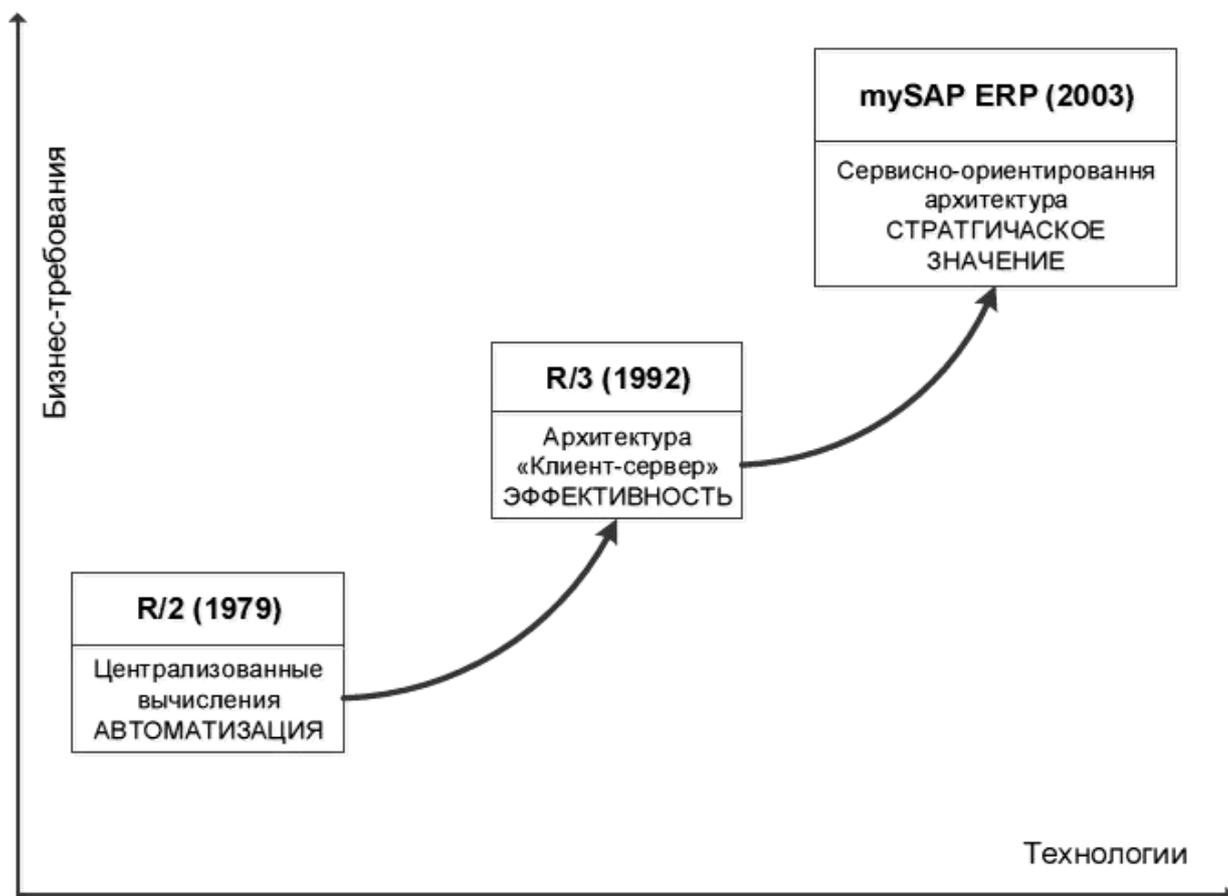
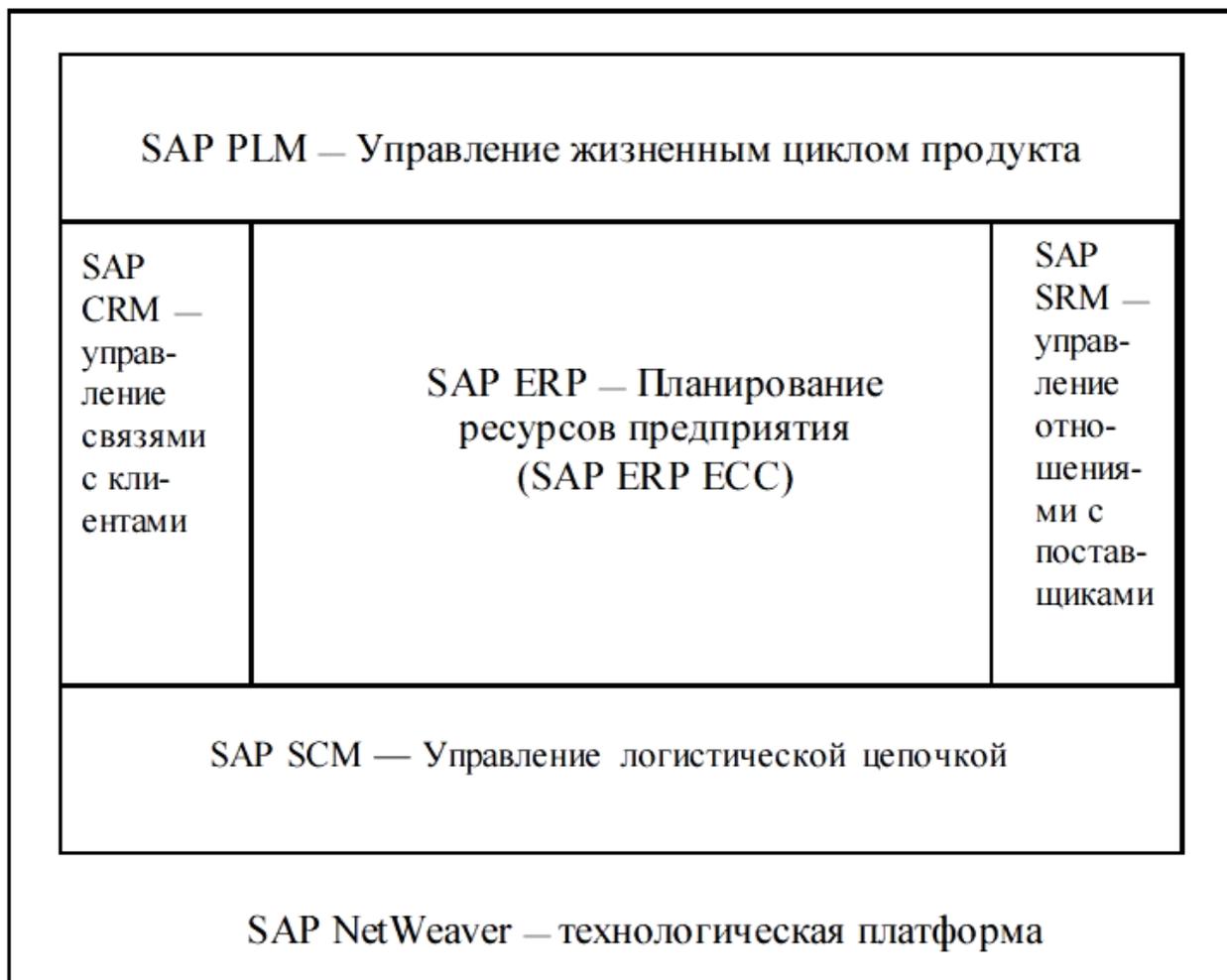


Рисунок 1- Эволюция технологий и продуктов SAP

Сегодня более чем 1200 российских заказчиков используют решения SAP, среди них 9 из 10 крупнейших компаний в рейтинге журнала «Эксперт» - Газпром, Роснефть, Лукойл, Норильский Никель, Сургутнефтегаз, Вымпелком, НЛМК, Газпромнефть, РЖД, Мегафон.



**Рисунок 2-** Структура SAP Business Suite

SAP ERP ECC включают в себя все основные функциональные модули необходимые для автоматизации работы современного предприятия: сбыт (SD), заготовка (MM), планирование производства (PP), оперативная логистика (LE), техническое обслуживание и ремонт оборудования (PM), финансовый учет (FI), управленческий учет (CO), управление персоналом (HCM) и некоторые другие.

Основным идеологическим преимуществом системы является полная интегрированность модулей, т. е. любая бизнес-информация, возникающая в одном из модулей, сразу становится доступна другим, сохраняя связь с начальным событием, так же едиными являются все основные данные (например, основная запись материала, клиента или поставщика). Таким образом, система позволяет избежать ручного ввода данных, дублирования документов и, как следствие, уменьшается вероятность ошибок.

Если компании требуются дополнительные возможности по работе с клиентами или поставщиками, то можно подключать остальные решения, входящие в пакет SAP Business Suite, которые так же будут интегрированы с ядром.

SAP NetWeaver — это технологическая платформа для исполнения бизнес-процессов, он же ответственен за интеграцию и поддержку сервисноориентированной архитектуры.

Выделим основные функции SAP NetWeaver:

- интеграция пользователей;
- интеграция информации;
- интеграция процессов;
- база для выполнения приложений (сервер приложений (ABAP и JAVA) и поддержка баз данных).

Таким образом, NetWeaver предоставляет широкие возможности для интеграции SAP с другими системами. Не все продукты SAP базируется на NetWeaver, это относится к SAP Business Suite и SAP All-In-One.

Как среда исполнения бизнес-процессов SAP ERP содержит в себе описание организационных уровней предприятия, основные данные, документы и бизнес-логику.

SAP ERP это система, которая развивалась на протяжении многих лет, аккумулировав в себе большое количество требований бизнес-пользователей. Отсюда такое многообразие решений и сложность настройки.

Этим достигается гибкость и относительно простое расширение функционала. Для пользователей определённую трудность создаёт появившаяся, вследствие такого подхода, некоторая вариативность интерфейса.

Помимо бизнес-транзакций есть отдельные транзакции для настройки системы, оптимизации ее производительности, ведения пользователей и т.д.

Пользователи системы могут создавать свои транзакции или в определённых пределах модифицировать работу существующих.

Самое трудное – построить единую систему, которая обслужит все запросы структурных подразделений. Каждый отдел обычно имеет собственную компьютерную систему, оптимизированную под свои особенности работы. ERP комбинирует их все в рамках одной интегрированной программы, которая работает с единой базой данных, так, что все департаменты могут легче обмениваться информацией и общаться друг с другом. Такой интегрированный подход гарантирует очень большую отдачу, если компании смогут корректно установить

систему.

ERP заменяет старые разрозненные компьютерные системы. Программы, обслуживающие структурные подразделения теперь связаны вместе, и из одного отдела можно заглянуть в информацию другого. ERP-системы большинства поставщиков достаточно гибки и легко настраиваемы, их можно устанавливать модулями, не приобретая сразу весь пакет. Например, многие компании приобретают сначала только финансовые или HR модули, оставляя на будущее автоматизацию других функций.

С приходом ERP меняется ответственность, отчетность, унифицированные коммуникации теперь проверяются жестче. Люди не любят перемены, но с приходом ERP-систем требуется изменение стиля их работы. Вот почему так трудно сразу оценить эффект от ERP. Ценно не столько программное обеспечение, сколько перемены, которые компании должны провести в способах ведения бизнеса.

### **Список литературы:**

1. Амбражей А.Н. Головин Н.М. Введение в бизнес-процессы в SAP ERP. Основы интеграции бизнес-процессов в SAP ERP. – М.: СПб, 2013. – 233 с.

2. Наэм Ариф, Шейх Мухаммед Таусееф. Учет и отчетность в SAP ERP. Конфигурация и проектирование. Изд.: Эксперт РП, 2013. – 736 с.

3. Люк Галоппен, Зигфрид Кемс. Управление организационными изменениями при внедрении SAP. Изд.: Эксперт РП, 2009. - 384 с.

## **ИНТЕРНЕТ-БАНКИНГ КАК ПРОГРЕССИВНАЯ ФОРМА БАНКОВСКОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ**

Темпы развития современных технологий стремительно растут с каждым годом. Этот процесс затрагивает абсолютно все сферы жизни, не осталась в стороне и сфера банковского обслуживания. Что же такое интернет-банкинг?

Интернет-банкинг представляет собой комплекс средств дистанционного банковского обслуживания, которое осуществляется в любое время и в любом месте, где есть доступ в Интернет. Иначе говоря, интернет-банкинг – это автоматизированный виртуальный операционный зал обыкновенного банка. Любой пользователь, имеющий выход в Интернет, может, не вставая с дивана, воспользоваться теми же услугами, что и в банке [4]. Появление интернет-банкинга – это, без сомнений, достижение и определенный скачок в развитии банковской сферы, ведь с его возникновением связь между клиентом и банком стала более оперативной. Кроме того, значительно обострилась конкуренция между банками, что способствует совершенствованию банковского обслуживания. Темпы развития интернет-банкинга в России довольно высоки. Это связано, в первую очередь, с развитием банковской сферы в целом, а также с широким распространением высокоскоростного Интернета. В последние годы интернет-банкинг в России пользуется большей популярностью. Так, в 2013 г. его аудитория в нашей стране достигла 15 миллионов пользователей.

Интернет-банкинг включает в себя широкий диапазон услуг, который постепенно расширялся. В настоящее время в их число входят: внутренние переводы на счета банка; переводы на счета в других банках; выписки по счетам; оплата услуг; конвертация средств; предоставление информации по банковским продуктам; заявки на получение кредитов, банковских карт и т.д. Кроме того, современные банки осваивают такое перспективное направление брокерских услуг, как интернет-трейдинг. Интернет-банкинг – это прогрессивная форма

банковского обслуживания. Можно не сомневаться, что в ближайшем будущем перед нами будут открыты новые возможности использования данной системы. Очевидно, что развитие интернет-банкинга выгодно как самим банкам, так и их клиентам.

Интернет-банкинг обладает как преимуществами, так и недостатками. Плюсы очевидны и лежат на поверхности. Во-первых, пользуясь услугами интернет-банкинга, мы экономим огромное количество драгоценного времени. Нам не надо стоять часами в очереди, достаточно просто открыть интернет-браузер. Во-вторых, это доступность в любой точке мира и в любое время. Конечно, в крупных городах отделения банков расположены буквально на каждом углу. Но есть места, где требуется очень много времени, чтобы добраться до нужного банка. В таких случаях интернет-банкинг очень даже кстати. Кроме того, интернет-банкинг работает 24 часа в сутки, без перерывов на обед и выходных. В-третьих, интернет-банкинг обладает такой удобной услугой, как регулярное списание по счетам. Достаточно один раз настроить шаблоны по платежам и указать расписание этих отчислений. В назначенное время банк будет регулярно осуществлять данную операцию. Интернет-банкинг всегда вежлив и это еще один его плюс. Недостатки интернет-банкинга достаточно существенны, для кого-то они даже являются поводом отказаться от данной системы. В первую очередь следует сказать о том, что система банка может быть взломана, и тогда под угрозой будут находиться счета клиентов. По законодательству в таком случае все потерянные средства возмещает банк. А вот в состоянии он это сделать или нет – это уже другой вопрос [2].

Кража пароля доступа – еще один риск, с которым сталкиваются клиенты. Стоит быть предельно внимательным и не сообщать никому свой пароль для входа в систему. Бывает, что интернет-банкинг «ссорится» с различными коммунальными службами и сервис-провайдерами, вследствие чего их услуги невозможно оплатить длительное время. Иногда задерживаются или идут не по адресу денежные переводы. В таких случаях важно знать, что согласно закону о платежных системах, если банк задерживает денежный перевод или осуществляет его на другой счет, он обязан заплатить пеню. Как мы видим, недостатки интернет-банкинга носят больше организационный характер. При надлежащем подходе со стороны банка и клиента их можно даже не заметить. А вот преимущества очевидны и весомы, что делает интернет-банкинг важной составляющей жизни многих людей.

Безусловно, при выборе подходящего банка клиент отталкивается от того, насколько надежным он является. Сегодня банки уделяют огромное внимание тому, чтобы операции, осуществляемые через Интернет, были безопасны. Однако очень часто клиенты не соблюдают многочисленные рекомендации банков по безопасности, в связи с чем нередки случаи мошенничества с банковскими счетами [1]. Одновременно с развитием системы защиты совершенствуются и методы злоумышленников, с помощью которых они получают доступ к счетам клиентов.

Проблемы в сфере интернет-банкинга в России носят скорее локальный характер, но их решение может привести к значительному улучшению дистанционного банковского обслуживания. Можно не сомневаться, что банки работают в этом направлении. Но все же некоторые проблемы актуальны сегодня и требуют обратить на себя внимание. Как показывает практика, у человека, который никогда не пользовался услугами интернет-банкинга, могут возникнуть сложности в начале работы с данной системой. На мой взгляд, здесь уместен небольшой пример. Когда мы покупаем какую-либо бытовую технику в магазине, к ней, как правило, прилагается инструкция, с помощью которой мы можем полностью изучить принцип работы данной техники. Так вот давней проблемой интернет-банкинга в России является отсутствие различных справок, удобных и понятных гидов, руководств пользователя, встроенных в интерфейс интернет-банка. К тому же с увеличением функционала интернет-банка данная проблема будет становиться более существенной.

Возможности платформ и программных модулей, на основе которых создаются российские интернет-банки, в большинстве случаев ограничены и не позволяют в полной мере удовлетворить потребности пользователей. В интерфейсах даже лучших российских интернет-банков можно встретить интерфейсные решения, которые абсурдны с точки зрения конечного пользователя. Например, возможность сохранения в шаблоны платежей по штрафам ГИБДД (идентификатор платежа с каждым последующим штрафом будет отличаться). Преодоление подобных ограничений должно стать одной из первоочередных задач для наших банков.

Существенной проблемой интернет-банкинга в России является огромное количество контрагентов, добавляемых в список возможных платежей. Клиенты попросту не понимают, какие возможности платежей им доступны, глядя на длинный список ничего не значащих названий контрагентов. На мой взгляд, решением данной проблемы

является переход от модели «выбор контрагента» к модели «выбор услуги», которая намного удобнее для пользователя.

Взаимодействие интернет-банков и различных государственных, муниципальных и коммунальных служб оставляет желать лучшего. А ведь интеграция интернет-банков с той же ГИС ГМП значительно упрощает совершение платежей в бюджет РФ, что выгодно обеим сторонам. На данный момент подобная интеграция находится на низком уровне, как с технической точки зрения, так и с точки зрения понятности для конечного пользователя. Это еще одно направление в развитии интернет-банкинг в России. Некоторые из российских интернет-банков уже имеют PFM-функциональность (система управления личными финансами), что означает скорое появление таких функций у остальных банков. Однако в данном случае проблема распространения PFM кроется не в инструменте, а в населении. У нас абсолютно отсутствует культура управления собственными деньгами. Пока она не возникнет, подобные, по моему мнению, очень полезные функции теряют свой смысл [3].

Как мы видим, интернет-банкинг в России далеко не идеален. Проблемы в этой области были, есть и будут. Однако сейчас интернет-банкинг в нашей стране развивается большими темпами, и не видно причин, по которым это не продолжится в ближайшем будущем.

На наш взгляд, перспективы развития интернет-банкинга в России будут выражаться в его как количественном, так и качественном росте. Качественный рост будет заключать в себя, прежде всего, внедрение новых сервисов и расширение возможностей функционирующих систем со стороны банков, направленное на то, чтобы создать наиболее удобный, понятный, безопасный и полноценный способ предоставления банковских услуг через Интернет. Количественный рост будет выражаться в увеличении числа пользователей подобными услугами. Не стоит забывать, что одновременно с развитием интернет-банкинга повышается уровень и качество самого Интернета, проникающего даже в самые отдаленные уголки страны. А это значит, что в самом ближайшем будущем можно ожидать рост популярности интернет-банкинга.

Таким образом, можно сказать, что сфера интернет-банкинга в России до конца не освоена. Нам есть, куда расти и к чему стремиться. Однако, на мой взгляд, система интернет-банкинга в нашей стране имеет огромный потенциал, реализация которого является одной из первостепенных задач для российских банков.

## Список использованных источников:

1. Аккерман К. Интернет-банкинг: полет нормальный? URL: <http://bankir.ru/publikacii/s/internet-banking-polet-normalnyi-10004183>.
2. Куцяя Е. Плюсы и минусы интернет-банкинга. URL: [http://dengi.ua/clauses/129561\\_Plyusy\\_i\\_minusy\\_internet-bankinga.html](http://dengi.ua/clauses/129561_Plyusy_i_minusy_internet-bankinga.html).
3. Сайбель Н.Ю., Шубина В.И. Банковские инновации: мировой опыт и российская практика. Теоретические и прикладные исследования в области естественных и гуманитарных наук: Всероссийская научно-практическая конференция с международным участием (Прокопьевск, 2014 г.): сб. науч. тр. / под ред. Л.И. Меньшиковой, А.Н. Ходусова, О.А. Затепакина. Новокузнецк: НФИ КемГУ, 2014. С. 124-128.
4. Саттаров Ш. Интернет-банкинг: сегодня и вчера, в стране и в мире. URL: <http://kommersant.uz/articles/internet-banking-segodnya-i-vchera-v-strane-i-v-mire>.

## **ОЦЕНКА СОСТОЯНИЯ ЭЛЕКТРОННЫХ ПЛАТЕЖНЫХ СИСТЕМ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

История денег – это история человечества, а сами деньги – его величайшее изобретение. За свою многовековую историю они претерпели многочисленные изменения, начиная с использования в качестве наличности материальных товаров и заканчивая бумажными деньгами. Современный мир не стоит на месте и преподносит нам новые средства обращения – электронные деньги, а вместе с ними и новые способы оплаты – электронные платежные системы. В связи с этим в своей работе мы хотим поставить и рассмотреть проблему планомерного развития электронных платежных систем в России, а также обратить внимание на особенности их развития.

Электронная платежная система (ЭПС) – это технология (если говорить о реализации, то сервис), представляющая собой совокупность договоренностей, методов и подтехнологий, позволяющая производить расчеты между сторонами договора по сетям передачи данных. В подавляющем большинстве случаев под последними подразумевается Интернет [4]. Такая технология использует электронные деньги, их по-другому называют «электронная наличность», «цифровые деньги» или же «цифровая наличность». Синонимов у этого определения много, а суть сводится к одному – это некоторая информация, передаваемую любыми способами электронной коммуникации и исполняющую роль купюр и монет при производстве платежей, как в Интернете, так и в оффлайне, такое понятие даёт Артем Генкин, автор книги «Частные деньги: история и современность» [1].

Проведение операций в электронной среде имеет ряд преимуществ, как для государства, так и для плательщика:

- безопасность – передача информации ведется с использованием особых криптографических алгоритмов;
- снижение издержек государства – отсутствие необходимости создавать разветвленную сеть функциональных центров с множе-

ством сотрудников, приводит к значительной экономии средств государственного бюджета;

- удобство – главное преимущество систем электронных платежей – чтобы провести операцию, необходим только Интернет и компьютер;

- мобильность – оплатить нужные счета можно в любом месте при наличии необходимой техники и доступа к глобальной сети;

- оперативность – перевод денежных средств с одного счета на другой происходит в считанные минуты;

- доступность – создать личный счет может любой гражданин.

Платежные системы делятся на два вида: кредитные (используют для работы кредитные карточки) и дебетовые (используют для работы электронные деньги). Наиболее известными дебетовыми платежными системами являются: Яндекс.Деньги, WebMoney, QIWI, RBK Money, Единый кошелек, PayPal и т.д. Стоит отметить, что за границей большее распространение приобрела система PayPal, а в нашей стране – WebMoney [4].

Интернет – кредитные системы являются аналогами обычных систем, работающих с кредитными картами. Главное отличие состоит в проведении операций в глобальной сети. Такие системы обычно сотрудничают с юридическими и индивидуальными предпринимателями, имеющими Интернет – магазин, но могут сотрудничать и с физическими лицами, в этом случае платежи происходят с помощью электронной валюты. Самые известные платежные системы Интернет, представленные на российском рынке, использующие кредитные схемы платежей: PayOnline, ASSIST, ROBOKASSA, ПЛАТЕЖ.RU.

Платежи через интернет набирают популярность, по статистическим данным 17 млн. россиян в возрасте от 18 до 65 лет хотя бы раз, но оплачивали услуги или товары через интернет. Аудитория в возрасте от 18 лет составляет по оценкам 68 млн. человек, из них 25% – это пользователи онлайн – платежей.

Хотя бы раз в месяц платят в интернете 12 млн. человек. 7 млн. человек совершает онлайн платежи не реже 2 раз в месяц, а средняя сумма составляет 2800 руб. Согласно статистическим данным среди наиболее активных регионов нашей страны первое место занимает Москва. За последние годы доля пользователей ЭПС возросла, но 2014 год показал резкое падение объемов рынка ЭПС на 50-55%. Это связано с множеством факторов, главным из которых выступает нестабильная экономическая ситуация в стране.

Несмотря на инвестиционную привлекательность и перспективность системы электронных платежей, ей присущи многие проблемы.

Во-первых, они связаны с правовой обеспеченностью онлайн – транзакций. В законодательстве до сих пор не закреплён статус ЭПС, вследствие чего кражи через интернет не преследуются так же сурово по закону, как кражи бумажной наличности, а это ещё одна проблема – мошенничество, которая свойственна всей сети Интернет. Во-вторых, не все участники рынка принимают оплату электронными деньгами.

В-третьих, электронные кошельки, которые хранятся на съёмных носителях или жестких дисках могут быть в один миг уничтожены сбоем в системе или другой угрозой, связанной с техническим обеспечением. Восстановить его можно, но это потребует как времени, так и денежных затрат.

Ещё одним затруднением выступает тот факт, что нет единой платёжной системы, а обмен между разными платёжными системами бывает затруднен. К менее выраженным проблемам, но, тем не менее, важным нам бы хотелось отнести недоверие пользователь или их техническая неграмотность, отсутствие у них реальной необходимости совершать онлайн – платежи, сложность интерфейсов сайтов для новичков, информационная неосведомленность.

По прогнозам аналитиков, рынок ЭПС будет динамично развиваться, доля небанковских сервисов расти. Необходимые коррективы должен внести законопроект «О национальной платёжной системе» – он закрепит понятие «электронные деньги» как форму расчёта, основы функционирования небанковских кредитных организаций, решит проблемы идентификации пользователей, которые работают с небольшими платежами, а для других пользователей расширит набор операций, схожих с работой интернет – банкига. Развитие законодательства в сфере электронных платежей должно повысить доверие граждан к рынку ЭПС, вследствие чего доля пользователь вырастет, а вместе с этим вырастет и сумма среднего платежа. На современном этапе доля электронных платежей составляет 25% от общего объёма платежей через банк, что говорит о необходимости и, главное, возможности расширения данного рынка.

Таким образом, можно сказать, что рынок онлайн – платежей наиболее перспективный и динамично развивающийся рынок в России. Его аудитория, как и аудитория Интернета, расширяется, что ведёт к положительным тенденциям. На основании вышеизложенных фактов, мы можем говорить о том, что есть успехи в законодательном регулировании, но также присутствуют и другие проблемы. Быстро растущий рынок может в будущем снова привести к отставанию нормативно-правовой базы, но Центральный банк будет наделён полно-

мочиями издания дополнительных нормативов, регулирующих электронные деньги, что, возможно, ограничит стихийное развитие и ускорит процесс роста.

### **Список использованных источников:**

1. Мусалаева С.Н. Электронные деньги и платежные системы // Проблемы современной экономики. 2010. № 4.

2. Сайбель Н.Ю., Руснакова В.Н. Преграды развития электронного бизнеса в России // Феномен рыночного хозяйства: от истоков до наших дней: материалы II-ой Международной научно-практической конференции / под ред. Я.С. Ядгарова, В.А. Сидорова, В.Г. Ткаченко, В.В. Чапли. Краснодар: Издательство НИИ экономики ЮФО, 2014. С. 472-480.

3. Тонян А.К., Тонян Р.К., Сайбель Н.Ю. Перспективы и проблемы развития российского интернет-брендинга // Инновационная наука и современное общество: сборник статей Международной научно-практической конференции. Уфа: Аэтерна, 2015. С. 155-157.

4. Электронные платежные системы в России. [Электронный ресурс]. URL:<http://www.tadviser.ru/index.php>.

*Мезер С.Д.*

*Кубанский  
государственный университет  
Научный руководитель:  
Сайбель Н.Ю.,  
канд. экон. наук, доцент*

## **ОПТИМИЗАЦИЯ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ КАК ИНСТРУМЕНТ РАЗВИТИЯ ФИРМЫ**

Сегодняшний рынок характеризуется жёсткостью и высокими требованиями к фирмам-участницам. Для того чтобы оставаться конкурентоспособной, фирма должна без перебоев поддерживать качество и высокую скорость своей работы. Этому способствует периодическое проведение оптимизации бизнес-процессов. Оптимизация – это улучшение качества процессов при неизменных условиях. Этот процесс необходимо проводить если [1]:

1. В работе фирмы появились досадные ошибки и неточности.
2. Необходимо повысить прозрачность и управляемость компании.
3. Идёт построение интегрированного холдинга.
4. Внедряются новые информационные системы в фирму.
5. Требуется повышение качества работы.
6. Происходит смена руководителя.
7. Государственное предприятие преобразуется в частное.

При этом оптимизацию, традиционно, не проводят в слишком малых или крупных фирмах, а обязательным требованием будет наличие собственных менеджеров-специалистов.

Оптимизация начинается со сбора команды и определения бизнес-процесса, который необходимо улучшить. Пусть процесс определён. Оптимизационная команда должна состоять из руководителя, который будет принимать отчёты о проделанной работе, и корректировать деятельность команды, из менеджеров-специалистов и тех работников, в чьей компетенции находится процесс. У собранной команды будет выбор в варианте проведения оптимизации. Их всего два: классический и альтернативный.

Классический вариант содержит из четырёх последовательных этапов:

1. Описание бизнес-процесса «как есть».
2. Описание процесса «как должно быть».
3. Разработка улучшений.
4. Внедрение улучшений.
5. Наблюдение за улучшенным процессом.

Альтернативный вариант выглядит следующим образом [2]:

1. Описание и одновременное редактирование процесса.
2. Разработка улучшений.
3. Внедрение улучшений.
4. Наблюдение за улучшенным процессом.

Этап описания очень важен в оптимизации. Качественно его можно реализовать с помощью несложных программных инструментов, таких как VPwin. Самое главное – правильно описать процесс. То есть, не слишком подробно (это затруднит понимание и анализ модели процесса) и не слишком коротко, малоинформативно. В классическом варианте проведения оптимизации происходит только описание процесса так, как он функционирует. Дальнейшее редактирование заключается в том, что разрабатывается новая схема процесса с самого начала. В альтернативном же по ходу описания можно сразу редактировать процесс, что более рационально и менее затратно по времени и финансам.

Разработка изменений подразумевает под собой совокупность различных методов и способов улучшений. Например: ликвидация лишних действий из процесса, изменение порядка действий в процессе и т.д.

Внедрение в обоих вариантах происходит постепенно, перед ним обязательно проводят определённое количество «прогонов».

Наблюдение за процессом заключается в отслеживании качества улучшений с помощью критериев оптимальности. Таковых всего пять [3]:

1. Результативность.

Весьма распространённый критерий, в производственном процессе показывающий степень доходности, объём производства продукции и так далее; а в управленческом - текучесть кадров, качество работы персонала и так далее.

2. Качество.

Качество продукта или услуги можно измерить с помощью количественных показателей. Однако эти критерии будут специфичны для различных процессов. Например, для производственного процесса критерием можно взять процент отбракованного товара или ошибок при формировании заказов, а для управленческого – процент повтор-

ных клиентов, степень их удовлетворённости.

### 3. Время.

На сегодняшний день такой показатель, как «Время» выделяют как фактор производства. Поэтому неудивительно, что компания, имеющая короткие сроки исполнения процесса будет успешна. Например, если у фирмы срок обработки заказа меньше на 5-20%, чем у конкурента, то она имеет очень высокую конкурентную позицию.

### 4. Стоимость.

Показатель, характеризующий стоимость процессов или величину потребляемых ими издержек. А, поскольку стоимость процесса прямым или косвенным образом влияет на цену продукции, определяет возможность широкого охвата разных групп клиентов, то отслеживание этого показателя немаловажно.

### 5. Фрагментация.

Относительно новый показатель, который можно назвать универсальным. Он характеризует сложность бизнес-процесса, определяемую количеством различных структурных подразделений и сотрудников компании, участвующих в нём. Иными словами, степень фрагментарности определяет проблемность, результативность, стоимость, время и качество процесса. Это опережающий показатель и, поэтому, его отслеживание и уменьшение позволяет предвидеть и устранить отрицательные тенденции в работе процесса.

При этом в течение всего процесса команда может допустить ряд типичных ошибок. Например: неправильный выбор инструментов описания. Зачастую оптимизационная команда готова потратить большие финансовые средства на приобретение дорогостоящих программных средств описания бизнес-процесса. Но в данном случае дорогие программы не гарантируют качество модели описания, скорее отличаются сложностью и наличием огромного количества функций. При этом существуют программы, либо бесплатные, либо сравнительно недорогие, которые имеют все необходимые функции и незамысловаты интерфейсом. Другая распространённая ошибка – личное участие руководителя в процессе оптимизации. При такой ситуации нередки случаи, когда мнение того же руководителя превалирует над мнением компетентного сотрудника и, в связи с этим, не принимаются качественные решения. В оптимизационном процессе роль руководителя – анализировать отчёты и в целом редактировать деятельность команды.

Ещё одно препятствие для команды – факторы, мешающие проведению оптимизации. Самым весомым и распространённым факто-

ром является сопротивление сотрудников [4]. Это связано с тем, что оптимизация, зачастую, ассоциируется с увольнениями, что неверно. Более верно то, что оптимизация приведёт к усилению власти руководителя. Решением этой проблемы будет стимулирование участия в оптимизации и проведение специальных разъяснительных собраний. Ещё один фактор – недостаточность ресурсов (финансовых, трудовых, времени). И, если есть недостаток финансов или времени, то провести оптимизацию ещё можно попробовать, то отсутствие менеджеров-специалистов ставит крест на оптимизационной деятельности. Оптимизация бизнес-процессов при определённой периодичности и качестве проведения обеспечит стабильный рост и развитие фирмы. Безусловно, сначала оптимизационной команде будет непросто и велик риск ошибок. Однако, постепенно решая и преодолевая все препятствия, команда сформирует общую схему и принципы проведения улучшений для своей фирмы. С очередной оптимизацией результаты будут ощутимее, а фирма более конкурентоспособна и успешна.

Список использованных источников:

1. Кучкаров З. оптимизация бизнес-процессов: пошаговое руководство. / З. Кучкаров // Генеральный директор. 2014. №2.
2. Рыбаков М. Как навести порядок в своём бизнесе. Как построить надёжную систему из ненадёжных элементов / М. Рыбаков – Москва: ИКАР, 2011.
3. Ковалёв С.М. Методы анализа и оптимизации бизнес-процессов / С.М. Ковалёв, В.М. Ковалёв // Консультант директора. 2005. №5.
4. Гагарский В.А. оптимизация бизнес-процессов: как не навредить / В.А. Гагарский [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.elitarium.ru/2012/12/21/optimizacija\\_biznes\\_processov.html](http://www.elitarium.ru/2012/12/21/optimizacija_biznes_processov.html)

*Российского экономического  
университета имени Г.В.Плеханова  
(Краснодарский филиал)  
Научный руководитель:  
Калайдин Е.Н.,  
д-р физ.-мат.наук, профессор*

## **ТЕНДЕНЦИИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ИНФОРМАЦИОННО- КОММУНИКАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В СФЕРЕ МАРКЕТИНГА**

В настоящее время информационно-коммуникационные технологии все больше проникают в жизнь человека, общества, организации. В условиях современной рыночной экономики каждый грамотный руководитель понимает необходимость и актуальность применения информационных технологий в работе собственного предприятия при ведении бухгалтерии, установлении связей с партнерами, поставщиками и заказчиками, выполнении заказов, оказании работ, продаже товаров. Особенно актуально для предприятия в условиях повышенной конкуренции создать спрос на свой товар, услуги, работы. Для этого необходимо устанавливать связи с потребителями, мотивировать их на покупку или заказ.

Как отмечалось рядом авторов, принятие управленческих решений, относящихся к вложению денежных средств, носят стратегический характер [1]. Для предприятия важно вкладывать денежные средства в собственное развитие, в расширение маркетинговой деятельности, маркетинговые коммуникации. Это обуславливается тем, что предприятие может контролировать расходование вложенных средств, приобретенная клиентская база, опыт работы и технологии будут в дальнейшем работать на предприятие.

Система маркетинговых коммуникаций включает в себя средства маркетинговых коммуникаций, которые условно подразделяются на основные и синтетические.

К традиционным основным средствам маркетинговых коммуникаций отнесены:

- реклама;
- прямой маркетинг (личные продажи);
- паблик рилейшнз;

- стимулирование сбыта.

Следующие элементы относятся к традиционным синтетическим средствам: брендинг, фирменный стиль, мерчандайзинг, спонсорство, участие организации в ярмарках и выставках.

Как итог использования данных средств маркетинговых коммуникаций, покупатели каждый день встречаются различные виды наружной и внутренней рекламы. Сейчас повсеместно применяются такие средства рекламы как стикеры на окнах и дверях, фасадные баннеры, сити-форматы, брендированные автомобили и грузовые фуры. К рекламе в торговом зале можно отнести брендирование паллет, напольный стикер, баннер на роллеты, шелф-баннер, стикер на монетницу, разделитель для покупок, стоппер, стикер на защитный борт кассы, настенный баннер в торговом зале, световой короб в торговом зале, а также стойку для POS-материалов, пилларс, объемную конструкцию, ростовую фигуру, брендированный автомобиль, настенный баннер в закассовой зоне, подвесной мобайл, штендер, рекламу в корпоративном каталоге, коробка на антенны безопасности, промоакции, стикеры на камеры хранения и брендированную стойку. Видео реклама или «Indoor Video» - это еще один перспективный формат динамичной рекламы, привлекающей непроизвольное внимание покупателя, целью которого является увеличение уровня продаж товаров за счет формирования устойчивого спроса на них. Маркетологи в настоящее время используют различные методы стимулирования в виде спецпредложений и акций. Внимание уделяется и личным продажам с прямым маркетингом, а положительный образ компании поддерживается PR-кампаниями, спонсорством и участием в ярмарках и выставках.

Население страны становится более грамотным и информационно подкованным, использует информационные технологии практически во всех сферах своей жизни, начиная с общения с родными и знакомыми и заканчивая покупкой товаров через Интернет. Маркетинговые коммуникации в современных рыночных условиях все больше нуждаются в информационных технологиях и зависят от них. В таблице 1 представлены данные о среднем количестве просмотре сайтов в месяц и Интернет-ресурсах, которые привели посетителя на сайт исследуемой компании. Анализ сайтов был произведен с помощью Интернет-ресурса PR-CY. [2]

**Таблица 1 – Статистика просмотров Интернет-ресурсов за месяц**

Интернет-ресурс	Среднее количество просмотров в месяц	Ссылки, которые приводят к Интернет-ресурсу	Количество посетителей сайта, которые пришли по ссылке, в %
Интернет-магазины книг			
Книга.ру	273 090	1. yandex.ru 2. google.com 3. google.ru	14.1% 7.6% 4.8%
Интернет-ресурсы ювелирных магазинов			
Адамас	257	1. yandex.ru 2. google.ru	35.7% 8.6%

Исходя из данных, представленных в таблице 1, можно говорить о том, что сайты представленных компаний имеют достаточное количество просмотра своих сайтов в месяц. Интернет, как средство продвижения товаров и услуг на рынке, является достаточно молодым инструментом для маркетологов. Однако в настоящее время с развитием информационных технологий и появлением новых тенденций и течений в сфере маркетинга, у маркетологов появляются новые способы и приемы привлечения новых потребителей и стимулирования спроса на продукцию, товары или услуги своего предприятия в Интернет пространстве.

К новшествам информационных технологий, которые могут эффективно использоваться для создания спроса на товары предприятия, можно причислить SMM – Social Media Marketing. Social Media Marketing – это эффективный способ привлечения новых потребителей к товару посредством социальных сетей и иных социальных платформ. К наиболее перспективным платформам относятся социальные сети, блогосферы, а также профессиональные социальные сети.

Social Media Marketing представляет собой процесс по привлечению трафика или внимания к бренду или продукту. В случае использования данного инструмента в качестве каналов продвижения компании маркетологи прибегают к целому комплексу мероприятий.

Основной составляющей при работе с SMM является создание привлекательного контента, который будет не только интересен Интернет-пользователям, но который они сами захотят распространять. В данном случае появляется рекомендательный характер контента, который вызывает больше доверия среди пользователей.

SMM позволяет маркетологам выбирать те социальные площадки, где представлена интересная им целевая аудитория, точно воз-

действовать на нее, использовать наиболее подходящие методы привлечения внимания пользователей в соответствии с характеристиками и особенностями целевой аудитории.

Достоинством данного метода продвижения товаров является и то, что социальные сети используются в основном молодежью, которая наиболее мобильна и открыта для новой информации. Чаще всего проникновение новых компаний на рынок, а также продвижение новой продукции происходит через молодежь, которая позже уже рекламирует свои приобретения своим родителям, друзьям и знакомым.

Социальные платформы являются сосредоточием активного населения страны. Это позволяет экономить денежные средства компаний на привлечение внимания потенциальных потребителей к продукции. SMM является достаточно молодой и активно развивающейся областью маркетинга, которую нужно обязательно учитывать при ведении маркетинговой деятельности.

**Таблица 2 - Статистика просмотров за месяц Интернет-ресурсов, которые активно используют технологию SMM**

Интернет-ресурс	Среднее количество просмотров в месяц	Ссылки, которые приводят к Интернет-ресурсу	Количество посетителей сайта, которые пришли по ссылке, в %
Лабиринт	1 608 540	1. yandex.ru 2. google.com 3. google.ru 4. mail.ru 5. vk.com	10.1% 7.4% 7.1% 6.4% 5.7%
Sunlight	2 121	1. yandex.ru 2. google.ru 3. vk.com 4. mail.ru 5. google.com	22.8% 10.6% 9.7% 8.4% 7.2%

Помимо поисковых сервисов, таких как Google, Яндекс и Mail.ru, на сайты компаний Лабиринт и Sunlight приводят ссылки из социальных сетей, расположенные в их официальных группах и сообществах. Стоит отметить, что маркетологи данных компаний не просто создают страницы о компаниях и товарах, но активно обновляют новостные ленты, стены сообществ, сообщают о новинках, акциях, проводят различные конкурсы и ведут диалог с участниками своих сообществ. По данным таблицы видно, что в число 5 Интернет-ресурсов, которые приводят из социальных сетей на сайт компаний

входит социальная сеть Вконтакте, которая является наиболее популярной социальной платформой у социально-активного населения страны. По данным компании TNS WebIndex, среднее количество посетителей социальных сетей за март 2014 г было следующим: Вконтакте - 52,1 млн уникальных посетителей, Одноклассники - 41,07, Facebook - 23,8, LiveJournal - 19,08 млн уникальных посетителей [3].

По итогам проведенного исследования очевидно повышение привлекательности Интернет-ресурсов, в работе с которыми использовалась технология SMM.

Возможности информационно-коммуникационных технологий представляют собой широкий спектр услуг и функций, которые могут быть воплощены в разнообразных формах и видах. С этой точки зрения информационно-коммуникационные технологии содержат в себе большой потенциал для бизнес-коммерции, обслуживания потребителей и установления с ними контактов. Для предприятия важно развиваться и соответствовать современным стандартам обслуживания клиентов, как основного источника доходов.

### **Список использованных источников**

1. Пантелеева О.Б., Пантелеева М.А. Анализ проблем привлечения инвестиций в России//Поиск модели эффективного развития: экономико-правовые аспекты реализации стратегии модернизации России. Сбор. статей междун. науч.-практ. конф./под ред. О.В. Иншакова и др. Краснодар. 2013.

2. PR-CY. Официальный сайт [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://pr-cy.ru/>, свободный. Загл. с экрана (Дата обращения: 30.03.2015).

*Скляр А.Ю., Некрут А.С*

*Финансовый университет  
(Краснодарский филиал)  
Научный руководитель:  
Пьянкова Н.Г.,  
канд. пед. наук, доцент*

## **ВЛИЯНИЕ ИНФОРМАЦИОННЫХ СИСТЕМ НА ЭМОЦИОНАЛЬНОЕ СОСТОЯНИЕ ЧЕЛОВЕКА**

Каждый день каждый человек в 21 первом веке сталкивается с компьютерными технологиями. Они стали неотъемлемой частью нашей жизни. Стоит только посмотреть вокруг и можно увидеть, что практически каждый человек на улице либо смотрит в свой гаджет, либо слушает музыку с него. Так оказывает ли всё это какое-то влияние на психологическое состояние человека?

Существует много противоречивых теорий и их доказательств на этот счет. К примеру, одни уверены в том, что компьютерные игры уменьшают внимательность, способность концентрироваться и усидчивость ребенка. Но в то же время, английские ученые утверждают, что дети, постоянно имеющие дело с компьютером, гораздо быстрее обучаются математике и в 5 раз быстрее учатся писать и читать.

Конечно, информационные системы принесли много удобства и убыстрили много процессов. Но стоит ли всё заменять электронными аналогами? Хорошо ли это и всем ли удобно?

Лично из наших опытов можно сказать, что такие вещи, как книги, к примеру, заменять электронными форматами – не очень хорошее решение для многих читателей, так как из-за того, что читаешь с плоского монитора, без тактильных и обонятельных ощущений (большинству нравится запах книг), человек начинает терять суть написанного, больше рассеивает своё внимание и раздражается из-за этого.

Так же люди стали на столько зависимы от технологий, что практически никогда не выпускают из рук телефон. Да, ты как бы находишься на связи с теми, кто далеко, но в то же время теряешь способность к живому, настоящему общению. Пример можно привести хотя бы с обычных пятиклассников. Каждый из них уже зарегистрирован во всеизвестной социальной сети «ВКонтакте». Каждый проводит там минимум полдня. Да, замечательно, что дети такие

продвинутые в сфере компьютерных технологий, они получают новую информацию и всегда друг с другом на связи, но вы когда-нибудь разговаривали с ними лично? Многие из них заикается при личном общении, в глаза и на собеседника они смотрят очень редко, гуляют они где-то раз в месяц, и даже тогда не выпускают из рук телефон.

А ведь на детях лучше всего видно будущее нашего общества. И оно не слишком радужное.

Большинство может сказать, что информационные технологии хорошо использовать в обучении, что в этом их несомненный плюс. Открылось много онлайн вузов, курсов и всего остального. Вузы и школы своими программами все больше переходят на саморазвитие человека. Но почему-то все при этом забывают человеческие эмоциональные факторы, самый главный из которых – лень. Запустив компьютер практически никто не сядет смотреть всерьез искать и заучивать информацию.

Прошло немного времени с ведения таких программ, но результат на лицо – людей с дипломами о высшем образовании всё больше, а специалистов всё меньше. Молодые учителя всё чаще не могут ответить на вопросы учеников, фирмы всё больше времени уделяют набору персонала, который зачастую не знает и основных понятий своей профессии.

Наверное, каждый чувствовал бы эмоциональное безразличие ко всему после дня работы в компьютерах. Несомненно, они упрощают многие процессы, но эмоционально люди истощаются, приходят вечером домой измотанными как если бы возвращались с физически трудной работы. Феноменальный факт, ведь информационные системы создавались для удобства. Но постоянное мелькание текста в мониторе и сидячее положение делают свое дело. В конце дня человек измотан, хотя никакой физически сложной работы не делал.

Зачастую в процессе виртуального общения люди могут стать так называемыми «жертвами» лиц, которые злоупотребляют компьютерной средой в личных корыстных или даже преступных целях. И даже если вы стали жертвой компьютерного мошенничества, то в отличии от реальной жизни, в сетях интернета преступника найти намного сложнее, а порой и невозможно.

Учеными замечено, что дети, которые с самых малых лет играют в какие-либо компьютерные игры, становятся весьма ограниченными в способности создавать или воспроизводить свои собственные образы и идеи. У них ухудшается память т.к. вместо того, чтобы что-то запоминать они попросту заносят всю нужную информацию в ор-

ганайзеры и при удобном случае обращаются к ним за помощью. Люди отказываются тренировать свою память. А зачем? Ведь гораздо удобнее и проще заглянуть в телефон или еще в какую-нибудь новую компьютерную игрушку и все заново просмотреть.

Многие теряют способность «фильтровать» информацию. Даже если они и читают что-то в интернете, то зачастую читают все подряд, забывая о том, что им действительно нужно. Приведем простой пример, который происходил с чуть-ли не с каждым из нас. Возьмем студента, которому нужно подготовить какой-либо реферат. Вот он вбивает в поисковик нужную тему и начинает «летать» по страницам. Одна, другая, третья. И вот по истечении получаса наш студент опять в какой-либо из соц. сетей, а реферат спокойно валяется недоделанным в сторонке.

Так же за последние десятилетия появились люди, страдающие интернет-зависимостью. Многие ученые сравнивают эту болезнь с алкоголизмом или нарко-зависимостью. Интернет-зависимость- это психическое расстройство, сопровождающееся следующими признаками:

- Необходимостью непрерывного общения через социальные сети
- Пристрастием к виртуальным знакомствам
- Поглощением мыслями об интернете
- Количество времени, проведенное за компьютером для удовлетворения своих целей, стремительно возрастает
- Непроизвольным движение пальцев, напоминающее печатанье на клавиатуре или сенсорном экране
- Уходом от дел, к которым ранее имелся значительный интерес
- Проблемами в процессе обучения у подростков

Существует множество способов избавления от интернет зависимости. Например, можно попробовать постепенно ограничивать себя в компьютерных технологиях или найти хобби, так же имеет смысл поход к дипломированному специалисту, т.е психологу. С 2005 года по всему миру строятся специальные лечебницы, которые помогают людям избавиться от этой зависимости

Конечно же в информационных системах есть и положительные стороны для эмоционального состояния человека. К примеру, радость от победы в онлайн играх. Которые, кстати, научно доказано, что развивают наблюдательность и память. А также радость от вида близкого человека с другого города, не выходя из дома. Так же имеются плюсы и для физического состояния человека. Если же у вас не хва-

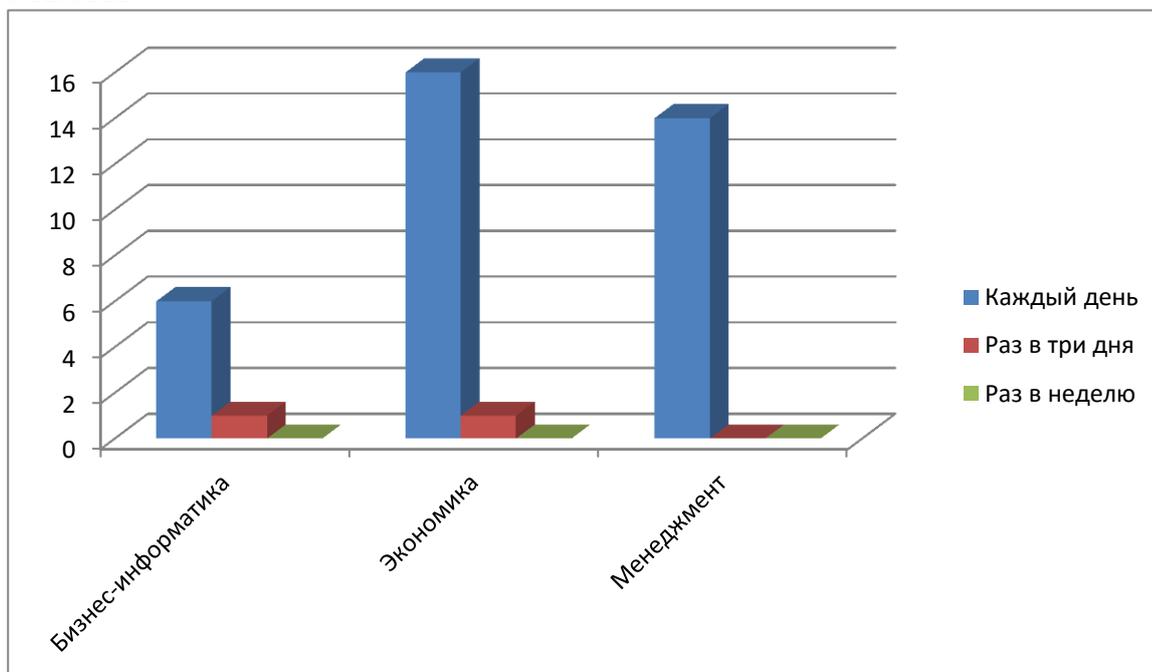
тает времени на покупку какого-либо вида товара или услуг, вы с легкостью можете заказать все на дом, это и быстрее, а порой и дешевле. Современные технологии упрощают нашу бытовую жизнь, возможности человека значительно возрастают. Главным преимуществом интернета является доступность. Сейчас с легкостью можно найти понравившейся фильм или скачать книгу с помощью специальных компьютерных программ.

Информационные системы давно и наверно навсегда влились в нашу жизнь. Можно бесконечно долго спорить хорошо это или плохо, ибо эти споры начались еще очень давно. Их зачинщиком был известный всем писатель Рэй Бредбери в своей замечательной книге «451 градус по Фаренгейту». Еще в 1953 году он описал будущее, где компьютерные технологии полностью заменили живое общение, исчезли настоящие эмоции. Его современники считали это полной выдумкой, но со временем человечество всё больше приближается к такой реальности.

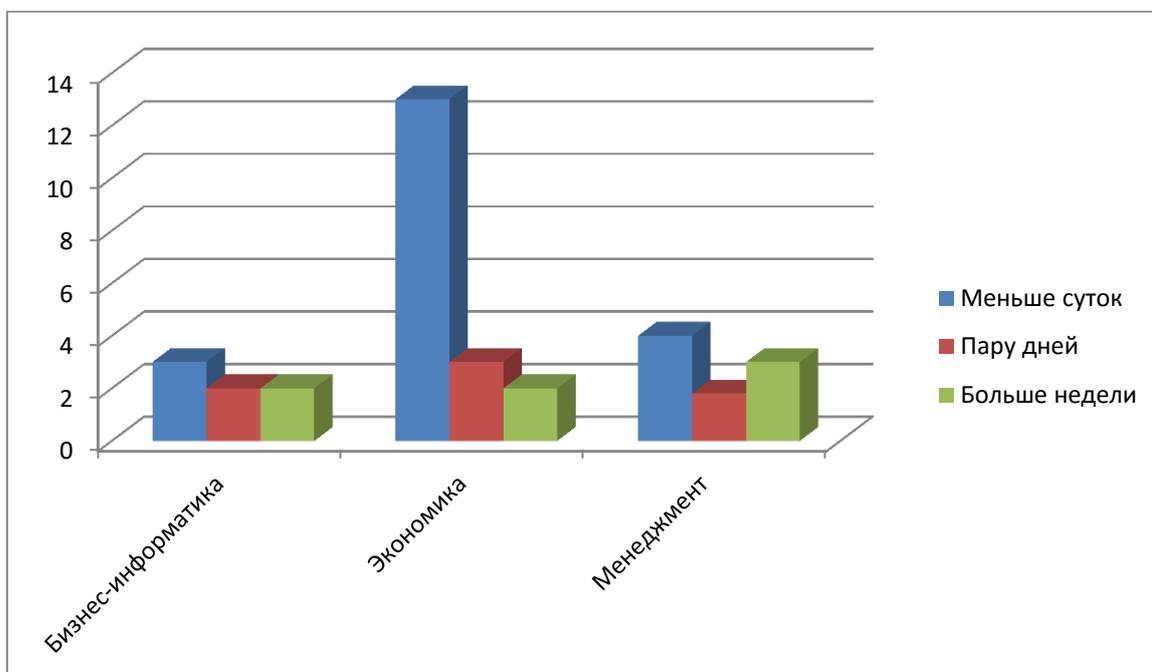
Мы считаем, что информационные системы надо использовать, но с умом, не переходя грани с тем, чтобы они заменили полностью самих людей.

Для подтверждения наших слов мы провели соц. опрос среди студентов финансового университета и получили такие данные:

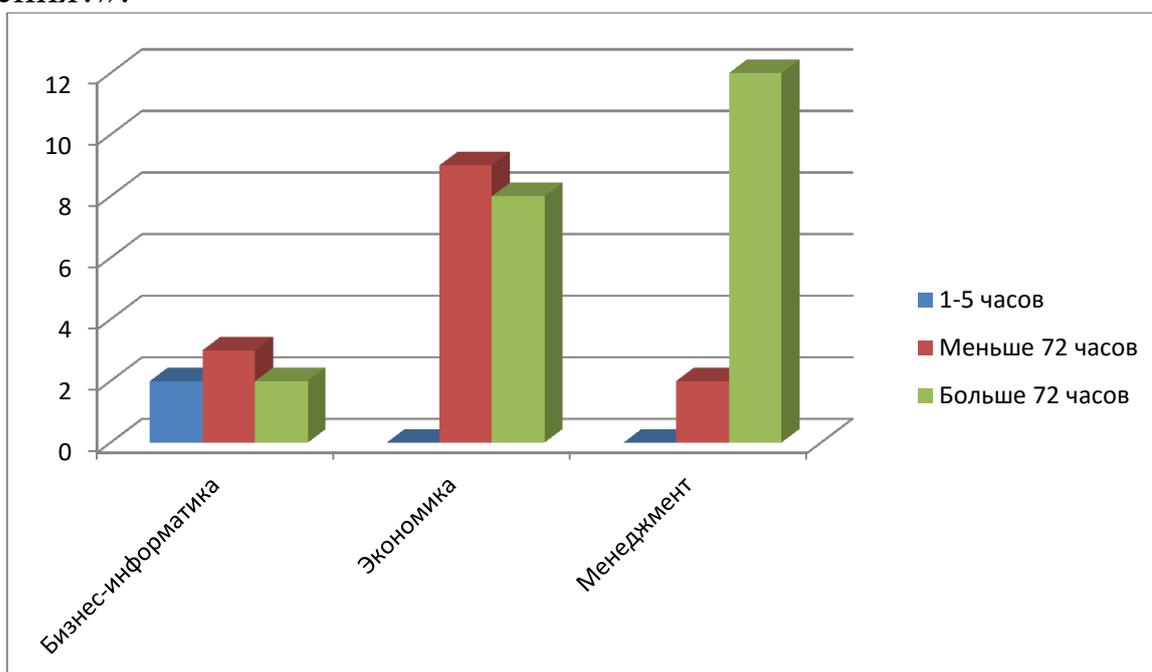
1 вопрос: «Как часто вы пользуетесь интернетом?» набрал такие ответы:



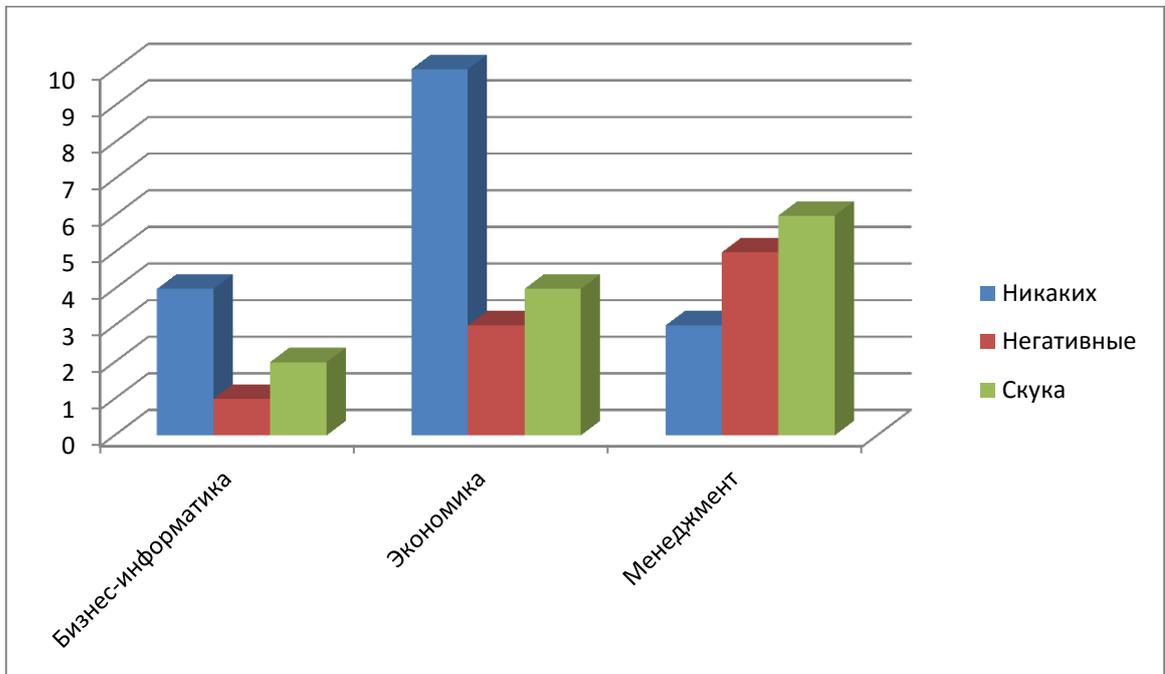
2 вопрос: «Какое максимальное время вы не пользовались интернетом?»:



3 вопрос: «Сколько часов в месяц вы тратите в интернете для обучения?»:



4 вопрос: «Какие эмоции у вас вызывает отсутствие интернета?»:



## Раздел 5

# ФИЛОСОФСКО-ИСТОРИЧЕСКИЕ И ПРАВОВЫЕ АСПЕКТЫ ОБНОВЛЕНИЯ РОССИИ

*Горлова П.С.*

*Финансовый университет  
(Краснодарский филиал)  
Научный руководитель:  
Сатига Е.В.,  
канд. пед. наук, доцент*

## СОВРЕМЕННЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ СОВЕРШЕНСТВОВА- НИЯ МЕЖКУЛЬТУРНОГО ОБЩЕНИЯ СТУДЕНТОВ

XXI век – век возросшей мобильности, при которой развиваются международные экономические связи. В этих условиях на передний план выдвигается межкультурный диалог, способствующий взаимопониманию и деловым конструктивным контактам. В связи с этим, система профессиональной подготовки, образования и науки претерпевает серьезные изменения. Разрабатываются современные международные образовательные программы студенческого обмена. В настоящее время на основе конкурса российским студентам дневных отделений высших учебных заведений предоставляется возможность участвовать в международной программе студенческого обмена Global UGRAD, программа предусматривающая обучение в течение одного года в университете или колледже США.

Участие в зарубежных стажировках позволяет получить большой языковой опыт, возможность общаться и получить знания по иностранному языку, а также совершенствоваться в области будущей профессии. Многие вузы России развивают международные связи, разрабатывая совместные программы для стажировки студентов будущих специалистов в разных сферах деятельности со знанием иностранного языка. Повысить свой профессиональный и языковой уровень студенты могут, приняв участие в EF программе, моделируя

курс самостоятельно, совмещая отдых и обучение. Такие страны, как Великобритания, США, Ирландия, Австралия, Канада, Испания, Мальта предоставляют следующие направления для российских студентов:

интенсивный курс;

основной курс;

летний курс;

курс делового английского языка;

факультативные курсы;

повышения квалификации для преподавателей;

мастер-классы и интерактивные семинары. Практический опыт, полученный в результате стажировки, позволяет совершенствовать свои знания иностранного языка и развивать навыки делового общения для вашего дальнейшего профессионального роста.

Кроме того, существуют различные программы, которые позволяют студентам – менеджерам повысить уровень языковой подготовки и расширить знания в области систем менеджмента и управления компаниями. Краткосрочная программа повышения квалификации «Развитие: лучшие курсы ВШМБ по бизнесу и менеджменту» реализуется на снятии межкультурных барьеров в ходе знакомства с зарубежной деловой культурой и установления контактов со студентами зарубежных стран.

Для повышения языкового уровня в процессе обучения студенты вузов могут принять участие в проектах волонтерских лагерей, которые собирают студентов разных стран для работы с детьми или помощи обслуживающему персоналу.

Кроме работы в лагере студентам предоставляется возможность познакомиться с местными достопримечательностями, образом жизни и изучить культурные особенности страны. Для студентов устраиваются небольшие тренинги личностного роста и межкультурной коммуникации, проводятся неформальные занятия с элементами игр и обсуждений.

Такие погружения в языковую среду помогают студентам уже через несколько дней приобрести базовые знания иностранного языка. Для почти всех волонтерских лагерей рабочим иностранным языком выступает английский. Поэтому студентам не обязательно отправляться в англоговорящую страну, межкультурное общение они могут получить в других странах, где есть возможность общаться и жить в многонациональной среде.

Волонтерские лагеря бывают самые разные: спортивные, оздоровительные, эстетического воспитания, преимущественно в сезон лет-

них каникул. Работа в волонтерских лагерях поможет студентам приобрести навыки и умения языкового общения и получить бесценный опыт жизни.

Для студентов предлагаются программы студенческого обмена, цель которых повысить уровень и качество образования межкультурных и экономических связей. Такие программы позволяют студентам высших учебных заведений пройти стажировку в течение нескольких семестров за границей. Студенты проживают в принимающих семьях или студенческих городках, где непосредственно взаимодействуют с иноязычной культурой.

В процессе студенческого обмена студенты развивают толерантность к различным культурам и международные контакты. Главным условием участия в этой программе является знание иностранного языка. Некоторые зарубежные вузы требуют определенного балла по тесту IELTS, так, например, для получения степени бакалавра минимальный балл составляет 6,5, а для изучения академических предметов без степени - 3,0.

Наиболее популярными программами являются STUDYandINTERNSHIP для взрослых и студентов. Учеба в Англии по обмену происходит в колледжах или университетах. На первом этапе студенты повышают знания английского языка, параллельно временно трудоустраиваются в разных сферах. Кроме того, для студентов проводятся международные конкурсы в сфере науки и технологии, для начинающих ученых. Победители имеют возможность попасть в университеты Америки и Европы.

Так, например, Международную премию Фулбрайт могут получить студенты, прошедшие отборочный этап, а также зачислены в Калифорнийский университет технологии, Университет Браун и Институт технологии штата Массачусетс, Стенфордский университет и другие. Подводя итог, необходимо отметить большой арсенал международных образовательных программ для студенчества, способствующих повышению уровня владения иностранным языком и развитию навыков межкультурного, делового и профессионального общения.

### **Список используемых источников**

1. <http://www.student-agency.ru/for-students>
2. <http://www.kidsreview.ru/world/reviews/kak-uekhat-rabotat-na-leto-zagranitsu-obzor-letnikh-mezhdunarodnykh-programm-dlya-studentov>

## **ИЗ ИСТОРИИ ПЧЕЛОВОДСТВА НА КАВКАЗСКОЙ ЛИНИИ**

Кавказская Линия с разнообразием растительности, обеспечивающей медосбор, располагала к успешному развитию пчеловодства, которое со временем заняло видное место в сельском хозяйстве как самостоятельная и выгодная отрасль. Развитию пчеловодства содействовали и климатические условия. Зимы большей частью были теплые, весна начиналась рано. Раннее пробуждение растительности, цветение трав и садов позволяло пчелам брать «постоянный весенний взятки и поддерживать отошедшую за зиму пчелу». Пчеловоды довольно часто применяли искусственную подкормку пчел. Для этого готовили смесь яйца с медом или концентрированным сахарным сиропом (на 1 фунт сахара – полкружки воды) с добавлением измельченных кусочков пробки или древесной коры для лучшего усвоения. Этот способ был известен в линейных станицах как «германский». Пчелы охотно употребляли эту смесь, она способствовала более активному образованию сотов и увеличению детвы [1].

Крутые склоны гор защищали пчел от весенних и осенних ветров, а струящиеся в глубине балок ручейки и мачажинники, образующиеся от избытка вод, до глубокой осени изобиловали цветущими травами. Из медоносных растений в юртах станиц «в большом количестве произрастали сурики, петров батиг, бабка, крапива, клевер, дойник, обыкновенная колючка и разного рода другие травы». В линейных станицах Кубани нередко насчитывалось до 150 пасек и до 4000 ульев. У бедных казаков было от 10 до 60 ульев, зажиточные казаки имели от 150 до 500 ульев. На лето пасеки располагали в степи, около рек и ручьев на низменных и защищенных от ветра местах. Пчел выставляли в поле на теплого Алексея (в середине марта), иногда позже, смотря по погоде. На зиму убирали ульи с пчелами в крытые помещения в последних числах октября. В

предгорных станицах на зиму ульи устанавливали в специально вырытые для этого ямы. Дно накануне устилали мхом, сеном или соломой. Сверху ульи закрывали сеном или соломой.

У некоторых пчеловодов пчелы зимовали «на точках», т.е. там, где стояли летом. Такой способ зимовки допускали лишь нерадивые пчеловоды. Зимой 1896-1897 гг. погибло много пчелиных семей, особенно в отделе Баталпашинском, где пчеловоды-горцы, придерживаясь старых приемов пчеловодного хозяйства и простых ульев-дуплянок, оставляли пчел зимовать на открытом воздухе. Известно, что пчелы зимой способны переносить понижение температуры до  $-40$  градусов и ниже. Укрывая их чрезмерно от холода, неопытные пчеловоды наносили пчелам вред. Температура в улье зимой в среднем понижалась до  $+8$  градусов, в теплое время достигала  $+28$  градусов. В закрытых помещениях, где хранили ульи, температура зимой должна быть не выше  $+3$  градусов, лучше  $-3$  градуса, в помещении рекомендовали соблюдать указанный температурный режим. Жаркое сухое лето было бедно взятком и не давало возможности истощенным зимой пчелам оправиться. Количество погибших пчелиных семей объясняется отчасти увеличением количества поступившего в продажу воска.

По старинному преданию, известному в линейных станицах, пчелы стали особо почитаемы в народе после того, как на Голгофе во время искупления греха рода человеческого, они прилетели целым роем к распятому на кресте Христу и, «выпив кровавый пот, выступивший на его челе», пытались облегчить страдания Спасителя.

Пчелы на Линии были известны в основном двух кавказских пород – чернобурой и серой. Серая отличалась меньшими размерами, но была плодовитее и трудолюбивее, ее обычно разводили начинающие пчеловоды. Эту пчелу называли дикой. У кавказской пчелы хоботок длиннее, чем у пчел средней Европы, они более миролюбивы [2]. Длина хоботка кавказской пчелы колеблется от 6,21 мм до 6,75 мм, в средней полосе России – 5,4 - 5,9 мм.

Пчел из-за отсутствия ульев большей частью помещали в простой посуде или в выдолбленных пнях (из черноольхового и белолиственного дерева). Для покрытия таких приспособлений лучшим и прочным материалом считался рубероид (особенным образом обработанный войлок), годился одинарный и половинный. Сначала примитивный улей покрывали деревянными сухими досками, сверху натягивали рубероид, забитые гвозди смазывали руберином. Более широкое распространение в линейных станицах получил улей Рута. Он имел глухое дно, рамки в нем располагались в

два яруса, по десять в каждом, рамки имели размеры 9 1/8 дюйма внутри и 17 5/8 дюйма снаружи. Хорошие ульи давали до 1 1/2 пудов меда, до 4 фунтов воска, плохие – 20-30 фунтов меда и 2-3 фунта воска.

Чтобы добыть мед или воск, горцы убивали пчел посредством удушения серными газами. В 1879 г. было убито до 3 тысяч колод и добыто меда до 2 тысяч пудов. Знакомство с русскими приемами пчеловодства внесло изменения в сбор меда у горцев, которые ранее под сапеткой делали ямку, в которую насыпали немного порошу, подсыпали земли и поджигали. Пчелы быстро задохнулись и погибали, тогда их вытряхивали из сапетки и доставали мед сотами.

Продукция пчеловодства шла на продажу и для собственных нужд. К середине XIX в. линейные казаки добывали 3,6 тыс. пудов меда и 313 пудов воска. Цены на мед колебались от 4 до 4 1/2 руб. за пуд. В 1867 г. цены на мед составляли 4 – 5 руб., на воск от 20 до 25 руб. за пуд. Лучший продукт получали казаки Прочноокопской, Темижбекской, Баталпашинской и других станиц [3].

В 1870 г. появились новые виды ульев – бездонные и колодные стоячие. В бездонных ульях, чтобы рассмотреть состояние здоровья пчелиного семейства и подкормить пчел, достаточно было перевернуть их вверх дном, но они были подвержены действию зноя и холода. Колодочные ульи размещали на колышках, они были тяжелые, в них нельзя было рассмотреть чистоту сотов и производить подкормку пчел. В это же время более широкое распространение получили сапетки. Их недостаток – пропускали капли дождя в улей, колпаки мог унести сильный ветер, что нарушало внутреннюю жизнь пчелиного семейства. В середине 1870-х годов в линейных станицах у пчеловодов преобладали ульи украинского типа, выдолбленные из липы, ольхи и вербы, закрываемые сверху крышкой.

Развитию пчеловодства содействовало преподавание во многих станичных школах элементарных правил пчеловодства. В распоряжении школ имелись небольшие, но хорошо оснащенные пасеки. Например, в 1896 г. в имении дворянина Болтенкова ст. Вознесенской Лабинского отдела была открыта школа садоводства, огородничества и пчеловодства. При ней устроили пчеловодный музей и пчеловодную наблюдательную станцию. За высокие успехи в пчеловодстве ученикам школы Кавказский отдел Императорского общества садоводства на Тифлисской выставке присудил большую медаль «За продукты пчеловодства и изготовление ульев и других принадлежностей рамочного пчеловодства».

В начале XX в. правильного ухода за пчелами, как и прежде, не

было, в силу этого они часто болели. При заболеваниях грибом полностью сжигали зараженные пчелиные семьи вдали от пасеки. В улье проводили основательную чистку, удаляли мертвых пчел, делали внутреннюю и наружную дезинфекцию. Организм человека восприимчив к этому грибку и приводит к ушному грибку [4]. Страдали пчеловоды и от природных катаклизмов. В 1878 г. пасеки, расположенные на низменных местах, были снесены водой и затоплены.

В линейных станицах продукты пчеловодства широко использовали в лечебных целях. Мед ценился как продукт питания, и как лекарство при лечении простудных заболеваний и болезней желудка. Использовали не всякий мед, а с определенных трав, считавшихся целебными. Пчелиный клей служил прекрасным средством от мозолей. По мнению казаков, укус пчелы лечил ревматизм.

По поводу жала пчел и их злости существует легенда, распространенная в линейных станицах. В ней рассказывается о том, что, когда человек в первый раз потревожил пчел, придя к ним за медом, пчелы очень рассердились и полетели жаловаться Богу. «Господи! - сказали они. - Человек обижает нас - отнимает у нас мед, а мы даже не можем защититься. Ты, Господи, при творении дал нам жало, а мы даже не знаем, как им пользоваться! Позволь нам жалить людей». Господь пожалел пчел и позволил им жалить людей — но только ради защиты себя и меда. На следующее лето человек вновь пришел к пчелам и забрал у них мед и соты, но тут уж пчелы могли постоять за себя. Но все равно остались недовольны и вновь стали жаловаться Господу. «Хоть мы и жалили человека, — говорили они, — все равно не смогли помешать ему забрать мед. Но мы видели, как от наших укусов распухло его тело. Сделай же так, Господи, чтобы от нашего жала человек умирал!». «Нет, — отвечал им Бог, — не дам я вам то, о чем вы просите, ибо очень вы злые. В наказание за вашу злость умирайте сами, когда жалите человека или животное». После этого, пчела, ужалившая человека или животное, погибала сама.

Видимо, поэтому казаки говорили: «Нет пчелки без жальца», «На языке мед, а под языком лед» и др. Пчелу считали Божьей угодницей. По их мнению, она не на себя работает, а на Бога. Религиозные мотивы отражает народная мудрость: «Без пчелы (воска) и поп обедни не служит». Убить пчелу считалось святотатством. Пчел почитали «мудрейшими из насекомых», обладающими знаниями будущего и многих тайн. По мнению казаков, пчелы не жили в доме, где присутствовали злоба и ненависть. Они либо погибали, либо

улетали. Покровителями пчел считали святых Зосима и Савватия.

У линейных казаков бытовало множество заговоров на разведение пчел, взятие меда, на возвращение улетевшего роя и т. д.

Например, если перевозить пчел в Страстную Пятницу, они вскоре погибнут. Если пчелиный рой садится на твоём подворье, это не к добру. С пчелами связано множество примет. Если к спящему ребенку подлетает пчела, ему суждено жить счастливо. Перед ненастьем пчелы летают вблизи улья, а в хорошую погоду — далеко в поле. Если в Крещенский Сочельник разыгрывалась метель, то ожидали хорошего роя пчел. Высокий спрос на продукты пчеловодства рождал предложение.

Эта отрасль до конца дореволюционного периода была экстенсивной, вспомогательной и достаточно доходной, главным образом для закубанских и затеречных станиц.

#### **Список использованных источников:**

1. Куракеева М.Ф. Верхнекубанские казаки: быт, культура, традиции. – Черкесск, 1999. С.108-109.

2. Пчеловодная жизнь. 1906. №2. С.45.

3. Радионов С.И. К вопросу о развитии пчеловодства у казаков-линейцев Кубани в первой половине XIX века // Из истории и культуры линейного казачества Северного Кавказа. Армавир, 2012. С.102.

4. Пчеловодная жизнь. 1906. №3. С.78

5. Радионов С.И. К вопросу о развитии пчеловодства у казаков-линейцев Кубани в первой половине XIX века // Из истории и культуры линейного казачества Северного Кавказа. Армавир, 2012. С.102.

*Финансовый университет  
(Краснодарский филиал)  
Научный руководитель:  
Бершадская О.В.,  
канд. ист. наук, доцент*

## **ПРОБЛЕМА СДЕРЖИВАЮЩИЕ РАЗВИТИЕ МАЛОГО БИЗНЕСА В РОССИИ (ИСТОРИЧЕСКИЙ АСПЕКТ)**

Малый бизнес, как известно, создается с целью насыщения потребительского рынка товарами, преодоления отраслевого и регионального монополизма, расширения конкуренции и др. Сектор малого бизнеса способен дать в настоящее время импульс интенсивному подъему экономики, повысить уровень экономической инициативы. На сегодняшний день на 1000 российских граждан приходится в среднем около 6 предпринимателей, в то время как в странах Евросоюза не менее 30.

В России доля малых фирм в общем числе всех предприятий составляет только 30%, в странах ЕС предприятия малого бизнеса составляют около 90% от общего числа предприятий[1]. В Евросоюзе насчитывается свыше 20 млн. предприятий малого и среднего бизнеса, которые дают более половины общего оборота и добавленной стоимости. Число занятого населения в малом бизнесе Европы составляет порядка 70%[2]. Наибольшее количество малых предприятий создано в торговле, строительстве и пищевой промышленности.

Развитие бизнеса за рубежом идет более быстрыми темпами. Малый бизнес в Европе «вынуждает» крупные компании внедрять новые технологии и улучшать эффективность производства, стимулирует развитие конкуренции. В значительной степени эффективность экономики ЕС зависит от успешной деятельности малого бизнеса. В Евросоюзе действует политика поддержки малого предпринимательства, ее главная цель – сбалансирование интересов государства и бизнеса, обеспечение оптимальных условий для предпринимательской деятельности, увеличение конкурентоспособности малого бизнеса[3].

Малый бизнес и в Российской Федерации может стать экономической и социальной основой общества. Вместе с тем на сегодняшний день эта сфера экономики сталкивается с рядом проблем. Наиболее

значимой из них является преодоление экономических и административных барьеров на межведомственном уровне. С одной стороны, налоговые поступления от малого бизнеса в значительной степени способствуют пополнению бюджета, с другой, доступ бизнеса к финансовым ресурсам ограничен, а порой и недоступен. Налоговая и макроэкономическая ситуация в России также не способствует объединению бизнеса и финансов.

Действующая финансовая система носит преимущественно фискальный характер и направлена на пополнение бюджета путем максимального изъятия средств у малых предприятий. Более того, экономический кризис «увел с рынка» до 50% малых предприятий, вынужденных свернуть или полностью прекратить свою хозяйственную деятельность, так как значительная часть легальных накоплений малого бизнеса оказалась «экспроприированной».

В числе проблем, сдерживающих развитие малого бизнеса, отметим коррупцию, из-за которой из бюджета «уплывают» средства в «теневую экономику», где крутится «черная наличка», «серые зарплаты». Легализовать «теневую экономику» только фискальными и силовыми методами, как показывает практика, невозможно. В этой связи считаем необходимым создание благоприятных условий для развития малого бизнеса.

Крайне важно преодолеть административные барьеры, связанные с регистрацией малых предприятий, их лицензированием, сертификацией продукции и иными факторами. Не секрет, что в настоящее время от начала оформления и до получения лицензии уходит до трех месяцев и от 30,0 до 50,0 тыс. рублей, а при строительстве жилых домов эта сумма возрастает до 500,0 тыс. рублей и более. Структуры государственного управления превратились в «настоящий бич» для хозяйствующих субъектов малого предпринимательства [4]. Развитие МП сдерживают устаревшие государственные стандарты и нормы, не соответствующие реалиям современной экономики, множество контролирующих органов, несовершенство системы лицензирования и иные факторы. Одним из направлений по преодолению административных барьеров является системный анализ товарных рынков. Их эффективное функционирование невозможно без сбалансированного развития взаимосвязанных смежных рынков. Следует выявить «узкие места», увеличить количество эффективных малых предприятий, обеспечить возможность предпринимателям работать на открытом рынке без искусственных барьеров, создаваемых государством.

Основным инструментом реализации государственной политики развития и поддержки малого предпринимательства служат феде-

ральные, региональные, отраслевые (межотраслевые) и муниципальные программы.

В условиях кризисной социально-экономической ситуации необходима реализация региональной политики, предусматривающей расширение сотрудничества между регионами, согласованность их действий по взаимному развитию и разрешению противоречий и споров на основе равенства и ответственности, рыночной взаимовыгодности, социальной защиты населения[5]. Административные барьеры, тормозившие развитие предпринимательства, вызваны большей частью субъективными причинами, их устранение не требует значительных финансовых затрат и зависит от реальных целей государственной политики, совершенства законодательной базы регулирования предпринимательской деятельности и уровня правовой культуры.

### **Список использованных источников:**

1. Дедул В.А. Малый бизнес России: Достижения, проблемы, перспективы. - М., 2008.
2. Ломакин В. К. Малый бизнес. - М., 2013.
3. Пингвинов С.С., Кроликов У.С. Бизнес среда. - М., 2011.
4. Лапицкий Ф.А. Коррупция и предпринимательство // Положительный опыт развития малого предпринимательства в России.- М., 2001.
5. Катырин С.Н. Роль малого бизнеса в формировании реального сектора экономики.- М., 2012.

*Налитова А.А.*

*Финансовый университет  
(Краснодарский филиал)*

*Научный руководитель:*

*Сидоров В.Г.,*

*д-р филос. наук, профессор*

## **ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ФАКТОР В ПОЛИТИКЕ СОВЕТСКОГО ГОСУДАРСТВА В ПЕРИОД ВЕЛИКОЙ ОТЕЧЕСТВЕННОЙ ВОЙНЫ (ИСТОРИЧЕСКАЯ ПАМЯТЬ И СОВРЕМЕННОСТЬ)**

В современной истории Победа в Великой Отечественной войне и сама война предстают как полные национальной гордости события. И чем дальше они уходят в историю, тем ярче духовное величие миллионов советских людей, которое стало определяющим фактором этой Победы. За прошедшие семь десятилетий мир уже совершенно стал иным. В нашей стране сменился общественный строй, и нет уже той страны, которая одержала победу над фашизмом. Другой стала и Германия, в которой сегодня ничто не напоминает времена нацизма, и которая является одной из экономически развитых государств Европы. В наши дни нередки высказывания о том, что это была, дескать, не Отечественная, а война двух тоталитарных систем, и не освобождались народы от фашизма, а наступала другая их оккупация и т.п. Меняются и оценки Великой Победы, но тема войны по-прежнему интересна даже тем, что в условиях войны, со всей силой раскрывается человеческая личность, трагизм индивидуальной жизни.

Как политическое событие, война осознается через разнообразные факторы. Так важным в оценке войны становится военно-технический фактор, который определяется количеством дивизий, танков, пушек, самолетов и т.п., который поддается однозначному учету и дает основания не только для оценки, но анализа военных действий. В этом плане военно-технический и экономический потенциал Германии в начале войны был почти в два раза выше, чем у Советского Союза (см.: 1).

Другим фактором выступает уровень политического и военного руководства страны. Здесь решающим становится умение мыслить нестандартно, находить оптимальные варианты в подготовке и осу-

шествлению военных действий, сражений, определять тактику боя в своих интересах и т.п.

Но, среди этих и других факторов особую роль приобретает духовный фактор, т.е. фактор, который определяется тем, как война воспринимается и осознается огромной массой людей. И тогда на первый план выступает дух народа и его армии - то особое состояние людей, которое проявляется через их решимость и готовность сражаться до конца, в ненависти к врагу, в твердом желании победить и т.п. И тогда только воля и несокрушимость духа армии и всего народа, заставляет продолжать борьбу с врагом, ведущей к победе или гибели во имя своего долга. Именно этот фактор во многом определил ход Отечественной войны 1941-45 гг., которая осталась в исторической памяти не только как справедливая и освободительная, но и как священная война.

Как известно, после длительных и лицемерных дипломатических интриг и успешных военных операций в Европе, политическое руководство Германии решается на авантюрный и самоуверенный шаг – начать войну с СССР. Любопытна такая историческая деталь: в кругу близких людей Гитлер говорил: «Когда мысленно начинаешь войну с Советским Союзом, кажется, что открываешь дверь в темную незнакомую комнату, не зная, что там за дверьми» (2). 22 июня 1941 г. вооруженные силы германского вермахта вторглись на территорию нашей страны. Считалось, что война продлится не более 4-6 недель. К тому же в начале войны не на высоте оказалось и политическое руководство нашей страны, которое не могло поверить в ее неизбежность, продолжая считать Германию «великой дружественной державой».

Имея опыт военных действий в Европе и военно-техническое превосходство, немецкие войска успешно развивали свое наступление. Уверенность в военном, техническом и экономическом превосходстве, давала надежду на быстрое завершение военных действий. Но, как отмечали впоследствии сами немецкие участники, русские держались с неожиданной твердостью и упорством, даже когда их обходили и окружали. Этим они нередко выигрывали время для стягивания сил и подготовки контрударов. А из глубины страны шли все новые и новые людские резервы, которые к тому оказывались сильнее, чем это предполагалось (см.: 4).

Советское руководство достаточно быстро стало предпринимать энергичные меры по превращению страны в единый боевой лагерь. Уже в выступлении И.В.Сталина 3 июля 1941 г. говорилось, что в навязанной нам войне решается вопрос о жизни и смерти советского

государства. «Враг жесток и неумолим. Он ставит своей целью захват наших земель,... Он ставит своей целью... разрушение национальной культуры и национальной государственности ... превращение свободных народов Советского Союза в рабов немецких князей и баронов» (5). А потому священным долгом каждого советского человека должна стать защита Родины, мужество и героизм на фронте, самоотверженный труд в тылу: «Все для фронта, все для Победы». Претворение в жизнь этого лозунга потребовало не только страстного убеждения, но и колоссальных усилий, даже жестких мер.

И то, что отечественная идеология была ориентирована на гуманистические идеалы человечности, на исторические примеры национальной гордости, дало, в конечном итоге, положительные результаты. Десятки миллионов простых людей добровольно брали на себя исключительную меру общественной ответственности – быть верным воинскому и патриотическому долгу до конца, сознательно преодолевали чувство самосохранения, нередко идя на прямое самопожертвование.

Этот массовый героизм в повседневной деятельности в тылу и на фронте стал той преградой, которую не в состоянии была сокрушить оснащенная высокой по тому времени техникой фашистская армия. В ходе перестройки народного хозяйства на военные нужды решались исключительно сложные производственные и организационные задачи. Работы велись круглосуточно. Рабочие, инженеры, техники работали по 13-14 часов под открытым небом, часто под дождем и на снегу. Был увеличен рабочий день, вводились обязательные сверхурочные работы, отменялись отпуска, широко привлекались к работе подростки и женщины. Уже в начале 1942 г. наметился общий подъем и рост промышленного производства.

До сих пор Великая Победа Советского Союза кажется чудом. Действительно, с точки зрения логики исторических событий он должен был потерпеть поражение. И только массовая мобилизация народа, его готовность к самопожертвованию, которое не доступно в обычное, «мирное» время, сделало возможным то, что было достигнуто. Были эвакуированы многие заводы, перемещено около 25 млн. человек. Труд в тылу на военном предприятии приравнивался к службе в действующей армии, и мобилизация на эти предприятия была такой же жесткой, как и на фронтах. Фронт и тыл стали едиными в достижении одной цели – победить врага. Уже к концу 1942 г. Советский Союз имел быстро растущее военное производство, а к концу войны превосходил Германию в 3-4 раза (см.: 6). Итогом этого

стали мощные Вооруженные силы, которые обладали исключительно высокой боеспособностью.

А 6 ноября 1941 г., несмотря на близость фронта к столице, состоялось торжественное заседание, посвященное 24 годовщине Октябрьской революции, на котором с докладом выступил И.В.Сталин. 7 ноября 1941 г на Красной площади перед Мавзолеем В.И.Ленина прошел традиционный парад войск, которые с парада уходили прямо на фронт. Это стало сильным моральным фактором в борьбе с врагом, а разгром фашистских войск под Москвой как первое крупное поражение врага, сорвали план «молниеносной войны» и развеяли миф о непобедимости германской армии.

Следует заметить, что и в немецкой армии велась пропагандистская работа. Но она была ориентирована, главным образом, на подчеркнутым благосостоянии немецкого народа, которое может стать еще большим, на лозунге «Все для Германии». Нельзя не заметить, что такая пропаганда вполне правомерная в условиях победоносных действий, оказалась совершенно беспомощной, когда они намного усложнились и стали оборачиваться даже поражением. Так в одном из пропагандистских документов немецкой армии «Памятка немецкому солдату» писалось: «Помни, что ты сделан из немецкого железа. После войны ты обретишь новую душу и сердце для своих детей, для жены и великой Германии, а сейчас действуй решительно и без колебаний. Ни одна мировая сила не устоит перед германским напором. Мы поставим на колени весь мир. Германец – абсолютный хозяин мира. Думай о фюрере, и ты победишь. Завтра перед тобой на коленях будет стоять весь мир» (см: 4).

И чем дольше затягивалась война, тем глубже осознавал немецкий солдат ее авантюрный характер, но, скованный жесткой политической системой и дисциплиной, он был бессилён изменить ход событий. Все более эфемерной становилась идея быстрыми ударами «сокрушить Колосса на глиняных ногах».

По мере того, как продолжались военные действия, все больше тускнел ореол непобедимой Германии, и сильнее обнаруживалась неспособность немецкой администрации создавать в оккупированных областях уклад жизни, который бы отличался большим материальным благополучием. Безрезультатными оказались попытки отделить советскую власть от народа, используя недовольство многочисленными довоенными репрессиями, особенно крестьянства, пустыми оказались надежды на непрочность государственного строя советского общества и его тыла. Разгром немецко-фашистских войск под Москвой, Сталинградская битва, битва под Курском и многие другие

большие и малые сражения не только надломили военную машину фашистской Германии, но и полнее раскрыли экономическое, военно-стратегическое и нравственно-политическое преимущество нашей армии и нашего народа.

Уже в апреле 1945 г. начался завершающий этап военных действий на территории Германии. Ломая сопротивление врага, советские войска подошли к Берлину, и утром 1 мая над рейхстагом развевалось Знамя Победы. 8 мая был подписан акт о безоговорочной капитуляции, а разгром 9 мая группировки немецко-фашистских войск под Прагой поставил окончательную точку над величайшей битвой гуманизма и человеконенавистнических сил. И хотелось бы заметить, что в то суровое время даже в самых ожесточенных боях советские солдаты в своей ненависти к врагу никогда не опускались до массовой бессмысленной жестокости и слепой мести. Их не покидало чувство человечности даже в самых суровых сражениях. Поэтому не подвластен истории подвиг нашего народа, который поднялся на необычайную духовную высоту в своей священной битве с фашизмом. И никогда не померкнет светлая память и благодарность всем тем, кто отдал свои силы и кровь, кто пал смертью храбрых за Родину.

#### **Список использованных источников**

1. Народное хозяйство СССР за 70 лет. Юбилейный статистический сборник. М. 1987. С.74)
- 2.См.Бережков В.М. Страницы дипломатической истории. М. 1984. С. 58.
- 3.Жуков Г.К. Воспомяя и размышления. М.1983..С. 146 и др.
- 4.Типпельскирх К. История второй мировой войны. С-Пб. 1994.С.176, 243.
5. Цит. По книге А.Х.Ш

*Новиков Н.Н.*

*Краснодарский университет  
Министерства Внутренних Дел  
Российской Федерации»  
Научный руководитель:  
Табурца В.А.,  
подполковник полиции*

## **ОСОБЕННОСТИ ЛИЧНОСТИ ВОЕННОСЛУЖАЩИХ С СИНДРОМОМ «ВЫХОДА ИЗ ВОЙНЫ»**

Проблема посттравматических стрессовых расстройств становится в последние годы все более актуальной. Это связано с тем, что во всем мире и в России, в том числе, имеется много очагов напряженности, сопровождающихся активными боевыми действиями. Все большее число военнослужащих вовлекается в решение этих конфликтов, участвует в боях.

Многие авторы описывали различные состояния военной психотравмы у участников различных войн, появились такие термины как «корейский синдром», «вьетнамский синдром», «афганский синдром». Некоторые авторы стали употреблять термин «чеченский синдром».

Ситуация боевых действий, приводит к выраженным изменениям функционального состояния психической деятельности, характеризующимися развитием чрезвычайно сильных негативных эмоций, таких как: страх, тревога, тяжелое умственное и физическое переутомление. Развивающиеся у военнослужащих в условиях боевых действий психические расстройства определяют собирательным термином посттравматическое стрессовое расстройство (ПТСР).

Посттравматические стрессовые расстройства у людей, принимавших участие в боевых действиях, приводят к тому, что у человека возникает ощущение быстротечности будущей жизни и сужается круг интересов. Это значительно осложняет его социальную адаптацию в мирной жизни. Характерно, что праздники, на которые собираются боевые друзья, только усиливают посттравматический синдром.

Цель исследования – изучить психологические особенности военнослужащих, подвергшихся насилию в период прохождения срочной службы. Объект исследования – военнослужащие с синдромом «выхода из войны». Предмет исследования – особенности личности военнослужащих с синдромом «выхода из войны».

Задачи исследования:

- 1) проанализировать теоретические представления о явлениях, связанных с синдромом «выхода из войны» в современной российской армии;
- 2) провести экспериментальные исследования особенностей личности военнослужащих с синдромом «выхода из войны»;
- 3) осуществить количественный и качественный анализ результатов эксперимента и интерпретировать экспериментальные данные;
- 4) написать научный отчет об исследовании.

В процессе работы использовались диагностические методы, направленные на определение особенностей личности военнослужащих.

Гипотеза – военнослужащие с различным периодом протекания синдрома «выхода из войны» имеют идентичный психологический портрет.

Выборку исследования составили 20 военнослужащих с проявлениями синдрома «выхода из войны», проходящих службу в в/ч 3717 в различные периоды. В ходе экспериментального исследования была проведена диагностическая работа, направленная на изучение особенностей личности, характера, самооценки, агрессивности военнослужащих, с проявлениями посттравматического военного стресса.

В таблице 1 приведены результаты статистического анализа данных обследования военнослужащих с проявлениями посттравматического военного стресса, посредством методики Р.Кеттелла.

Для 72% обследованных типично снижение потребности в общении, адаптивности, гибкости в контактах с окружающими. Для них характерны эмоциональная холодность, формальность в контактах, снижение интереса к окружающей жизни, уменьшению способности идти на компромиссы. При этом в делах, исполнении требований чаще всего проявляется точность и обязательность.

**Таблица 1** – Черты личности, встречаемые с высокой частотой (более 60%) в группе военнослужащих с проявлениями посттравматического военного стресса

Первичные факторы	А (низкие)	Н (высокие)	Q2 (низкие)	О (высокие)
Частота встречаемости в группе (%)	72	64	80	78

В таблице 1 допущены следующие сокращения: А – Шизотимия – Аффектотимия, Н - Естественность – Искусственность, Q2 – Социабельность – Самодостаточность, О – Гипертимия – Гипотимия.

Приведенные в таблице 1 данные, свидетельствуют о сходстве испытуемых по ряду личностных черт. Более 64% военнослужащих экспериментальной группы демонстрируют высокие результаты по фактору Н. Вероятно, для них типично стремление к демонстрации социально одобряемого поведения, искусственность в установлении отношений.

Такие испытуемые стремятся к установлению существенной дистанции в общении, склонны к интригам, могут переоценивать свою социальную опытность, вести себя искусственно, вызывая тем самым раздражение сослуживцев. Из таблицы 1 очевидно, что 80% обследованных демонстрируют низкие результаты по фактору Q2. Это значит, что для подавляющего числа испытуемых типично снижение показателя независимости, самодостаточности, повышение потребности в советах и одобрении окружающих. Такая личность часто не чувствует в себе сил, чтобы самостоятельно решать волнующие проблемы, нуждается в «чувстве локтя», в поддержке, советах и одобрении окружающих. У таких людей довольно часто возникают трудности в выработке собственной линии поведения, что и ведет, вероятно, к чрезмерной искусственности поведения, привязанности к стереотипам, которые могут оказываться неадекватными социальной ситуации, в которую попадают призывники.

Более 78% обследованных по результатам методики Кеттелла обнаружили повышение значений фактора О – Гипертимия – Гипотимия. Вероятно, для таких испытуемых типичны переживания чувства вины, сомнений в собственной компетентности. Они могут демонстрировать неуверенное поведение, снижение общего фона настроения, склонность к излишним самокопаниям и самообвинениям.

Результаты диагностики особенностей самооценки военнослужащих, с проявлениями посттравматического военного стресса, свидетельствуют о типичной для выборки демонстрации неадекватной самооценки.

45 % испытуемых показали результаты более 75 баллов. Эти данные указывают на определенные отклонения в формировании личности. Завышенная самооценка может подтверждать личностную незрелость, неумение правильно оценить результаты своей деятельности, сравнивать себя с другими; такая самооценка может указывать на существенные искажения в формировании личности – «закрытости для опыта», нечувствительности к своим ошибкам, неудачам, замечаниям и оценкам окружающих.

41% обследованных продемонстрировали результаты ниже 45 баллов, то есть занижение самооценки.

За низкой самооценкой могут скрываться два совершенно разных психологических явления: подлинная неуверенность в себе и «защитная», когда декларирование самому себе собственного неумения, отсутствия способности и тому подобного позволяет не прилагать никаких усилий.

Существенное занижение самооценки свидетельствует о крайнем неблагополучии в развитии личности. Наиболее существенное снижение происходит по критериям «ум, способности», «характер», «внешность».

Проведенное экспериментальное исследование позволяет сделать вывод о том, что военнослужащие срочной службы с проявлениями посттравматического военного стресса различной продолжительности течения обладают рядом типичных особенностей, а именно – эмоциональная холодность, формальность в контактах, снижение интереса к окружающей жизни, уменьшению способности идти на компромиссы. При этом в делах, исполнении требований чаще всего проявляется точность и обязательность. Для большинства из них типично стремление к демонстрации социально одобряемого поведения, искусственность в установлении отношений. Такие испытуемые стремятся к установлению существенной дистанции в общении, склонны к интригам, могут переоценивать свою социальную опытность, вести себя искусственно, вызывая тем самым раздражение сослуживцев. Для подавляющего числа испытуемых типично снижение показателя независимости, самодостаточности, повышение потребности в советах и одобрении окружающих.

Такая личность часто не чувствует в себе сил, чтобы самостоятельно решать волнующие проблемы, нуждается в «чувстве локтя», в

поддержке, советах и одобрении окружающих. Для жертв ПТСР типичны переживания чувства вины, сомнений в собственной компетентности. Они могут демонстрировать неуверенное поведение, снижение общего фона настроения, склонность и излишним самокопанием самообвинениям. Результаты диагностики особенностей самооценки военнослужащих, с проявлениями посттравматического военного стресса различной продолжительности течения свидетельствуют о типичной для выборки демонстрации неадекватной самооценки. Для жертв посттравматического военного синдрома типичны различные проявления агрессивности.

Таким образом, гипотеза исследования подтвердилась – военнослужащие срочной службы с проявлениями посттравматического военного стресса различной продолжительности течения имеют идентичный психологический портрет. Результаты исследования имеют практическую значимость для психологов воинских частей, медицинских учреждений для оказания психологической поддержки и коррекции личностных расстройств жертв с посттравматического военного стресса различной продолжительности течения.

Список использованных источников:

1. Андрющенко А. В., Посттравматическое стрессовое расстройство при ситуациях утраты объекта экстраординарной значимости.-URL: <http://www.consilium-medicum.com>
2. Рабочая книга психолога внутренних войск. Под общей редакцией генерал-лейтенанта Кавуна С.Ф. М.:2007.- Типография ВВ МВД РФ

*Краснодарский университет  
Министерства Внутренних Дел  
Российской Федерации»  
Научный руководитель:  
Пищулин С.Н.,*

## **ДЕЛИНКВЕНТНОЕ ПОВЕДЕНИЕ ПОДРОСТКОВ КАК ПСИХОЛОГИЧЕСКИЙ ФЕНОМЕН: ГЕНЕЗИС ПРОБЛЕМ, ПОДХОДЫ К ПРОФИЛАКТИКЕ**

Одной из форм отклоняющегося поведения подростков является делинквентное поведение. Но часто делинквентное поведение путают с девиантным, являющимся более широким понятием отклоняющегося поведения и включающим в себя такие формы отклонений как наркомания, алкоголизм, проституция и т.д. Поэтому, прежде чем рассматривать делинквентное поведение подростков, необходимо кратко охарактеризовать и девиантное поведение, чтобы иметь представление о различии этих двух форм отклоняющегося поведения подростков.

Девиантное поведение - это система поступков, отклоняющихся от общепринятой или подразумеваемой нормы (психическое здоровье, права, культура, мораль).

Делинквентность обычно начинается со школьных прогулов и приобщения к асоциальной группе сверстников. За этим следует мелкое хулиганство, издевательство над младшими и слабыми, отнимание мелких карманных денег у малышей, угон (с целью покататься) велосипедов и мотоциклов. Реже встречаются мошенничество и мелкие спекулятивные сделки, вызывающее поведение в общественных местах. К этому могут присоединиться "домашние кражи" небольших сумм денег. Все эти действия в несовершеннолетнем возрасте не являются поводом для наказания в соответствии с УК РФ.

Однако подростки могут проявлять большую делинквентную активность и тем причинять много беспокойства. Обычно именно делинквентность служит наиболее частой причиной для разбирательств в комиссиях по делам несовершеннолетних.

Причины, по которым дети и подростки попадают в так называемую группу риска, коренятся в отношении к ним со стороны семьи, общества и государства. По мнению руководителя фонда НАН, члена Общественной палаты при Президенте РФ О.В. Зыкова, главное -

судьба ребенка и его конфликт в микросоциуме. А асоциальное поведение -это протест, попытка привлечь к себе внимание взрослых. Правонарушение, совершенное ребенком, это всегда продолжение какого-то правонарушения, насилия, несправедливости взрослых по отношению к нему [1].

Причины существования и функционирования делинквентного поведения в разных социально-экономических формациях, в различных исторических условиях неодинаковы. Тем не менее, их объяснение имеет нечто общее: в основе этих противоречий всегда лежат объективные социальные противоречия. Социальная природа делинквентного поведения не вызывает сомнения. Оно "существует в обществе, благодаря обществу и в связи с условиями этого общества". Однако, говоря о делинквентном поведении, следует иметь в виду конкретное общество, конкретную нормативную систему и конкретные отклонения от норм, действующих в данном обществе.

Любая смена общественного строя, вызывая глубокие потрясения экономической, социальной и духовной сфер жизни, приводит к росту делинквентного поведения. Для современной России причинами широкого распространения различных форм делинквентного поведения являются: тяжелое экономическое состояние общества, возрастающий разрыв между бедностью и богатством, ослабление государственной власти, разрушение позитивных ценностных ориентаций, упадок нравственности и культуры. Смена государственного режима, неэффективные социально-экономические реформы привели Россию к ярко выраженному социально-экономическому неравенству населения, к весьма существенным различиям в реальных возможностях удовлетворять свои потребности. Все это порождает зависть, неудовлетворенность, социальные конфликты, нередко выливающиеся в различные формы делинквентного поведения. "Миллионы людей чувствуют себя ущемленными, а это всегда таит угрозу протестующего поведения..." [2]. Рассматривая социально-экономические причины делинквентного поведения, нельзя недооценивать роль духовного, нравственного фактора, или, иными словами, значение субъективных причин. Нарушение социальных норм испокон веков люди объясняли плохими привычками, недостатком воспитания, низкой общественной моралью, то есть искали причины делинквентных проявлений в сфере общественного сознания, которую при определенном подходе можно назвать культурой данного общества.

Как правило, под культурой понимают "биологически ненаследуемое содержание совместной жизни и деятельности людей, представляющее собой искусственные, созданные людьми объекты». Раз-

личают культуру материальную (техника, орудия труда, предметы быта и др.) и духовную (науки, различные учения, научные знания, нормы права и морали, идеалы, ценностные ориентации, навыки, образы поведения, взгляды и т.п.).

Духовная культура складывается исторически, под воздействием многих факторов. Социологи доказали, что существует прямая и обратная связь между нравами людей (то есть духовной культурой) и образом их жизни, под которым понимается "совокупность типичных видов жизнедеятельности индивида, социальной группы, общества в целом в единстве с условиями их жизни". Поэтому различным социальным группам в любом обществе присущи характерные особенности духовной культуры.

Следовательно, социальные группы с делинквентным поведением обладают определенной, отличной от других (делинквентной) духовной культурой. В рамках общей культуры культура отдельных социальных групп выступает как субкультура. Под субкультурой понимаются малые культурные миры - система ценностей, установок, способов поведения и стиля жизни, которая присуща более мелкой социальной общности, пространственно и социально в большей или меньшей степени обособленной. При этом субкультурные атрибуты, ценности, ритуалы и другие устойчивые модели поведения, как правило, отличаются от ценностей и образцов поведения в господствующей культуре, хотя и тесно связаны с ними. Именно духовная культура подвержена различным негативным влияниям, воздействию и проникновению делинквентной субкультуры.

Чем выше уровень делинквентных проявлений, тем большее влияние оказывает делинквентная субкультура на состояние общей духовной культуры всего общества. Являясь основой системы ценностей социальных групп с делинквентным поведением, делинквентная субкультура вступает в конфликт с общественно одобряемой системой культурных норм. Таким образом, в качестве девиантогенного фактора выступает комплекс противоречий между общественными культурными нормами и нормами отдельных субкультур. В настоящее время в России высокий уровень девиаций способствует распространению делинквентной субкультуры. При этом ее воздействию в первую очередь подвергается молодое поколение.

В сфере досуга для большинства правонарушителей типично беспорядочное и бесцельное времяпрепровождение (часто в составе групп сверстников с отрицательной направленностью), праздное "шатавание" по улицам, участие в выпивках. У большинства лиц данной категории побуждения, интересы, желания сводятся к потребитель-

ству, обладанию вещами, вызывающими зависть у других, стремлению к постоянным развлечениям, возможности не отказывать себе в возникающих желаниях. В силу таких психологических установок и бытовых позиций формируются эгоистические привычки, создаются ситуации, способствующие правонарушениям, в том числе в связи с групповыми выпивками, потреблением наркотиков и других возбуждающих средств, азартными играми и т.д.

Непосредственная причина делинквентного поведения подростков заключается в сдвигах и дефектах социальной и психологической характеристики. Искажения эти формируются главным образом путем усвоения взглядов соответствующей микросреды. Большинство авторов говорят о нравственной испорченности, правовой инфантильности или правовом инфантилизме и о нравственной запущенности.

Подростковая делинквентность в подавляющем большинстве имеет чисто социальные причины -- недостатки воспитания, прежде всего.

Делинквентность далеко не всегда связана с аномалиями характера, с психопатологиями. Девиантные и делинквентные формы поведения - это приспособление к социальным и психологическим реалиям отрочества и юности, хотя и осуждаемое обществом за свой экстремизм.

Развитие личности подростка проходит очень интенсивно, поэтому, для выявления и предупреждения социальных и психологических отклонений в поведении ребенка педагогу-психологу следует проявлять особую тонкость в работе с такими детьми. При проведении профилактической работы с подростками важно научить их психогигиеническим навыкам поведения, умению делать здоровый выбор, чтобы стать социально-компетентными людьми.

Формирование личностной и социальной компетентности подростков, коррекцию их негативных поведенческих проявлений важно начинать с развития у них позитивного образа "Я", чувства самоуважения, развития способности критически мыслить, умения ставить социально значимые цели и принимать ответственные решения.

Для того чтобы подросток умел делать здоровый выбор, его следует обучить умению владеть эмоциями, справляться со стрессами, тревожностью, конфликтами; научить неагрессивным способам реагирования на критику, самозащиты, сопротивления давлению со стороны других людей, умению противостоять вредным привычкам, одновременно формируя у него ценности, позволяющие делать здоро-

вый выбор и решать возникающие проблемы социально - позитивными средствами.

Работа по профилактике отклонений в развитии личности и поведении подростков имеет смысл лишь в том случае, если осуществляется на основе:

- успешности учебной деятельности (учения);
- эмоционально положительной, удовлетворяющей учащихся системы их взаимоотношений (со сверстниками, учителями, родителями);
- психологической защищенности.

В совокупности оказываемая подросткам помощь при соблюдении названных выше требований и условий позволяет обеспечить им равномерное гармоничное развитие личности, ее базисных структур и их проявлений в деятельности, поведении с учетом индивидуальных темпов и вариантов личного развития [4].

Профилактика - это совокупность государственных, общественных, социально-медицинских и организационно-воспитательных мероприятий, направленных на предупреждение, устранение и нейтрализацию основных причин и условий, вызывающих различного рода социальные отклонения в поведении подростков. В профилактике психофизического развития подростка выделяют первичную, вторичную и третичную:

- первичная профилактика - предупреждение возникновения у подростков отклонений в психофизическом развитии;
- вторичная профилактика - предупреждение перехода нарушений развития в хронические формы, возникновения вторичных отклонений;
- третичная профилактика - социально-трудовая адаптация лиц, страдающих отклонениями.

Под профилактикой в социальной педагогике понимаются, прежде всего, научно обоснованные и своевременно предпринятые действия, направленные на:

- предотвращение возможных физических, психологических или социокультурных обстоятельств у отдельного подростка или несовершеннолетних, входящих в группу социального риска;
- сохранение, поддержание и защиту нормального уровня жизни и здоровья несовершеннолетнего;
- содействие подростку в достижении социально значимых целей и раскрытие его внутреннего потенциала.

Сам термин "профилактика" обычно ассоциируется с запланированным предупреждением какого-либо неблагоприятного события,

т. е. с устранением причин, способных вызвать нежелательные последствия.

Так как социальные отклонения могут быть вызваны разными причинами и обстоятельствами, можно выделить несколько профилактических мероприятий:

- нейтрализующие;
- компенсирующие;
- предупреждение возникновения обстоятельств, способствующих социальным отклонениям;
- устраняющие эти обстоятельства;
- контролирующие проводимую профилактическую работу и ее результаты.

Эффективность профилактических мероприятий может быть обеспечена только при условии обязательного включения следующих составляющих:

- направленности на искоренение источников дискомфорта, как в самом подростке, так и в социальной и природной среде и одновременно на создание условий для приобретения несовершеннолетним необходимого опыта для решения возникающих перед ним проблем;
- обучение ребенка новым навыкам, которые помогают достичь поставленных целей или сохранить здоровье;
- решение еще не возникших проблем, предупреждение их возникновения.

В целом, процесс профилактики делинквентного поведения подростков можно обозначить двумя основными движущими силами благотворного воздействия на становление личности несовершеннолетних - это воспитание и образование.

Образование - важнейший социально значимый фактор и большая динамическая сила, "оказывающая благотворное влияние на становление личности, развитие ее идейных и нравственных устоев, формирование морально-нравственного и научного мировоззрения, общего сознания, высокого культурного уровня человека" [5].

"Образование - это огромное и мощное профилактическое средство, позволяющее преодолевать возникновение и развитие неправомерного поведения молодежи". Совершенно справедливо исследователи, разрабатывающие вопросы профилактики преступности, рассматривают повышение образовательного уровня населения как мощный антикриминогенный фактор. Образование дает возможность человеку реализовать свои личностные качества - раскрыть способности в общественной работе, досуге, организовать с социально-нравственных позиций семейную жизнь, завоевать доверие и уваже-

ние коллектива, утвердить себя в обществе, наконец, получить материальное обеспечение жизнедеятельности и т.п. Следует также отметить, что ученые, разрабатывающие проблемы этики, констатируют наличие прямой зависимости между повышением образования и утверждением норм социальной нравственности, расценивая знания как предпосылку моральности.

Как правильно отмечает И.В. Крупина, наиболее приоритетной ценностью, обеспечивающей социальный прогресс общества, является уровень образования, соответствующий требованию общества и его развитию. Это диктует необходимость всеобщности и доступности образования для каждого человека, использования современных технологий в воспитании и обучении.

В процессе получения систематического образования формируются основные жизненные позиции личности, мировоззренческие установки, практически-действенное отношение к обществу, к нормам права, к доминирующим в обществе формам поведения. Само по себе образование не может дать рецепт нравственного поведения человека на каждый случай. Оно внедряет относительно устойчивый и в то же время гибкий способ поведения, закрепляет в сознании принципы адекватного реагирования на требования, существующие в обществе, что помогает человеку соизмерять поведение с собственными личными убеждениями и конкретной социальной ситуацией, выбирать приемлемую линию поведения. Форма, структура поведения - это не каталог заученных предписаний, приобретенный личностью в процессе воспитательного воздействия и индивидуального опыта, а "внутренне воспринятый и реализуемый индивидом способ поведения. Это и есть главный результат воспитания, результат сформировавшегося мировоззрения".

Воспитание, как и образование, - сила, способная сформулировать и дать обществу полноценную личность. "Эффективность воспитательного воздействия достигается целенаправленным, систематическим и квалифицированным руководством этим процессом. Такой подход резко повышает эффективность процесса воспитания". Помимо нравственно-психологических качеств, на изменение которых рассчитано воспитание, подросток должен приобрести социальные качества личности: знания, профессиональное умение, трудовые навыки, привычки и потребности в культурных формах досуга, опыт нормального социального общения. В социологии этот процесс называется социализацией личности. При этом воспитание рассматривается как одно из главных средств социализации.

*Паю Е.А.*

*Краснодарский  
государственный университет  
культуры и искусств  
Научный руководитель:  
Сатига Е.В.,  
канд. пед. наук, доцент*

## **СТАНОВЛЕНИЕ ПЕРВОДЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В ГОДЫ ВЕЛИКОЙ ОТЕЧЕСТВЕННОЙ ВОЙНЫ В РОССИИ**

Внезапное начало Великой Отечественной войны привело к стремительному росту становления профессиональной подготовки переводчиков при факультетах учебных заведений и созданию многочисленных курсов военных переводчиков. Слушатели занимались по 10 часов в день, в условиях скудной материальной базы, при свете коптилки, отправляясь на работу после занятий. Основным изучаемым языком был немецкий.

Ускоренная программа подготовки переводчиков уже в декабре 1941 года позволила отправить первые группы военных переводчиков на фронт, основная деятельность которых заключалась в обнаружении противника. Огромная ответственность состояла в безукоризненном знании языка и военной терминологии, умении адекватно перевести документы и составить протокол допроса военнопленного. Кроме того, военная обстановка позволяла переводчику брать на себя обязанности офицера штаба.

«В разведке, в подразделениях пропаганды на противника и в других структурах военные переводчики составляли важное звено информационного обеспечения боевой деятельности войск, внося свой вклад в дело Победы. Сбор и обработка разведывательных сведений, перевод и изучение захваченных документов противника, радиоперехват, допрос военнопленных, рейды в тыл противника, парламентёрство, написание агитационных листовок на языке противника – вот далеко не полный перечень тех обязанностей, которые возлагались на военных переводчиков в боевых частях и соединениях. Военные переводчики обеспечивали все важнейшие переговоры с союзниками на Тегеранской, Ялтинской, Потсдамской конференциях» [1;3].

Изюм-Эрик Салиховна Рахманкулова, доктор филологических наук, профессор кафедры языкознания Московского педагогического университета, переводчик разведотдела на передовой и за линией фронта вспоминает: «На курсах военных переводчиков мы интенсивно изучали немецкий язык, тексты практической направленности, военную терминологию и наизусть учили немецкие военные уставы. В институте проводились ещё и краткосрочные курсы, основной целью которых было освоение таких военных предметов, как топография и тактика. Помимо изучения военных предметов я получила и аттестат с отличием, потому что у меня за все годы обучения в школе не было ни одной «четвёрки». Чуть позже в знак поощрения меня, военного переводчика второго разряда, перевели в группу ближней разведки, где приходилось работать со всевозможными трофейными документами, в чём мне очень помогали математическое мышление и логика» [4; 8].

Во время войны учителя и преподаватели учебных заведений страны вынуждены были решать переводческие задачи, обрабатывая документы для разведывательного отделения Генерального штаба Красной Армии, обеспечивая необходимой справочной литературой. В это время издаются учебники и учебные пособия для обучения переводчиков, учебники немецкого языка для военнослужащих Красной Армии, немецко-русский и русско-немецкий военные словари, военные разговорники для командира и солдата Красной Армии, а также многие другие учебные пособия и методические рекомендации по технике допроса военнопленных. Военному переводчику для решения поставленных задач необходимо было твердо знать следующее:

вооружение противника, организацию и тактику наступления и обороны боя;

военную, техническую, топографическую терминологию. Военные переводчики участвовали при допросах военнопленных и задержанных, подозрительных местных жителей, вели протоколы допросов на немецком языке, учет документов, готовили сообщения о добытых военных сведениях противника начальнику разведки, кроме того, выполняли отдельные поручения разведуправления.

Составление реферата на документ противника было одной немаловажной обязанностью переводчика во время Великой Отечественной войны. Карпов В.В. [2] называл военных переводчиков родными братьями разведчиков, глазами и ушами армии.

Для достижения адекватности и эффективности коммуникативного взаимодействия важно учитывать специфику переводческой де-

тельности, которая « заключается в том, что в некоторых случаях помимо осуществления непосредственно перевода переводчик как посредник межъязыкового общения вынужден выполнять просьбы и указания коммуникантов. На переводчика возлагают не только функцию языкового посредника, но и равноправного участника коммуникации, которого просят объяснить что-либо, убедить собеседника, узнать какую-либо информацию» [3;265].

Годы Великой Отечественной войны заложили основательный фундамент для становления переводческой деятельности в современное время в России, которая начала развитие в 90-е годы XX века. Основание Европейского союза позволило увеличить обучение специалистов – переводчиков к возросшим предъявляемым требованиям. Становление высококвалифицированных переводческих кадров, имеющих высокий уровень владения языками, базируется на фундаментальных знаниях известных ученых-переводчиков, участников Великой Отечественной войны

#### **Список использованных источников:**

Гарбовский, Н.К. Вестник Московского университета. Сер. 22. Теория перевода. 2010. – № 2. – С. 3.

Карпов, В.В. Гибель и воскрешение разведчика - М.: Вече, 2010. – 448 с.

Поддубнова А.А. Коммуникативный статус переводчика//Вестник ИГЛУ, 2013. – С.261 – 266.

Рахманкулова, И.С. Дорога на фронт //Вестник Московского университета. Сер. 22. Теория перевода. 2010. – № 2. – С. 3.

## **ПАКЕТ АНТИКРИЗИСНЫХ ТРЕНИНГОВ КАК ПРЕДИКТОР УСПЕШНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КОМПАНИЙ В УСЛОВИЯХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ОГРАНИЧЕНИЙ**

В сложной кризисной ситуации руководитель должен найти ответы на следующие животрепещущие вопросы. Как сохранить эффективность функционирования предприятия, сократив его численность? Как управлять компанией в условиях нестабильности? Как оптимизировать выполнение функций предприятия и снизить издержки? Как замотивировать людей на работу, не смотря на снижения зарплат и увольнения, как сохранить и нормализовать атмосферу в коллективе? Как сохранить свои позиции на рынке и извлечь из кризиса пользу? Какую стратегию развития компании выбрать? Как повысить продажи в условиях кризиса? Как сохранить выдержку и самообладание для принятия верных решений и преодолеть панические настроения в коллективе?

В современной ситуации социально-экономического развития крупные тренинговые компании предлагают интересный с точки зрения практической психологии в менеджменте пакет услуг. Это специальный пакет антикризисных тренингов и программ обучения персонала, заточенных под наиболее актуальные задачи, которые помогут компании преодолеть кризис, оптимизировать работу предприятия, повысить продажи, замотивировать персонал, повысить эффективность работы предприятия в условиях кризиса.

Кризис требует быстрых, грамотных, креативных решений. Новые условия рынка диктуют любой компании новые форматы работы. Из множества инструментов необходимо выбрать самый надежный, направленный на оперативное решение поставленных задач.

Пакет антикризисных тренингов – это решение проблемы.

### **1) Тренинг принятия антикризисных решений.**

Условия жизни меняются быстрыми темпами, нужно успеть перестроиться, верно оценить момент, выработать новый подход и отношение к действительности. Как повысить эффективность принятия

решений в условиях кризиса, разработать стратегию преодоления компанией кризиса, сформулировать новые бизнес-цели компании, Тренинг принятия решений для руководителей высшего и среднего звена позволит развить креативность и нестандартность в выработке антикризисной стратегии компании, стимулирует генерацию новых идей для развития компании, выхода из кризиса, оптимизации работы предприятия. Важно помнить – кризис, это не только риск и неопределенность, кризис – это всегда шанс.

Продолжительность: 2 дня по 4 часа.

Для кого: руководители компаний, директора по развитию, руководители антикризисных проектов, директора по персоналу.

Задачи тренинга: Обучения навыкам принятия антикризисных решений, разработка антикризисной стратегии развития компании, использование кадрового потенциала для генерирования оптимальных решений.

Программа тренинга.

Кризис-менеджмент. Развитие бизнеса в условиях кризиса-угрозы и возможности для компании. Инструменты антикризисного управления. Определение целей и механизмы их достижения. Разработка стратегии развития компании в условиях кризиса. Стратегические и тактические решения. Модели принятия решений в условиях риска и неопределенности.

Технологии и методы индивидуального принятия решений. Генерирование идей. Стимуляция креативности в разработке решений.

Групповое принятие решений. Использование кадрового потенциала компании для разработки антикризисных решений. Взаимодействие с работниками при принятии решений: согласование, учет мнений и др. Коллективные методы принятия антикризисных решений. Мозговые штурмы, совещания, межфункциональные команды, рабочие группы.

Методы работы в ходе тренинга: мини-презентации; практические упражнения в группах, деловые игры, сообщения и мини-лекции тренера, видео и раздаточный материал, разбор кейсов.

**2) Антикризисное управление: оптимизация работы персонала в условиях кризиса.**

От того, каким образом руководство компании будет распоряжаться ее ресурсами, и в первую очередь человеческими ресурсами, будет зависеть ее успех на рынке даже в ситуации нестабильной внешней среды и условиях экономического кризиса.

После вынужденного сокращения части сотрудников, компания сталкивается с новыми вызовами – как наладить взаимодействие и

нормализовать обстановку в коллективе, как сплотить команду, повысить мотивацию к работе у сотрудников в условиях кризиса, сформировать лояльное отношение к компании, поддержать имидж руководства компании в глазах подчиненных, сохранить корпоративную культуру и рабочий настрой в коллективе, помочь сотрудникам правильно организовать свой график в связи с увеличением ответственности, полномочий, появлением новых должностных обязательств, изменением позиции в компании. Все эти актуальные для компании задачи призван решить специально разработанный тренинг Оптимизации работы персонала в условиях кризиса. В данный тренинг включены самые эффективные на сегодняшний день инструменты повышения эффективности работы персонала – Стратегии управление персоналом и адаптации во время кризиса, практики и методы, психологические игры и упражнения, направленные на решение конкретных бизнес-задач.

Продолжительность: 3 дня по 4 часа

Для кого: руководители компаний, директора по персоналу, HR специалисты, менеджеры различного уровня. Цель тренинга - обучение способам антикризисного управления персоналом, развитие кадрового потенциала для оптимизации работы компании в период кризиса.

Программа тренинга.

1. Инструменты антикризисного управления персоналом. Кадровая политика в условиях кризиса. Оптимизация численности персонала. Способы сохранения кадрового потенциала при минимизации издержек. Разработка программы антикризисной мотивации персонала. Проблемы стимулирования работников в условиях кризиса. Материальное и нематериальное стимулирование. Разрешение конфликтных ситуаций в период кризиса.

2. Стабилизация социально-психологического климата в коллективе. Преодоление психологических барьеров к изменениям в компании. Повышение работоспособности сотрудников при внедрении изменений условий труда. Подготовка сотрудников к решению задач в условиях быстрого темпа и высокой интенсивности работы. Методы преодоления эмоционального кризиса у сотрудников в условиях общей экономической неопределенности.

3. Лидерство в антикризисном управлении. Методы организации работы команды. Взаимодействие в системе «Лидер» – «Команда» в период кризиса. Методы поддержания лояльности персонала к компании и к руководству. Антикризисный портрет лидера.

4. Построение системы антикризисных внутренних коммуникаций в компании. Формирование необходимой корпоративной культуры в период кризиса. Имидж руководителя и внутрикорпоративный PR в компании.

5. Потенциал кризисной ситуации. Кризис – источник новых возможностей.

### **3) Антистресс-тренинг.**

Данный тренинг релаксации и развития навыков саморегуляции поможет сохранить и стабилизировать психологическую атмосферу в коллективе, преодолеть панику и нервозность, возникающие в условиях неопределенности и быстро меняющихся условий, повысить стрессоустойчивость и выработать правильное отношение к грядущим переменам.

Тренинг поможет раскрыть внутренние психологические и профессиональные ресурсы, чтобы пережить трудные времена, позволит повысить эффективность работы в условиях кризиса, преодолеть зарождающиеся или давно назревшие в компании конфликты, оптимизирует общение и взаимодействие в коллективе.

Важно помнить – кризис когда-то закончится, а жизнь продолжается! Основы психологии оптимизма и новейшие техники саморегуляции представлены в этом тренинге.

Продолжительность: 2 дня по 4 часа

Для кого : руководители и персонал компаний.

Задачи тренинга: преодоление стресса в условиях нестабильности, профилактика профессиональных стрессов и выгораний у персонала и руководителей в период кризиса, раскрытие внутренних ресурсов личности, развитие навыков регуляции состояний, повышение личной эффективности и продуктивности в работе.

Программа тренинга.

Методы преодоления стрессовых состояний. Симптомы и причины стресса. Техники преодоления стресса. Способы разрядки, снятия напряжения на каждый день. Использование воображения для релаксации и защиты от стресса. Особенности восприятия ситуации и реагирования на нее. Профилактика стресса, осознание и изменение негативных установок. Правила антистрессового поведения. Как избежать стрессов в профессиональном общении. Эффективное поведение в ситуациях давления, прессинга, нестабильности. Факторы снижения стресса – как преодолеть кризис, поднять настроение, почувствовать себя счастливым. Основы позитивного мышления. Новый взгляд на кризис – скрытые возможности.

Форма работы – психологические игры, упражнения, техники релаксации, аутогенные тренировки, аудио-видео сопровождение.

#### **4) Время активных продаж.**

Кризис кризисом, а продавать нужно. Тренинг эффективных продаж переработан и адаптирован к условиям изменившейся рыночной среды. Последние технологии ведения агрессивных продаж, методы психологического воздействия и убеждения собеседника, техники НЛП, навыки эффективных деловых коммуникаций, самопрезентации, работы с возражениями, техники аргументации, заключения сделки, стратегии удержания и борьбы за клиента, формирование установки на успех. Тренинг включает последние мировые наработки технологии эффективных продаж и позволяет создать оптимум мотивации для стимулирования активных продаж в условиях кризиса.

Продолжительность : 2 дня по 4 часа.

Цель тренинга: формирование умений и навыков, способствующих успешным продажам, повышение продаж в условиях кризиса,

Для кого: продавцы-консультанты; торговые представители; менеджеры по продажам розничных и оптовых отделов; менеджеры по работе с клиентами; старшие менеджеры и супервайзеры отделов продаж; тренинг-менеджеры отделов продаж.

Программа тренинга.

Специфика продаж в кризис. Техники агрессивных антикризисных продаж (методы психологического воздействия и убеждения собеседника, техники НЛП в продажах, навыки эффективных деловых коммуникаций, самопрезентации, работы с возражениями, техники аргументации, заключения сделки). Поиск новых клиентов и определение потребностей клиента в условиях кризиса. Привлечение и удержание постоянных клиентов. Стратегии удержания и борьбы за клиента. Профилактика "потери" клиентов в кризис. Разработка конкурентного предложения. Профессиональные продажи VIP и корпоративным клиентам в кризис. Особенности антикризисных продаж на рынке B2C и B2B. Стимулирование продаж в кризис: методы повышения продаж, типичные ошибки и их устранение. Технологии повышения результативности «продавцов». Формирование установки на успех. Кризис- это шанс.

#### **5) Бестинг обслуживания клиентов в условиях кризиса.**

Данная программа инноваций позволит успешно выйти из кризиса.

Главная проблема, с которой уже столкнулись в условиях кризиса торговые, производственные предприятия и компании, оказывающие услуги, – отток клиентов и спад спроса. Это требует от компании

изменения тактики работы, в том числе и внимательного отношения к обслуживанию клиентов. Новое время предъявляет повышенные требования к клиентскому сервису. Сегодня, когда на рынке ужесточается конкуренция, уменьшается спрос и растет предложение, идет борьба за лояльность клиентов, и требования к уровню обслуживания клиентов непрерывно растут.

Как сохранить своих клиентов в условиях кризиса, преумножить, повысить лояльность – на решение этих задач и направлен тренинг в первую очередь. Как использовать момент кризиса для удержания и привлечения новых клиентов, как стать лучшим из лучших в своей сфере, предоставив своим клиентам гарантии, стабильность и поддержку в условиях кризиса. В программе тренинга разработка и внедрение антикризисных клиентских программ, улучшение навыков работы с клиентом, технологии стимулирования лояльности, поддержка имиджа компании в период кризиса. Предлагайте своим клиентам самое лучшее, проявите заботу, окажите эмоциональную поддержку в период кризиса, и они навсегда останутся с вами.

Для кого: тренинг рассчитан на сотрудников отдела обслуживания клиентов, менеджеров по работе с клиентами, ключевых продавцов, руководителей подразделений продаж, внутренних тренеров и наставников компании.

Цель тренинга: совершенствование профессиональных навыков обслуживания клиентов и их спецификация в условиях кризиса.

Программа тренинга.

Психология клиента в условиях нестабильности. Оптимизация технологий обслуживания клиентов в кризис. Специфика ценностей и потребностей клиентов в период кризиса.

Привлечение и удержание клиентов. Сохранение качества обслуживания клиентов в кризис. Программы повышения лояльности. Кризисная поддержка клиентских программ. Принципы разработки антикризисных программ для клиентов. Как доказать нужность услуг компании в условиях кризиса. Повышение стандартов обслуживания для создания уверенности в стабильности и надежности компании. Поддержка имиджа компании в период кризиса.

Совершенствование навыков эффективного обслуживания клиентов. Индивидуальный подход. Клиент-ориентированность. Этический кодекс и принципы делового общения. Стандарты обслуживания и индивидуальные стили. Поведение в ситуациях работы с "трудным клиентом". Принципы работы с сомневающимся и конфликтным клиентом. Аргументация и работа с возражениями клиента. Психология влияния и воздействия. Приемы саморегуляции в стрессовой си-

туации взаимодействия с клиентом. Антикризисное обслуживание VIP клиентов.

Форма работы: Занятия проводятся в виде: информационных блоков, интерактивного общения с тренером упражнения с последующим обсуждением и дискуссией; активно используются ролевые игры, моделирование рабочих ситуаций, презентации участников, форматы деловой и интеллектуальной игры, практикума, мини-конференции, разбора кейсов.

**б) Антикризис PR –имидж компании и личный имидж руководителя.**

Как сохранить и выгодно представить корпоративный имидж организации в меняющихся условиях, основы антикризисного внешнего и внутреннего PR, гармонизация корпоративных отношений в условиях кризиса, социально-психологический климат организации и его коррекция в условиях увольнений. Руководитель – как антикризисный лидер. Авторитет и решения руководства в условиях кризиса, повышение лояльности сотрудников к компании и руководству. Выработка антикризисной PR стратегии компании, оперативный план работы в кризисе, организация взаимодействия со СМИ и общественностью в кризисном информационном потоке. Также предлагается услуга индивидуального PR сопровождения руководителя.

Для кого: директора и специалисты отделов маркетинга, рекламы и PR; консультанты и специалисты по маркетинговым коммуникациям; пресс-секретари, руководители пресс-служб; руководители компаний, заинтересованные в PR своей компании на рынке. Цель тренинга: Обучение технологиям антикризисного PR, разработка антикризисной PR стратегии компании, PR поддержка имиджа руководителя в период нестабильности.

Программа тренинга.

Имидж в эпоху кризиса. Антикризисный PR как инструмент кризис-менеджмента. Коррекция имиджа. Управление имиджем. Особенность антикризисных коммуникаций.

1. Антикризисный имидж компании. Внутренний и внешний PR компании в период кризиса. Алгоритм разработки антикризисной стратегии PR кампаний, механизм взаимодействия с СМИ. Антикризисный имидж компании. Подготовка материалов для прессы. Взаимодействие с ключевыми клиентами компании. Технологии черного PR и информационная безопасность. Контакты представителей высшего менеджмента компании с Масс-Медиа. Борьба со слухами и паникой в период нестабильности. Внутрикorporативный PR: антикризисная поддержка корпоративной культуры, формирование лояльно-

сти сотрудников к компании. Корпоративные нормы поведения в кризисной ситуации.

## 2. Антикризисный имидж руководителя

Антикризисный портрет Лидера (харизматичность, решение проблем, внушение уверенности, гарантия стабильности, справедливость и ответственность, мотивация последователей, компетентность, своевременное информирование и осведомленность, видение будущего, развитие команды). PR поддержка руководителя в СМИ. Отработка навыков лидерского поведения. Антикризисные коммуникации руководителя. Социальная компетентность лидера. Управление собой и другими. Лидер и ситуация. Позиция победителя. Во время мирового кризиса самое ценное – позитив! Благодаря кризису откроются новые возможности и перспективы. Кризис – время смелых решений, время пересмотра прежних взглядов и позиций, время проверки истинных ценностей, время сеять, чтобы потом пожинать плоды.

Вкладывая в сохранение и помощь своей компании сегодня – во времена перемен и высокой неопределенности, вы получаете блестящую команду и преуспевающую эффективную, стабильную компанию – завтра, когда рынке останутся только сильнейшие игроки, те, кто действительно способен решать задачи и оптимизировать работу в меняющихся условиях.

### **Список использованных источников:**

1. [nltk.ru/programms/author/anticrisis.html](http://nltk.ru/programms/author/anticrisis.html)
2. Д.Ющенко.- Как пережить кризис: НЛП в бизнесе.-URL:dhe-nlp.ru
3. Консалтинг и НЛП в условиях кризиса.-URL:<http://www.bonsk.ru>

*Финансовый университет  
(Краснодарский филиал)  
Научный руководитель:  
Титоренко М.Ф.,  
д-р ист. наук, профессор*

## **СТАНОВЛЕНИЕ И РАЗВИТИЕ МАЛОГО БИЗНЕСА В РОССИИ (ИСТОРИЧЕСКИЙ АСПЕКТ)**

История российского предпринимательства в России начинается со средних веков. Купцы, торговцы, ремесленники представляли собой начинающих предпринимателей. Там, где почва была малопродуктивна для земледелия, и населению приходилось прибегать к подсобным заработкам, люди занимались кустарным производством. Кустари работали на отдаленный рынок, вследствие чего появилась необходимость торгового посредника, который зачастую подчинял себе мелкого производителя. Таким образом, в условиях российской действительности мелкий производитель закономерно попадал в зависимость от торгового капитала в силу экономического превосходства крупного массового сбыта над разрозненным мелким сбытом. С появлением капитализма действия предпринимателей постепенно обретали цивилизованные формы.

На дальнейшее развитие российской экономики повлияли две крупнейшие реформы XIX в., которые сыграли решающую роль в оживлении и подъеме экономики и предпринимательства. Это, прежде всего, отмена крепостного права в 1861 г., тормозившего прогресс в России, реформы С.Витте и его сподвижников на рубеже XIX-XX вв., заложившие правовые и экономические основы стабилизации и подъема экономики России. Была создана финансовая и производственно-коммуникационная инфраструктура – банки, биржи, ярмарки, новые транспортные магистрали, заводы, фабрики и др. «Резко повысилась предпринимательская активность... Частная собственность давала быструю отдачу».

Интеграция России в мировое капиталистическое хозяйство произошла в начале XX в. В этот период малый бизнес был представлен кустарным производством, постепенно вытесняемым частными мелкими фабриками, заводами, кооперативами. К 1917 г. функ-

ционировало около 50 тыс. кооперативов с численностью 12-13 млн. человек [1]. Индивидуальное частное предпринимательство преобладало в торговле, сфере услуг, сельском хозяйстве, пошиве одежды и обуви, пищевой промышленности, строительстве, медицине, адвокатуре и др. В основе деятельности кооперативов лежала коллективная собственность и демократические начала в управлении, которые отвечали основам российского жизненного уклада. Первая мировая война 1914 г. и революции 1917 г. отбросили экономику России назад.

Новый виток развития частное и кооперативное предпринимательство получило в годы новой экономической политики (1921-1928 гг.). Был отмечен рост производства в сельском хозяйстве и промышленности, увеличился товарооборот, получила развитие финансовая система. Был введен золотой червонец, объявлена свобода частной торговли, восстановлены банки и др. Декретом СНК РСФСР от 24 мая 1921 г. «Об обмене» разрешалась частная торговля товарами. Ее преобладающей формой была базарная. Социальный состав частных торговцев представляли бывшие коммерсанты (15 %), приказчики (25 %), остальные 60 % составляли служащие, рабочие и представители других профессий [2]. Развитию кооперации в торговле в первые годы нэпа препятствовало отсутствие денежных средств и товаров, пользующихся повышенным спросом. К началу 1931 г. кооперация сосредоточила 2/3 товарооборота страны. Частное предпринимательство в промышленности получило распространение в форме аренды и появления частных предприятий, работавших с небольшим капиталом преимущественно для местного рынка.

Кооперативы в большинстве своем занимались производством предметов широкого потребления (выпечка хлебобулочных изделий, сушка плодов, маслоделие и др.). К концу 30-х годов XX в. частное предпринимательство стало вытесняться государством, свертывание предпринимательской деятельности завершилось в 40-е годы XX в. [3].

Отдельные экономические и административные послабления государство сделало в послевоенный период (1946-1950 гг.): отменены карточки, разрешено кустарничество, ремесленничество, отхожие промыслы и др. Во второй половине 60-х-70-е гг. начался очередной виток в развитии потребительской кооперации. При этом функционировали теневая и цеховая экономика («теневая» экономика составляла до 40 % ВВП). Взаимодействие открытого и теневого капитала процветало в торговле, сфере услуг, в производстве трикотажных изделий, одежды, обуви, сувениров, мебели и др. С переходом к рыноч-

ным отношениям, с середины 80-х годов XX в. начался следующий этап развития малого бизнеса. Государство стало оказывать ему поддержку. В 1988 г. индивидуальной трудовой деятельностью занимались 734,2 тыс. человек [4].

Кооперативы стали своего рода прообразом малых предприятий. Их число и численность занятых в них увеличились более чем в 10 раз, объемы реализуемых товаров и услуг выросли почти в 20 раз. К началу 1991 г. насчитывалось около 260 тыс. кооперативов с 6,2 млн. работников [5]. Большинство кооперативов (до 85 %) работали на государственные предприятия. Отметим, что треть населения считала, что кооперация подрывает экономику, расшатывает политические основы общества. Вместе с тем кооперативы стали начальной школой малого предпринимательства.

Новый импульс в развитии малого предпринимательства дало Постановление Совета Министров от 8 августа 1990 г. «О мерах по созданию и развитию малых предприятий». С 1991 г. малое предпринимательство заняло собственную рыночную нишу со значительным комплексом проблем, переориентировалось на коммерческую деятельность. Предприятия, которые не успели перестроиться на новую рыночную экономику, разрушались либо ликвидировались. Малое предпринимательство все чаще наталкивалось на бюрократические барьеры.

На рубеже XX – XXI вв. малое предпринимательство уже наработало определенный опыт, предприниматели стали выбирать наиболее приемлемые организационно-правовые формы в своей деятельности, оценивать возможности действующих и потенциальных конкурентов, обеспечивать для себя оптимальное сочетание стратегических и тактических вопросов.

В настоящее, по мнению ученых, малому предпринимательству отведено множество функций: экономическая, ресурсная, организаторская, инновационная, социальная и др. За счёт поддержки сегмента малого предпринимательства государство может повысить уровень благосостояния населения, увеличить число граждан со средним уровнем дохода. Для этого государство принимает меры для того, чтобы упростить процесс регистрации малых предприятий, поддерживать и развивать малое предпринимательство в России.

Список использованных источников:

1. Баженов Ю.К. Малое предпринимательство: практическое руководство по организации и ведению малого бизнеса. - М., 2012.
2. Зайкин Ю.Ю., Волков А.А. Перспективы малого бизнеса в России. - М., 2014.

- 3.Воронов А.А. Малый бизнес - стратегический приоритет национальной конкурентоспособности России. - М., 2013.
- 4.Дубинин Е.А. О малом предприятии. - М.,2011.
- 5.Орлов А. Предпринимательство в России (истоки и этапы до 1992 года).- М., 2012.

*Все права защищены. Никакая часть данного издания не может переиздаваться или распространяться в любой форме и любыми средствами, электронными или механическими, включая фотокопирование, звукозапись, любые запоминающие устройства и системы поиска информации, без письменного разрешения правообладателя.*

## **Устойчивое развитие России в условиях глобальных изменений**

Материалы региональной научно-практической конференции студентов и молодых учёных,  
г. Краснодар, 29 мая 2015 г

### ***Текстовое электронное издание***

Минимальные системные требования:

Компьютер: процессор x86 с тактовой частотой 500 МГц и выше;  
ОЗУ 512 Мб; 5 Мб на жестком диске; видеокарта SVGA 1280x1024 High Color (32 bit); привод CD-ROM  
Операционная система: Windows XP/7/8  
Программное обеспечение: Adobe Acrobat Reader версии 6 и старше.

**Издательство: Краснодарский ЦНТИ – филиал ФГБУ «РЭА»  
Минэнерго России  
350058, г. Краснодар, ул. Старокубанская 116А**