

ISSN 2072-0297



МОЛОДОЙ[®] УЧЁНЫЙ

международный научный журнал



25
2016
Часть IV

16+

ISSN 2072-0297

МОЛОДОЙ УЧЁНЫЙ

Международный научный журнал

Выходит еженедельно

№ 25 (129) / 2016

РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ:

Главный редактор: Ахметов Ильдар Геннадьевич, кандидат технических наук

Члены редакционной коллегии:

Ахметова Мария Николаевна, доктор педагогических наук

Иванова Юлия Валентиновна, доктор философских наук

Каленский Александр Васильевич, доктор физико-математических наук

Куташов Вячеслав Анатольевич, доктор медицинских наук

Лактионов Константин Станиславович, доктор биологических наук

Сараева Надежда Михайловна, доктор психологических наук

Абдрасилов Турганбай Курманбаевич, доктор философии (PhD) по философским наукам

Авдеюк Оксана Алексеевна, кандидат технических наук

Айдаров Оразхан Турсункожаевич, кандидат географических наук

Алиева Тарана Ибрагим кызы, кандидат химических наук

Ахметова Валерия Валерьевна, кандидат медицинских наук

Брезгин Вячеслав Сергеевич, кандидат экономических наук

Данилов Олег Евгеньевич, кандидат педагогических наук

Дёмин Александр Викторович, кандидат биологических наук

Дядюн Кристина Владимировна, кандидат юридических наук

Желнова Кристина Владимировна, кандидат экономических наук

Жуйкова Тамара Павловна, кандидат педагогических наук

Жураев Хусниддин Олтинбоевич, кандидат педагогических наук

Игнатова Мария Александровна, кандидат искусствоведения

Калдыбай Кайнар Калдыбайулы, доктор философии (PhD) по философским наукам

Кенесов Асхат Алмасович, кандидат политических наук

Коварда Владимир Васильевич, кандидат физико-математических наук

Комогорцев Максим Геннадьевич, кандидат технических наук

Котляров Алексей Васильевич, кандидат геолого-минералогических наук

Кузьмина Виолетта Михайловна, кандидат исторических наук, кандидат психологических наук

Курпаяниди Константин Иванович, доктор философии (PhD) по экономическим наукам

Кучерявенко Светлана Алексеевна, кандидат экономических наук

Лескова Екатерина Викторовна, кандидат физико-математических наук

Макеева Ирина Александровна, кандидат педагогических наук

Матвиенко Евгений Владимирович, кандидат биологических наук

Матроскина Татьяна Викторовна, кандидат экономических наук

Матусевич Марина Степановна, кандидат педагогических наук

Мусаева Ума Алиевна, кандидат технических наук

Насимов Мурат Орленбаевич, кандидат политических наук

Паридинова Ботагоз Жаппаровна, магистр философии

Прончев Геннадий Борисович, кандидат физико-математических наук

Семахин Андрей Михайлович, кандидат технических наук

Сенцов Аркадий Эдуардович, кандидат политических наук

Сенюшкин Николай Сергеевич, кандидат технических наук

Титова Елена Ивановна, кандидат педагогических наук

Ткаченко Ирина Георгиевна, кандидат филологических наук

Фозилов Садриддин Файзуллаевич, кандидат химических наук

Яхина Асия Сергеевна, кандидат технических наук

Ячинова Светлана Николаевна, кандидат педагогических наук

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

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

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

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

Статьи, поступающие в редакцию, рецензируются. За достоверность сведений, изложенных в статьях, ответственность несут авторы. Мнение редакции может не совпадать с мнением авторов материалов. При перепечатке ссылка на журнал обязательна.

Международный редакционный совет:

Айрян Заруи Геворковна, *кандидат филологических наук, доцент (Армения)*

Арошидзе Паата Леонидович, *доктор экономических наук, ассоциированный профессор (Грузия)*

Атаев Загир Вагитович, *кандидат географических наук, профессор (Россия)*

Ахмеденов Кажмурат Максutowич, *кандидат географических наук, ассоциированный профессор (Казахстан)*

Бидова Бэла Бертовна, *доктор юридических наук, доцент (Россия)*

Борисов Вячеслав Викторович, *доктор педагогических наук, профессор (Украина)*

Велковска Гена Цветкова, *доктор экономических наук, доцент (Болгария)*

Гайич Тамара, *доктор экономических наук (Сербия)*

Данатаров Агахан, *кандидат технических наук (Туркменистан)*

Данилов Александр Максимович, *доктор технических наук, профессор (Россия)*

Демидов Алексей Александрович, *доктор медицинских наук, профессор (Россия)*

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

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

Жолдошев Сапарбай Тезекбаевич, *доктор медицинских наук, профессор (Кыргызстан)*

Игисинов Нурбек Сагинбекович, *доктор медицинских наук, профессор (Казахстан)*

Кадыров Кутлуг-Бек Бекмурадович, *кандидат педагогических наук, заместитель директора (Узбекистан)*

Кайгородов Иван Борисович, *кандидат физико-математических наук (Бразилия)*

Каленский Александр Васильевич, *доктор физико-математических наук, профессор (Россия)*

Козырева Ольга Анатольевна, *кандидат педагогических наук, доцент (Россия)*

Колпак Евгений Петрович, *доктор физико-математических наук, профессор (Россия)*

Курпаяниди Константин Иванович, *доктор философии (PhD) по экономическим наукам (Узбекистан)*

Куташов Вячеслав Анатольевич, *доктор медицинских наук, профессор (Россия)*

Лю Цзюань, *доктор филологических наук, профессор (Китай)*

Малес Людмила Владимировна, *доктор социологических наук, доцент (Украина)*

Нагервадзе Марина Алиевна, *доктор биологических наук, профессор (Грузия)*

Нурмамедли Фазиль Алигусейн оглы, *кандидат геолого-минералогических наук (Азербайджан)*

Прокопьев Николай Яковлевич, *доктор медицинских наук, профессор (Россия)*

Прокофьева Марина Анатольевна, *кандидат педагогических наук, доцент (Казахстан)*

Рахматуллин Рафаэль Юсупович, *доктор философских наук, профессор (Россия)*

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

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

Узаков Гулом Норбоевич, *доктор технических наук, доцент (Узбекистан)*

Хоналиев Назарали Хоналиевич, *доктор экономических наук, старший научный сотрудник (Таджикистан)*

Хоссейни Амир, *доктор филологических наук (Иран)*

Шарипов Аскар Калиевич, *доктор экономических наук, доцент (Казахстан)*

Руководитель редакционного отдела: Кайнова Галина Анатольевна

Ответственные редакторы: Осянина Екатерина Игоревна, Вейса Людмила Николаевна

Художник: Шишков Евгений Анатольевич

Верстка: Бурьянов Павел Яковлевич, Голубцов Максим Владимирович, Майер Ольга Вячеславовна

Почтовый адрес редакции: 420126, г. Казань, ул. Амирхана, 10а, а/я 231.

Фактический адрес редакции: 420029, г. Казань, ул. Академика Кирпичникова, д. 25.

E-mail: info@moluch.ru; http://www.moluch.ru/.

Учредитель и издатель: ООО «Издательство Молодой ученый».

Тираж 500 экз. Дата выхода в свет: 14.12.2016. Цена свободная.

Материалы публикуются в авторской редакции. Все права защищены.

Отпечатано в типографии издательства «Молодой ученый», 420029, г. Казань, ул. Академика Кирпичникова, д. 25.

На обложке изображен выдающийся русский ученый-аграрник, писатель-фантаст-антиутопист, теоретик сельскохозяйственной экономики и создатель основ российской крестьянской кооперации *Александр Васильевич Чаянов* (1888–1937), профессор Московского сельскохозяйственного института, позже переименованного в Тимирязевскую сельскохозяйственную академию.

Убежденный социалист, Чаянов не состоял ни в одной политической партии, в то же время принял активное участие в Февральской, а позже и в Октябрьской социалистической революции. В 1919 году возглавил НИИ сельскохозяйственной экономики. С 1921 по 1923 годы входил в коллегию Наркомзема РСФСР. Александр Васильевич активно отстаивал интересы крестьянских кооперативов и выступал ярким противником капитализации сельского хозяйства. Несмотря на это, Чаянов был арестован по сфабрикованному делу и обвинен в антимарксистских взглядах и защите интересов кулачества.

Чаянов провел четыре года в тюрьмах и три — в ссылке в Казахстане. Почти все его труды были запрещены цензурой

и изъяты из архивов и библиотек. Увидела свет только часть литературных произведений, которые он издавал под псевдонимами Иван Кремнев и Ботаник X: «Венецианское зеркало, или Удивительные похождения стеклянного человека», «Необычайные, но истинные приключения графа Федора Михайловича Бутурлина, описанные по семейным преданиям», «Юлия, или Встречи под Новодевичьим», сборник стихов «Лёлина книжка» и другие. Все они вышли на средства автора.

В 1937 году А. В. Чаянов и несколько его соратников и друзей были вновь арестованы и расстреляны в Алма-Ате.

В 1987 году все обвиняемые по сфабрикованному делу вымышленной «кулацко-эсэровской группы Кондратьева — Чаянова» реабилитированы, дело было закрыто из-за отсутствия состава преступления; следователи, которые его вели, арестованы по обвинению в незаконных методах ведения следствия.

Екатерина Осянина, ответственный редактор

СОДЕРЖАНИЕ

ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ

- Муликаева А. М.**
Банки и страховые компании: основы взаимодействия 327
- Muminova E. A.**
The concept of an innovation-oriented industrial corporation: essence, definition, objectives and basic principles of functioning 330
- Олин Н. А.**
Анализ состояния индустриального туризма в границах города Екатеринбурга 332
- Пахомова Е. Н.**
Управление государственным долгом РФ 334
- Переведенцева М. А.**
Современные проблемы развития транспортной системы России 339
- Перловская Д. С.**
Соответствие организации потребительским предпочтениям и лояльность потребителя 342
- Пименова М. С.**
Перспективы инновационной деятельности международного аэропорта «Шереметьево» 346
- Потапова К. К.**
Государственное и региональное регулирование в области туристской деятельности в Российской Федерации 348
- Растегаева Ф. С., Марковникова Е. Ю.**
Современные направления развития службы внутреннего аудита 351
- Рудская Е. Н., Болохова Г. А.**
МСБ-кредитование: проблемы традиционного сектора и перспективы онлайн сервисов 353
- Рудская Е. Н., Гурьева К. Н.**
Интернет Вещей: новый этап коммерциализации достижений технологической революции 365
- Рудская Е. Н., Орехова М. С.**
Судовое снабжение как логистический сервис на рынке морского агентирования 372
- Рязанов С. А., Тухватуллин И. И., Яцук К. В.**
Управление подразделениями 383
- Самохина В. М.**
Прогнозирование денежных потоков жилищно-коммунального хозяйства 386
- Светогорова В. В.**
Виды аутсорсинга и их использование в российской практике 389
- Сенина М. В., Москвичева М. А.**
Основные элементы стратегии позиционирования БАД на фармацевтическом рынке Российской Федерации 391
- Скоробогатова В. В., Дубинина А. В.**
Юридическое оформление процесса приобретения запасов как один из аспектов аудита материально-производственных запасов 394
- Соболь М. С., Быкова А. В.**
Обзор торгового сотрудничества России и Бразилии в аграрном секторе 396
- Столбова Д. В., Щёткина В. Н., Варцаба Ф. Н.**
Формирование организационной культуры в реализации стратегии компании 399
- Тетерин Ю. А.**
Интеграция регионов Сибири в систему внешнеэкономических связей стран АТЭС 403
- Тимошина К. В.**
Анализ подходов к определению инновационной активности предприятия 407
- Узденов М. Х.**
Инвестиционный климат как фактор экономического развития Карачаево-Черкесской республики на современном этапе 410
- Филенкова Е. В., Кравцова О. В.**
Упрощенная система налогообложения как способ оптимизации налогообложения малого бизнеса 412
- Халатян С. Г.**
Перспективы реализации политики импортозамещения на отечественном фармацевтическом рынке 415

Царев В. Е., Вершина Д. А.

Исследование проблем в организационно-правовой структуре компании Приморского края ОАО «Владхлеб» 418

Чеботарева Н. В., Машков А. С.

Развитие каналов распределения в электронной коммерции 421

Чинахова С. Е., Елина И. А.

Особенности бухгалтерского учета для субъектов малого предпринимательства 423

Чинахова С. Е., Фокеева М. В.

Классификация затрат для калькулирования и оценки стоимости запасов и реализованной продукции..... 426

Чупров И. В.

Теоретические и концептуальные основы исследования качества жизни населения 429

Шаисламова М. Р.

Анализ стратегии развития электронного университета в Республике Узбекистан..... 432

ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ

Банки и страховые компании: основы взаимодействия

Муликаева Анастасия Маратовна, магистрант
Тюменский государственный университет

Развиваясь, финансовый рынок создал условия для развития сотрудничества банков и страховых компаний. С помощью банка страховая компания получила возможность эффективно размещать финансовые активы, а у банка появилась возможность страховать свои риски. Удовлетворяя взаимные интересы, банки и страховщики начали создавать совместные банковско-страховые продукты и услуги, расширяющие финансовые возможности населения.

С середины 90-х годов Россия присоединилась к процессу слияний и поглощений финансовых организаций, получившему свое развитие в середине 80-х годов в Европе. Стали создаваться финансовые союзы — объединения банков и страховых компаний. Данное явление обусловило возникновение банкострахования и формирование банкостраховых групп [1].

На данный момент существует несколько моделей развития банкострахования (табл. 1).

Таблица 1. Модели развития банкострахования

Модель	Описание	Преимущества	Недостатки	Страна наибольшего распространения
Соглашение о распространении	Банки действуют как посредники для страховых организаций	Возможность быстро приступить к осуществлению операций. Не требует капиталовложений	Недостаточная гибкость для запуска новых продуктов. Различия в корпоративной культуре	США, Германия, Япония, Южная Корея
Совместное предприятие	Банк сотрудничает с одной или несколькими страховыми организациями	Обмен опытом	Сложности управления в долгосрочной перспективе	Италия, Испания, Португалия, Южная Корея
Интегрированный бизнес	Создание новой финансовой организации	Единая корпоративная культура	Значительные инвестиции	Франция, Испания, Бельгия, Великобритания, Ирландия

Банки заинтересованы в сотрудничестве со страховыми компаниями:

- 1) дополнительные доходы;
- 2) расширение клиентской базы;
- 3) удержание клиентов при смене их предпочтений;
- 4) повышение качества обслуживания клиентов.

Для страховщиков в банкостраховании также есть очевидные выгоды:

- 1) снижение издержек на каналы распространения продуктов;
- 2) увеличение количества клиентов и выход на новые сегменты рынка;

3) улучшение качества бизнеса [3].

Также стоит отметить, что для повышения доходов и банку, и страховой компании следует находить надежного партнера, так как промахи в сотрудничестве могут вызвать не только финансовые потери, но и нанести удар по деловой репутации, которую сложно не только получить, но и вернуть [2]. Учитывая низкий уровень доверия к финансовым институтам в России, данная проблема особенно актуальна.

По итогам 2015 года объем рынка банкострахования сократился всего лишь на 0,5% и составил 213 млрд рублей, а кредитное розничное страхование, которое являлось драйвером прошлых лет, сократилось на 20,5%.

Благодаря замещению кредитного страхования не кредитным рынок банкострахования избежал сильного падения. Некредитное страхование клиентов банка выросло на 42,5% за 2015 год, а страхование собственных рисков банков прибавило 30,3%. Однако страхование розничных заемщиков остается крупнейшим сегментом банкострахования, его доля составила 48,8% за 2015 год и объем — 104 млрд рублей (Рис. 1).

Динамика кредитного и не кредитного страхования в 2015 году имела разнонаправленный характер, что при-

вело к росту доли розничного страхования клиентов банка, которое не связано с кредитованием, до 38,8% (на 11,7 п.п. выше доли 2014 года), а объем взносов составил 82,7 млрд рублей (Рис. 2).

Что касается участников рынка банкострахования, то концентрация рынка продолжает усиливаться. Большая доля взносов (46%), полученных через банковский канал продаж за 2015 год, пришлось на трех страховщиков, а их доля за 2015 год увеличилась на 9 п.п., доля 10 крупнейших страховых компаний увеличилась на 5 п.п. и составила 71%

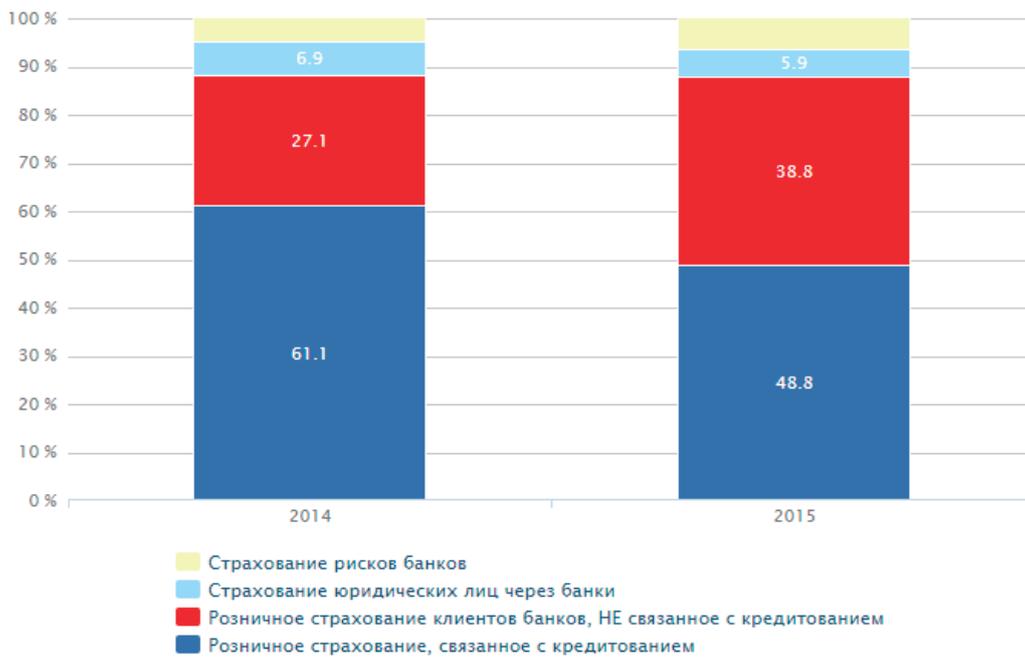


Рис. 1. Динамика структуры рынка банкострахования

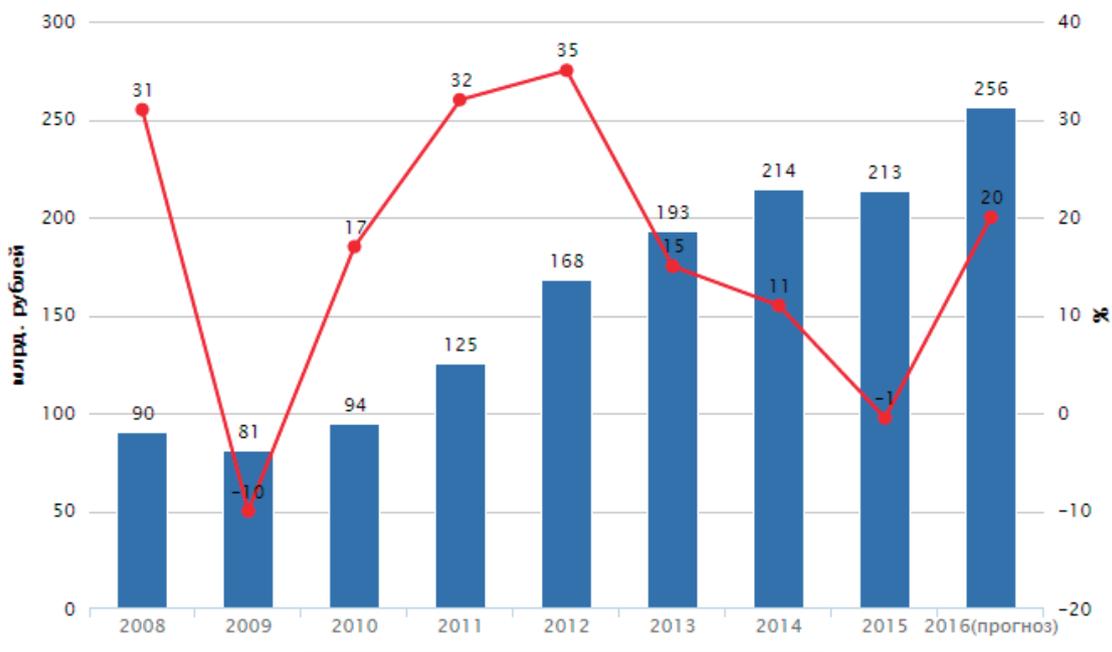


Рис. 2. Динамика рынка банкострахования

(Рис. 3). Такую тенденцию можно объяснить ростом некре- дитного страхования клиентов банков, которое активно продвигают страховщики, аффилированные с банками [5].

За 2015 год в тройку лидеров банкострахования, как и в 2014 году, вошли ООО СК «Сбербанк страхование жизни», ООО СК «ВТБ Страхование» и Страховая группа «Альфастрахование». При этом за 2015 год ООО СК «Сбербанк страхование жизни» и ООО СК «ВТБ Стра- хование» увеличили свои доли в общем объеме рынка банкострахования на 4 п.п. каждый, а Страховая группа «Альфастрахование» — на 1 п.п.

Также доля страховых компаний, связанных с бан- ками, за 2015 год увеличилась на 14 п.п. и составила 66% объема банкострахования (Рис. 4).

Развитие отношений между банками и страхов- щиками подтверждается прогнозом «Эксперт РА» на 2016 год, в котором ожидается рост рынка банкострахо- вания на 20%. Данный прогноз основан на оживлении кредитования, поэтому ожидается рост кредитного роз- ничного страхования на 15% за счет страхования жизни и здоровья заёмщиков потребительских кредитов. Что же касается некредитного страхования, то также про-

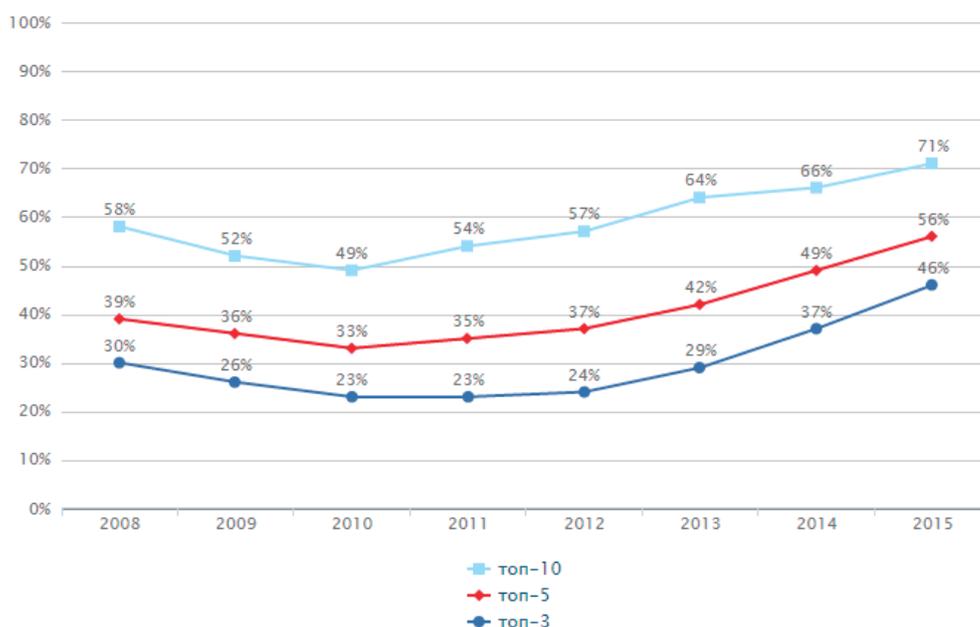


Рис. 3. Концентрация рынка банкострахования

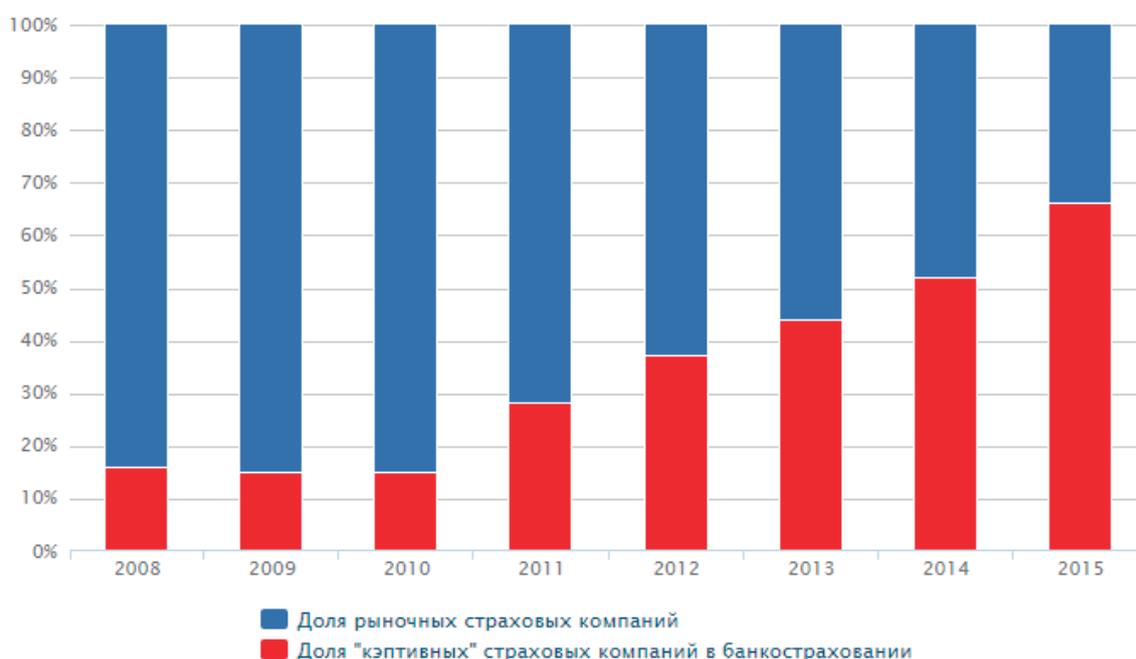


Рис. 4. Динамика доли кэптивных страховщиков в банкостраховании

гнозируется рост на 30%. Это объясняется активностью страховщиков, связанных с банками. Здесь драйвером выступит инвестиционное страхование жизни +40%.

Интенсивный рост различных форм взаимоотношений страховых организаций и банков, как за рубежом, так

и в России, а также активные процессы формирования системы корпоративного страхования, в рамках которой реализуется страховая защита банковской деятельности и различных форм финансовых взаимоотношений страховщиков и банков, обуславливают важность развития данного взаимоотношения [4].

Литература:

1. Екимов, А. В. Развитие банкострахования в России: проблемы и перспективы // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2016. № 2. С. 90–96.
2. Елембаева, К. Д. Эффективность сотрудничества банковских учреждений и страховых компаний // Молодой ученый. — 2014. — № 6. — С. 411–413.
3. Кожевникова, И. Н. Взаимоотношения страховых организаций и банков. М.: Анкил, 2012. 112 с.
4. Скворцова, Н. В., Урмацких С. А. Рынок банкострахования в России: современное состояние, проблемы и новые правила его функционирования // Экономика и современный менеджмент: теория и практика. 2014. № 35. С. 24–33.
5. Аналитическое исследование РА «Эксперт» <http://raexpert.ru>.

The concept of an innovation-oriented industrial corporation: essence, definition, objectives and basic principles of functioning

Muminova Elnorahon Abdugarimovna, docent
Ferghana polytechnic institute (Uzbekistan)

As the academician of Russian Academy of Science V. M. Polterovich states “modern system with a broad definition has to include almost all the economic institutions”. To determine the nature and functions of the national innovation system theory of systems should be addressed. YU. P. Surmin, author of the widely cited textbook, writes: “Isolation and construction of the system is carried out as follows: the aim is put, that must be provided by system; defined function (or functions), which provides the implementation of function. The aim is a condition at which trend movement of the object is aimed. The goal is usually caused by a problem situation, which can not be resolved in cash.

The results of the analysis of problems of innovative development show that it is necessary to clarify and supplement the theoretical and methodological assumptions of the theory of organization of modern corporations in terms of the latest scientific achievements in the field of system-integration theory, theory of resources, formation of a strategic competitive advantage, theory of routines. Moreover, strong influence on theoretical and applied research on the formation of tools and mechanisms of improving the management of the modern corporation has actual practice of successful development of modern industrial corporations that have changed the structure of assets, policy formation costs, investment, and provision of balanced growth of the main financial parameters.

In private industrial corporation maximization of the utility takes place in the related market economy economic

system to the same extent as that of maximizing profits or income of owners of the corporation; public industrial corporations owned by regional corporations may aim to improve the utility of all citizens by providing collective services and even the failure of their own profit; private corporations attempt to maximize their usefulness by means of achieved income.

We believe that, along with the problems of the organization of production [1, p 52] studyobjectof theory of firm [2, p 78] can be represented as the sum of all economic decisions that are taken within the corporation. [3, p 141]

These include the decision on goal-setting of corporation (for example, profit maximization, the optimal supply of goods, achievement of economic domination, etc.), the structure of the company (e.g., cost-effective choice of legal form, choice of the optimal placement) on investments and financing, decisions on the development of the production program, on the choice of production technology or marketing policies. Production as a combination of factors of production is determined, first of all, by values which are independent of the historically given economic system. They can be called indifferent to the system of factors. [4, p 74] Secondly, production has impact the circumstances, which are derived from the empirically given economic system, which he calls caused by system variables.

Indifferent to the system factors are, first of all, the factors of production. Thus, in every industrial corporation (irrespective of whether it is a market, planning or other types of eco-

economic systems) factors of labour, capital goods and raw materials are combined, this combination occurs in each case on the basis of purely formal principle of profitability (economic principle). [5, p 112]

Although depending on the type of economic system setting foals of the corporation may be different, for example, the corporation market system tends to get the most profit and the corporation planning system tries to perform a specific production plan, any one of these goals is realized on the basis of profitability.

The principle of profitability, along with a system of production factors is the quantity that determines the company and independent of the economic system. Third indifferent to the system factor is the financial balance of the corporation. Production can only exist if it makes the payments in a timely manner. This applies to the corporation market system, in which it maintains its financial equilibrium, and the planning system in which financial balance can be achieved by means of subsidies. Thus, the conventional, classical approach of theory of firm considers it as a closed system with deterministic objectives stable over a long period of time. [6, p 62]

Current stage of the revolutionary development of social production dictates withdraw from the classical theory of the firm, the basic concept of which is that company's success is determined by a rational organization of production and improvement of the rational organization of production and improvement of the organizational structure, by reducing costs through optimal resource utilization. All this causes to clarification of the concept of "corporation" on the basis of generalization of the practice of production over the last 30–40 years, as described in the works of domestic and foreign scientists.

At the end of XX – beginning of XXI century, industrialized countries have carried out large-scale organizational restructuring associated with the implementation of a new paradigm for the development of resources and quality management. This paradigm occurred on the basis of generalization of world practice, in particular, by such scholars as: R. Nelson and G. Kleiner., E. Popov., V. Kondratyev. [7, p 82] The main thesis of this theory: a modern corporation is a multi-layer structure within which the integration takes place in space and time flow of material, financial, labor, information and other resources. Thus the term "resource" is significantly expanded and complemented by the concepts of "key competencies", "dynamic capabilities", "routines". Expansion of the concept of "resource" leads to clarification of the concept of "factor of production", i.e. land, labor, capital is supplemented by a factor "human capital", as proven by the practice of so-called new business in the structure of assets, in which intangible articles prevail.

Consequently, economy of corporation can no longer be perceived as the optimal use of only limited material resources, since the formation of the new value and competitive advantage moves to intellectual capital and innovation, and this means in particular that it is necessary to properly form the production costs due to a new meaning of the concept "Re-

source". The main elements of the corporation are "human capital" — "entrepreneurship" — "advanced technology" — "routines".

Semantically, the term "corporation" as the most advanced in qualitative terms the concept of "corporation" in our view, should be seen not only as a large integrated structures, but also as a carrier and a conductor of new production and information technologies, as well as the implementation of advanced management methods. [8, p 88] This is due to the fact that large corporations have innovative, financial, production and human resources.

Currently, assets of domestic corporations understated, investment unattractiveness, lack of working capital, obsolete technology cannot solve the problem of innovative development. This raises the question, what properties should have a management system be rebuilt or improved, which structures, elements and processes should be touched, and how to follow the concept of change of development of the national economy

Obviously, the creation of corporations, the concentration of capital, production capacity occurs in industries of technological breakthrough, producing entrepreneurial rents, in certain historical period. In the capitalistic system, there is one distinct advantage—it is the historical experience of the implementation of innovation, resource support for innovative development. That is, the emergence and of new technological order, new technologies based on the previous structure, which is reaching the limit of effectiveness ends and technological advances offered by this time fundamentally new solutions in the field of basic technologies. This was an evolutionary development of organizational and resource conditions for change of orders. Role of corporations in the course of this objective is to concentrate resources for the implementation of new technologies and new product development. Along with the development of practical achievements, complexity of business economics, corporations and accumulated problems of its scientific understanding.

First and foremost configuration and competence as the possession of assets, mainly determines the result of competition and the competitiveness of corporations. We support the statement of D. Tisza that the modern corporation focused on providing physical and social infrastructure, as well as the allocation of resources in order to transform knowledge into competence.

In today's economy the role and weight of the individual assets are significantly changed. Tangible assets, as the main source of income of the corporation, have become less significant. Increased competition has identified innovation as a mechanism of development and competitiveness on the basis of human capital. Modern markets led to an increase in competition in the market of intermediate products, which contributed to the process of destruction of the vertically integrated corporations.

We cannot deny that creation of new knowledge in the form of autonomous or "specialized" innovation does not require a complex organization and is acceptable for small organiza-

tional forms. However, for the commercialization of new technologies, carrying out innovation on a constant “industrial” basis require a complex organization. New challenges require new organizational forms, understanding the nature of knowledge and competence as a strategic asset. As a consequence, under the pressure of globalization, communications, human and information technology resources and knowledge, human capital, intangible assets become major element of corporate assets, new forms of cooperation in the field of research and development, implementation and funding of innovative projects, such as the concept of “open innovation” strategic alliances. For example, such changes have taken place in a number of Western corporations-the ratio of tangible and intangible assets has changed in the ratio of about 10–30% in the share of 70–90% of the material and intangible assets. Moreover, the basic business processes of corporations change, the strategy of generation of added value also changes. Traditional structures aimed at production and sales structures are giving way to providing a variety of warranty, after-sales maintenance and repair of sold goods.

As can be concluded from the modern corporation can be considered a repository of knowledge-knowledge, embedded in business and routine business processes. The knowledge base includes technological competence and knowledge of customer needs and ability of suppliers. This competence may be competitive advantage to the extent that they are difficult to be simulated. The ability of firms to identify and explore new opportunities to reconfigure their knowledge as assets, competencies and complementary assets to select organizational forms, optimally allocate resources, all this determines the dynamic capabilities of the company.

The success of the corporation is expressed in competitive advantage, the company’s position depends on innovation. That is innovation-oriented corporation characterized by the

level of innovation activity-an integrated feature of its innovative activity, including susceptibility to innovation, degree of intensity of the action undertaken by the transformation of innovations and their timeliness, ability to develop and apply modern methods of planning and organization of production. Innovation-oriented corporations are characterized by a constant willingness to update the main elements of the innovation system-their knowledge, technological equipment, search for key competences and dynamic capabilities.

Based on the aforesaid, under the innovation-oriented corporation we will understand such a corporation which, having a high potential for innovation, with core competencies, with the ability to rapidly generate ideas, bring them to mass production, and implementing innovations, receives rent and average industry profit on a long period of time. In such corporation, which has the above classification features, in fact, factors of production are determined by different and priorities of impact on innovation process are set.

With this understanding of the corporation it is necessary to address theoretical and procedural problems of instrumental studies of innovative processes in modern corporations.

From these facts, we may conclude that he proposed model for analyzing the above problems of the economy of innovative corporations shows that industrial innovation, economic and financial aspects must be considered as a complex and multidimensional system compared to the economy of traditional corporation. Analysis of effectiveness of activity of established corporations, survey of the views of experts and authoritative analysis of scientific publications on industrial innovation and investment, as well as studies done with our participation, show that the creation of domestic competitive innovation-driven corporation, is possible only the basis of evidence-based methodologies and techniques of organization of production systems.

References:

1. B. Braun., S. Jentoni. Harvard Business Review Russia-september 2011.p.52
2. G. Lauks. The bases of organization:-M.: Business and Service,2006.
3. O. Volkov., V. Skijarenko. The economics of corporation. —M.: INFRA-M,2008
4. E. N. Klochkova., V. I. Kuznetsov., Business Economics//M.: Yurat. —2014
5. O. A. Kavun. Diversification of Business Networks Activity in Trade: Its essence, forms, motives and risks//Problems of economy. —2014. —№ .2.
6. V. S. Katkalo. The theory of revolution strategic management//The Higher school management. —2006
7. G. Kleiner. The strategy of corporation. —M.: Business, 2008.
8. I. Konev. The systematic strategy of organizational changes of developed corporations. —2005. —№ 3. —p.88

Анализ состояния индустриального туризма в границах города Екатеринбурга

Олин Николай Алексеевич, магистрант

Уральский государственный экономический университет (г. Екатеринбург)

Статья посвящена анализу состояния индустриального туризма в городе Екатеринбурге. Рассматриваются промышленные объекты как потенциальные маршруты индустриального туризма.

Ключевые слова: *индустриальный туризм, туристский маршрут, самостоятельный туризм, экстремальный туризм, город Екатеринбург*

Людей всегда манит неизведанное или же давно забытое. Перспектива оказаться там, где не ступала нога человека, вызывает почти первобытный трепет. Однако сейчас, когда белых пятен на карте все меньше, люди нашли новый путь к заветным ощущениям. Побывать в местах, откуда все ушли, пройти по коридорам, где за десятки лет ступали единицы, вживую оказаться в местах, дающих фору любой постапокалиптической локации. Это все — индустриальный туризм.

Индустриальный туризм (от англ. «urban exploration» — городское исследование) — это сравнительно молодое направление, включающее в себя исследование промышленных территорий, производственных зданий и сооружений, шахт и транспортных инфраструктур, как заброшенных, так и действующих. Существует несколько основных видов индустриального туризма такие как:

- 1) Посещение заброшенных объектов — сталкеринг;
- 2) Посещение охраняемых территорий, территорий действующих промышленных зон и зон, не созданных для нахождения в них людей, — инфильтрация;
- 3) Исследование подземных сооружений — диггерство;
- 4) Прогулки по крышам зданий — руфинг;
- 5) Постпаломничество — посещение заброшенных, десакрализованных объектов религиозного почитания;
- 6) Пассивный и коммерческий индустриальный туризм;
- 7) Урбанизм. В данном контексте этот термин рассматривается как некая любовь к городским ландшафтам и пейзажам;
- 8) Психогеография — изучение законов и специфических эффектов территориального окружения, оказывающих влияние на эмоции и поведение человека;
- 9) Индустриальная археология [5].

Анализируя индустриальный туризм в Европе, мы видим, что он уже давно занял свою рыночную нишу. Все ценные с исторической точки зрения промышленные объекты объединены в Европейский маршрут индустриального наследия, который включает в себя больше 850 пунктов в 32 странах. Из них сформированы 13 региональных маршрутов, раскрывающих промышленную историю территорий, а также 10 тематических маршрутов, которые показывают ретроспективу конкретных видов производств на европейских землях: добычи угля, выплавки железа и стали, изготовления керамики, стекла и хрусталя, историю доиндустриального наследия, промышленного ландшафта и т.д. Одним из способов привлечения туристов на объекты индустриального туризма является проведение на их территории различных социально-культурных проектов, поскольку объекты этих маршрутов так или иначе используются в развлекательных целях, при них организуются разнообразные мероприятия, экспозиции музеев, выставки и т.п. [6].

Итак, город Екатеринбург. Он возник как крупный казенный металлургический завод, а также как крепость для подавления волнений коренного населения и русских приписных крестьян. Вскоре Екатеринбург становится главным центром промышленного освоения обширных территорий восточной части империи и основным сосредоточием торговли, расположенным на удобных сухопутных и водных путях из Европейской России в Сибирь и Среднюю Азию [2, с. 10]. На протяжении своего существования, Екатеринбург развивался, в первую очередь, как промышленный город, город-завод, подобно всему Уралу — «опорному краю державы». За свою более чем двухвековую историю Екатеринбург «накопил» большую коллекцию объектов, представляющих интерес для любителей индустриального туризма, а его удобное расположение на «перекрестке» автомобильных, железнодорожных и воздушных трасс может обеспечить значительный приток посетителей.

В Екатеринбурге основные виды индустриального туризма — это самостоятельный и экстремальный, что лишь добавляет ему «изюминку» среди молодого поколения. Город располагает большим количеством объектов, привлекающих внимание искателей приключений.

Анализ интернет-ресурсов, посвященных сбору и хранению информации о заброшенных объектах Екатеринбурга, (<https://urban3p.ru>, <http://swalker.org>, <http://ural-n.ru>, <http://ekabu.ru/> и др.) показывает изобилие таких мест. Например, около железнодорожного вокзала расположено здание мельницы Борчанинова-Первущина, интересное своим архитектурным решением, оно больше напоминает жилой дом, чем промышленный объект. «Белая башня» — бывшая водонапорная башня в Орджоникидзевском районе, интересна как архитектурный памятник эпохи конструктивизма. Могут привлечь внимание туристов недостроенная телевышка, заброшенные заводские корпуса, речушки, некогда несшие свои воды по поверхности, а теперь спрятанные в железобетонные русла огромных коллекторов. Интересен Городок-Чекистов со своими подземельями, а подземных ходов здесь немало — считается, что под Городком-Чекистов находился едва ли не каменный лабиринт, назначение которого до сих пор засекречено [4], и особенно таинственные подземелья Вознесенской горки. Жившие в нынешнем «Доме детского творчества» купцы Расторгуевы-Харитоновы обожали строить подземные скиты, хранилища и тайные ходы — чтобы в случае беды незаметно сгнуться в лабиринтах вместе со своими сокровищами. Здесь же чеканили золотую монету и хранили невероятные ценности. Тайна страшных подвалов не раскрыта до сих пор — проникнуть в них в XX веке пытались две экспедиции, но оба раза попытки обернулись провалом. Планов подземелий не сохранилось. Все это привлекает внимание любителей экстрима и несет в себе большой по-

тенциал для роста потока туристов. Поскольку отдельные части индустриальных территорий на сегодняшний день не используются по назначению, сдаются в аренду или вообще находятся в запустении, необходимо реабилитировать эти площадки, раскрыть их туристам, наполнить социальной функцией.

Приоритетными направлениями государственного регулирования туристской деятельности являются поддержка и развитие внутреннего, въездного, социального и самодеятельного туризма [1].

Самодеятельному и экстремальному туризму, как и его культурным видам, также свойственны познавательная, образовательная, эстетическая, творческая и паломническая функции [3]. Следует отметить, что индустриальный туризм, экстремальный по своей сущности, развивается бесконтрольно, и не способствует достижению поставленных задач. Отсюда следует, что в первую очередь нужно помнить о безопасности туристов, а значит, возникает необходимость в создании определенной организации способной предоставить эти услуги качественно, безопасно и получить соответствующую прибыль. Большинство людей, желающих посещать подобные индустриальные объекты, зачастую ограничивают себя, только потому, что в городе ещё не созданы условия, соответствующие мировым туристским нормам. Исходя из этого, можно говорить о необходимости разработки соответствующей программы на уровне муниципалитета, что обеспечит Екатеринбург дополнительные рабочие места и еще большую привлекательность для туристов.

Литература:

1. Об основах туристской деятельности в Российской Федерации [Электронный ресурс]: Федеральный закон от 24.11.1996 N132-ФЗ. Режим доступа: Консультант Плюс (Дата обращения: 11.11.2016 г.)
2. Букин, В. П., Пискунов В. А. Свердловск — Свердловск: Средне-Уральское книжное издательство, 1982. — 257 с.
3. Изотова, М. А., Матюхина Ю. А. Инновации в социокультурном сервисе и туризме — М., 2006. — 136 с.
4. «Городок Чекистов»: легенда Екатеринбурга [Электронный ресурс]: — Режим доступа: <http://ekb-room.ru/gorodok-chevistov-legenda-ekaterinburga-88632> (Дата обращения: 11.11.2016 г.)
5. Индустриальный туризм и городские исследования [Электронный ресурс]: — Режим доступа: http://tourlib.net/statti_tourism/industrial_tourism.htm (Дата обращения: 11.11.2016 г.)
6. Тхорик, А. С., Чакрыгина Е. С. Развитие индустриального туризма в донецком регионе // Социально-экономические аспекты развития экономики и управления. Сборник материалов международной научно-практической интернет-конференции 16–17 января 2014 г.г. Днепропетровск. С. 166–168.

Управление государственным долгом РФ

Пахомова Екатерина Николаевна, магистрант
Нижегородский государственный университет имени Н. И. Лобачевского

Проблемы, связанные с управлением государственным долгом Российской Федерации, его регулированием, с выбором правильной долговой политики всегда достаточно актуальны. Поскольку успешное их ре-

Заключение

Туристская отрасль является одной из ключевых и динамично развивающихся сфер деятельности в постиндустриальной экономике. По мнению экспертного сообщества, туризм должен стать одним из ключевых приоритетов экономического развития России.

Являясь отраслью агрегирующего типа, туризм оказывает стимулирующее воздействие на развитие смежных отраслей, таких как транспорт, связь, общественное питание, сельское хозяйство, ремесленническая деятельность, пищевая промышленность, услуг в сфере развлечений и отдыха, торговли, бытовых услуг, что, в свою очередь, способствует обеспечению занятости и повышению качества жизни населения.

С точки зрения индустриального наследия Екатеринбург занимает лидирующие позиции среди городов Российской Федерации. Промышленная архитектура здесь оригинальна, самобытна и имеет большое значение в различных сферах городской жизни, начиная с экономики и заканчивая социальными процессами. При умелом использовании у нас есть возможность использовать это преимущество для развития города, привлечения сюда как инвесторов, так и туристов. Разработка «Индустриальных маршрутов» позволит Екатеринбургу по-новому вдохнуть жизнь в свое индустриальное наследие, занять важное место в сфере российского туризма. Особую актуальность это приобретает в преддверии Чемпионата мира по футболу — 2018.

шение приводит к достижению макроэкономической стабилизации в стране.

В настоящее время в государственный долг Российской Федерации входят долговые обязательства Россий-

ской Федерации перед физическими и юридическими лицами Российской Федерации, субъектами Российской Федерации, муниципальными образованиями, иностранными государствами, международными финансовыми организациями, иными субъектами международного права, иностранными физическими и юридическими лицами, возникшие в результате государственных заимствований Российской Федерации, а также долговые обязатель-

ства по государственным гарантиям, предоставленным Российской Федерацией, и долговые обязательства, возникшие в результате принятия законодательных актов Российской Федерации об отнесении на государственный долг долговых обязательств третьих лиц [1].

Принято рассматривать управление государственным долгом Российской Федерации в широком и узком смысле (рис. 1).

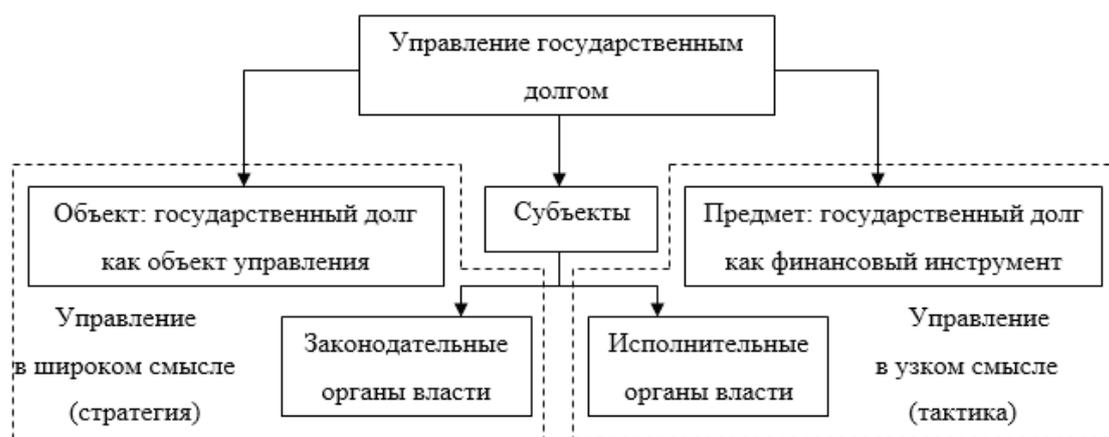


Рис. 1. Система управления государственным долгом

Следовательно, под управлением государственным долгом в широком смысле следует понимать процедуру формирования одного из направлений экономической политики государства, связанной с его деятельностью в качестве заемщика. Тогда как в узком смысле понимается совокупность мероприятий, связанных с выпуском и размещением государственных долговых обязательств, обслуживанием, погашением и рефинансированием государственного долга, а также регулированием рынка государственных ценных бумаг [2, с. 128].

Управление государственным долгом Российской Федерации в широком смысле осуществляется законодательными органами власти (иногда правительством) посредством разработки нормативно-правовых актов. К последним следует отнести:

1. Постановление Правительства Российской Федерации от 21.03.1996 г. № 316 «О Генеральных условиях выпуска и обращения облигаций государственных нерыночных займов».

2. Федеральный закон от 15.07.1998 г. № 136-ФЗ «Об особенностях эмиссии и обращения государственных и муниципальных ценных бумаг».

3. Постановление Правительства Российской Федерации от 23.06.2000 № 478 «Об урегулировании задолженности бывшего СССР перед иностранными коммерческими банками и финансовыми институтами, объединенными в Лондонский клуб кредиторов».

4. Постановление Правительства Российской Федерации от 06.11.2001 № 771 «Вопросы эмиссии и обращения государственных сберегательных облигаций»

5. Федеральный закон от 7 февраля 2011 г. № 7-ФЗ «О клиринге и клиринговой деятельности».

6. Федеральный закон от 7 декабря 2011 г. № 414-ФЗ «О центральном депозитарии».

7. Федеральный закон от 30.11.2013 г. № 371-ФЗ «О федеральном бюджете на 2015 год и на плановый период 2016 и 2017 годов» и др.

Управление государственным долгом Российской Федерации в узком смысле осуществляется исполнительными органами власти, главным образом министерством финансов и центральным банком. При этом министерством также разрабатываются нормативно-правовые акты:

1. Приказ Минфина России от 15 апреля 2010 г. № 31н «Об утверждении условий эмиссии и обращения облигаций внешних облигационных займов Российской Федерации».

2. Приказ Минфина России от 15 июля 2015 г. № 214 «Об эмиссии облигаций федерального займа с индексируемым номиналом № 52001RMFS».

3. Приказ Минфина России от 22 мая 2015 г. № 80н «Об утверждении Условий эмиссии и обращения облигаций федерального займа с индексируемым номиналом».

4. Приказ Минфина России от 24.05.2016 № 179 «Об эмиссии облигаций внешних облигационных займов Российской Федерации» и др.

Управление государственным долгом Российской Федерации охватывает ряд взаимосвязанных направлений деятельности (рис. 2):

Основные методы управления государственным долгом в Российской Федерации представлены на рис. 3.



Рис. 2. Направления деятельности по управлению государственным долгом Российской Федерации

В целях изучения эффективности управления государственным долгом Российской Федерации следует рассмотреть объемы государственного внешнего и внутреннего долга страны в динамике.

На основании данных, представленных в документе «Государственный внешний долг Российской Федерации (2011–2016 гг.)» [3], необходимо рассмотреть и проанализировать динамику государственного внешнего долга за исследуемый период.

На рис. 4 представлены показатели объема государственного внешнего долга Российской Федерации 2011–2016 гг.

Внешний долг с 2011 г. по 2016 г. увеличился на 10045,4 млн долл, и тенденция была разнонаправленной. Так, если с 2011 по 2012 гг. объем внешнего долга сократился на 10,4%, то с 2012 по 2016 гг. данный показатель составил прирост на 39,67%. Отмеченное увеличение государственного внешнего долга Российской Федерации за анализируемый период обусловлено заимствованиями на внешних финансовых рынках путем размещения государственных ценных бумаг, а также увеличении объемов предоставляемых гарантий в иностранной валюте.

Детальное изучение величин внешнего долга Российской Федерации позволило отметить темп прироста внешнего долга в размере 42%. С 2013 по 2014 год долг увеличился на 9,89%, но с 2014 г. по начало 2015 г. наблюдается постепенное снижение государственного

внешнего долга на 1438,8 млн долл в абсолютном значении или на 3%, а к концу 2015 г. наблюдается его резкое снижение на 8%.

Государственные гарантии Российской Федерации в общей сумме государственного внешнего долга составляли в 2011 г. — 2,28%, 2012 г. — 2,82%, в 2013 г. — 22,43%, в 2014 г. — 20,43%, в 2015 г. — 22,23%, в 2016 г. — 23,75%.

Верхний предел государственного внешнего долга Российской Федерации на 1 января 2016 года 52,6 млрд долларов США [5].

В структуре государственного внешнего долга по видам долговых обязательств на 01.01.2016 г. наибольший вес имеют еврооблигационные займы — 71,82%, предоставление гарантий России в иностранной валюте — 23,75%, остальная часть приходится на задолженность перед международными финансовыми организациями, бывшими странами СЭВ, странами, не вошедшими в Парижский клуб.

На изменения объема государственного внешнего долга имеют влияние множество показателей. В 2015 году на экономическую ситуацию в России повлияли несколько факторов: понижение цен на нефть, конфликт на Украине, ужесточение санкций. Несмотря на это, Россия даже в сложившихся условиях понижает уровень своего долга.

На основании данных, представленных в документе «Объем государственного внутреннего долга Российской

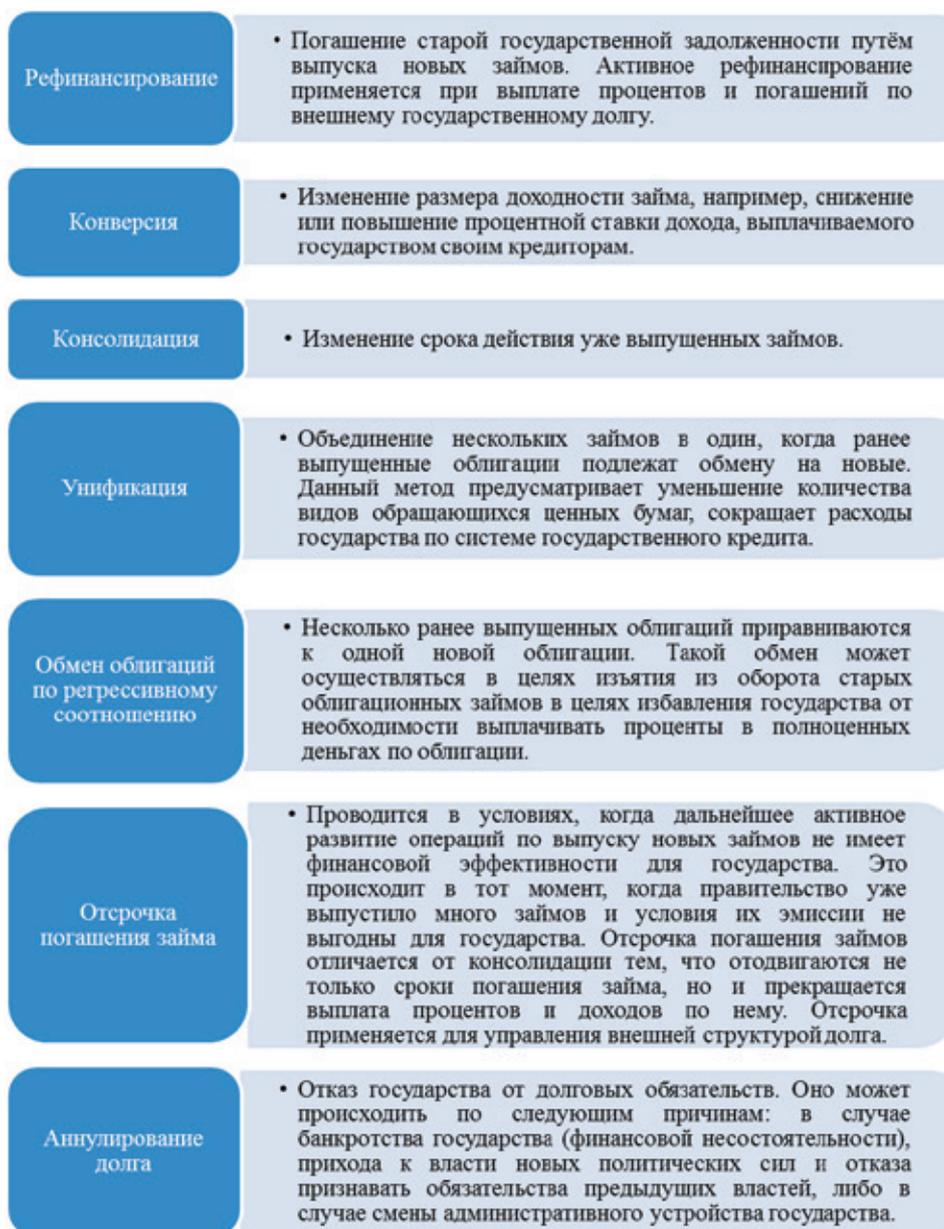


Рис. 3. Методы управления государственным долгом Российской Федерации

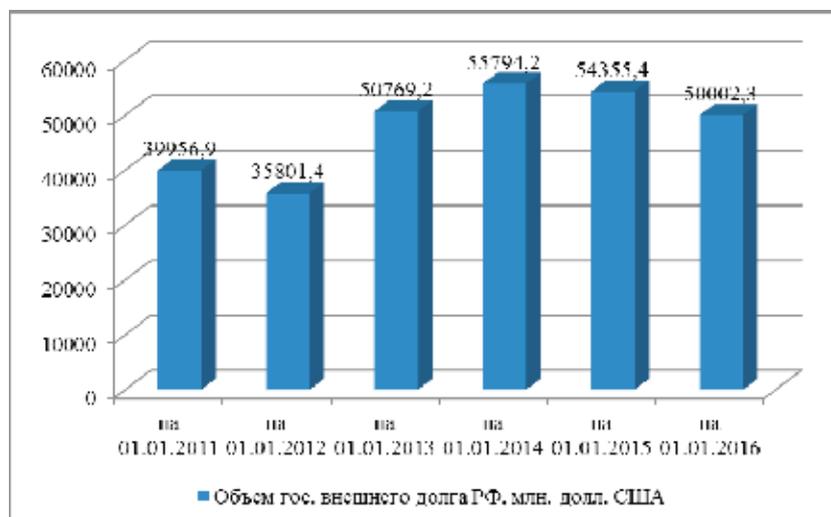


Рис. 4. Объем государственного внешнего долга России в 2011–2016 гг., млн долл. США

Федерации» [4], необходимо рассмотреть и проанализировать динамику государственного внешнего долга за исследуемый период.

На рис. 5 представлены показатели объема государственного внутреннего долга Российской Федерации 2011–2016 гг.

В 2011–2016 гг. наблюдается непрерывный рост внутреннего долга. Темп прироста долга 2012 году относительно 2011 г. составил 42,51%, в 2013 г. — 18,78%, в 2014 г. — 14,95%, в 2015 г. — 26,54%, в 2016 г. — 0,91%. Однако, несмотря на непрерывный рост внутреннего долга, наблюдается снижение его темпов в 2014 г., но

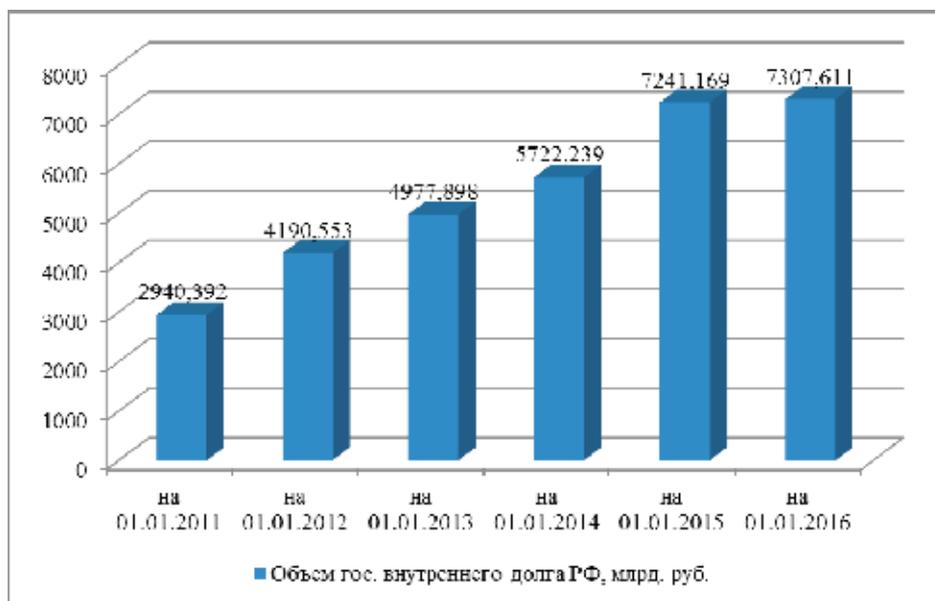


Рис. 5. Объем государственного внутреннего долга России в 2011–2016 гг., млрд руб.

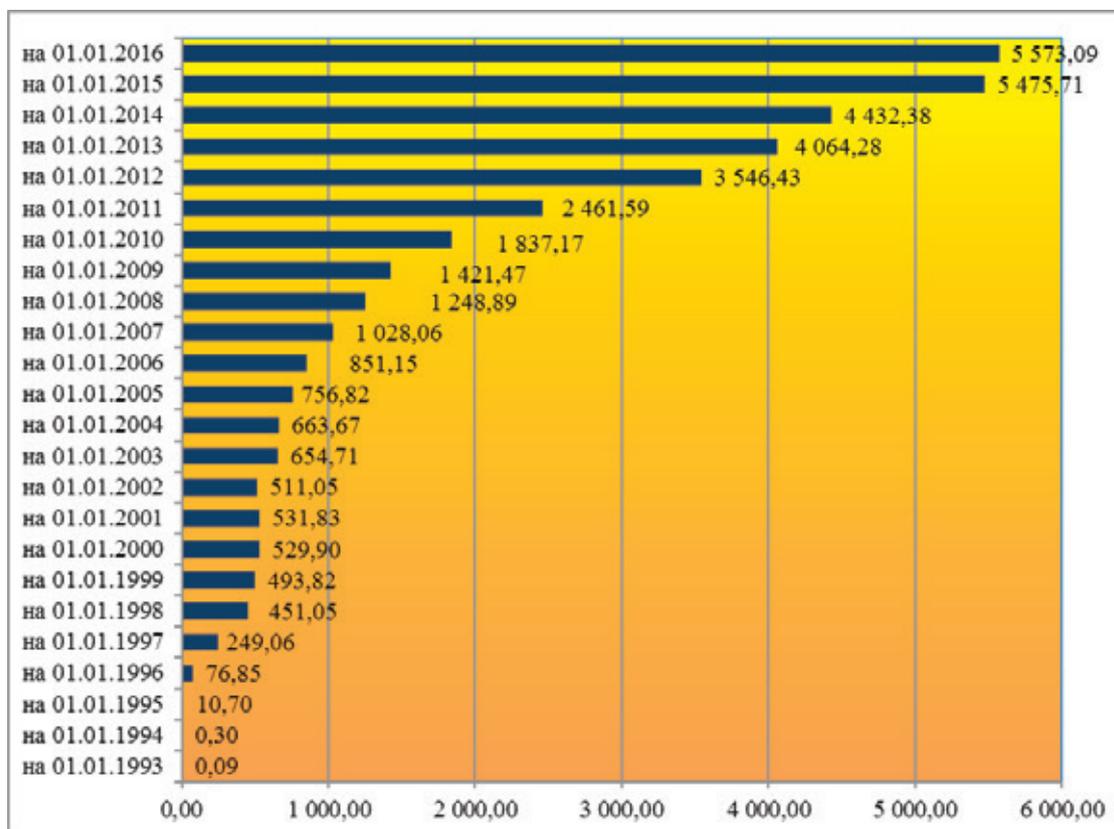


Рис. 6. Государственный внутренний долг Российской Федерации, выраженный в государственных ценных бумагах Российской Федерации, номинальная стоимость которых указана в валюте Российской Федерации, млрд руб. [6]

к 2015 г. прослеживается значительный скачок внутреннего роста с последующим снижением в 2016 г. Проанализируем государственные гарантии в общей сумме долга: в 2011 г. они составили — 16,06%, в 2012 г. — 15,2%, в 2013 г. — 18,21%, в 2014 г. — 22,54%, в 2015 г. — 24,38%, в 2016 г. — 23,74%. Таким образом, прослеживается тенденция к увеличению государственных гарантий в сумме внутреннего долга в течении анализируемого периода с незначительным снижением в 2016 г.

Для привлечения внутренних займов государство выпускает разные виды ценных бумаг. Государственный внутренний долг Российской Федерации, выраженный в государственных ценных бумагах Российской Федерации, в динамике 1993–2016 гг. представлен на рис. 6.

За анализируемый период наблюдается непрерывный рост государственного внутреннего долга Российской Федерации, выраженного в государственных ценных бумагах Российской Федерации. Наибольшие темпы прироста привлечения внутренних займов посредством выпуска государством разных видов ценных бумаг отмечены в 1995 г. — 3466,67%, в 2003 г. — 28,11%, 2010–29,14%, 2012 г. — 44,07%.

По данным министерства финансов (на 01.01.2016 г.), 48,63% государственных ценных бумаг занимают облигации федерального займа (с постоянным доходом); 24,17% — облигации федерального займа (с переменным

купонным доходом); 2,54% — облигации федерального займа с индексированным на инфляцию номиналом; 14,2% — облигации федерального займа (с амортизацией дохода); 6,47% — государственные сберегательные облигации с постоянной процентной ставкой купонного дохода; 2,37% — облигации с фиксированной процентной ставкой купонного дохода; 1,61% — облигации внутренних облигационных займов.

Верхний предел государственного внутреннего долга Российской Федерации на 1 января 2016 года 8119,8 млрд рублей [5].

Рассмотренные результаты управления государственным долгом Российской Федерации позволили отметить, что основной причиной постоянного роста показателей является необходимость покрытия дефицита федерального бюджета. Следует заметить, что основным источником является внутренний, а не внешний долг.

Политика органов власти в сфере управления государственным долгом Российской Федерации должна быть направлена на обеспечение способности страны осуществлять заимствования в объемах, необходимых для решения первоочередных социально-экономических задач. Это представляется возможным при поддержании умеренного уровня государственного долга, а также расходов по его обслуживанию. Кроме того, целесообразно проводить постоянный мониторинг долговой ситуации.

Литература:

1. Бюджетный кодекс Российской Федерации [Электронный ресурс]: Федеральный закон от 31.07.1998 г. № 145-ФЗ // Справочно-правовая система «Консультант Плюс».
2. Кокаев, З.А. Теоретические аспекты управления государственным долгом / З.А. Кокаев, А.И. Скопинский, С.И. Капова // Вестник академии. — 2014. — № 1. — С. 126–132
3. Министерство финансов Российской Федерации. — «Государственный внешний долг Российской Федерации (2011–2016 гг.)» [Электронный ресурс] // Официальный сайт министерства финансов Российской Федерации. — Режим доступа: http://minfin.ru/ru/performance/public_debt/external/structure/
4. Министерство финансов Российской Федерации. — «Объем государственного внутреннего долга Российской Федерации» [Электронный ресурс] // Официальный сайт министерства финансов Российской Федерации. — Режим доступа: http://minfin.ru/ru/performance/public_debt/internal/structure/total/
5. Федеральный закон «О федеральном бюджете на 2015 год и на плановый период 2016 и 2017 годов [Электронный ресурс]: Федеральный закон от 01.12.2014 г. № 384-ФЗ // Справочно-правовая система «Консультант Плюс».
6. Министерство финансов Российской Федерации. — «Долг с разбивкой по видам ценных бумаг» [Электронный ресурс] // Официальный сайт министерства финансов Российской Федерации. — Режим доступа: http://minfin.ru/ru/performance/public_debt/internal/structure/duty/

Современные проблемы развития транспортной системы России

Переведенцева Марина Андреевна, студент

Петербургский государственный университет путей сообщения Императора Александра I

В статье выполнен анализ транспортной стратегии России. Актуальность статьи обусловлена необходимостью повышения пассивной безопасности автомобильных дорог и сокращения потерь от дорожно-транспортных происшествий. Проанализированы индикаторы повышения уровня безопасности дорожно-

ного движения, направленные на снижение социального и транспортного рисков. Рассмотрены мероприятия пассивной безопасности автомобильных дорог, направленные на сокращение потерь от дорожно-транспортных происшествий.

Ключевые слова: транспортная система, безопасность автомобильных дорог, потери от дорожно-транспортных происшествий

В Российской Федерации транспорт является одной из крупнейших базовых отраслей хозяйства, а также относится к числу приоритетных отраслей экономики. В настоящее время развитие данной отрасли и автомобильных дорог в целом является залогом высокого благосостояния страны и уровня жизни граждан. Современная Транспортная стратегия РФ на период до 2030 года отражает беспрецедентный в мировой истории переход к инновационному развитию транспортной системы при сохранении государственной собственности на средства производства в сфере транспорта. Несмотря на позитивные моменты состояния транспорта, строительство автомобильных дорог не в полной мере отвечает заданным потребностям [1]. В существующей классификации элементов обустройства дорог в недостаточном объеме учитываются мероприятия по пассивной безопасности, что значительно повышает неопределенность и риск наступления величины ущерба и тяжести последствий от дорожно-транспортных происшествий [2].

Главной задачей пассивной безопасности является снижение количественной величины ущерба и тяжести последствий от наездов транспортных средств на неподвижные препятствия [3]. Индикаторы достижения стратегических целей развития транспортной сферы страны разбиты на два уровня. К показателям первого уровня относятся базовые характеристики уровня безопасности дорог, индикаторами второго уровня являются дополнительные параметры. Следует отметить, что в Транспортной стратегии РФ до 2030 г. хоть и рассматриваются индикаторы повышения уровня безопасности автомобильных дорог, но при этом не предлагаются четкие меры по их воплощению. К основным мероприятиям реализации Транспортной стратегии РФ, направленным на повышение безопасности автомобильных дорог федерального значения, относятся прирост количества пешеходных переходов и прирост протяженности дорог, оборудованных системами электрического освещения. Уровень безопасности в общем случае транспортной системы, а в частном автомобильных дорог, определяет условия повышения общенациональной безопасности и повышения экономического роста государства за счет снижения величины ущерба и тяжести последствий от дорожно-транспортных происшествий [4]. По данным статистики после 2012 года последовал постепенный спад количества летальных исходов. Необходимо отметить, что в период с 2001–2015 годы наблюдалась тенденция уменьшения смертности на дорогах и меры государственного регулирования были направлены в основном на повышение сознательности граждан, ужесточение штрафных санкций

за нарушение правил дорожного движения, увеличение срока обучения в автошколах, проведение ознакомительных занятий в школах и др.

Автомобильные дороги имеют высокую общественную значимость, а инвестиции в строительство автомобильных дорог могут привести к существенному повышению их общественной эффективности [5]. К общественно значимым внешним эффектам для автомобильных дорог относят: сокращение потерь от дорожно-транспортных происшествий; сокращение потерь, связанных со временем пребывания в пути пассажиров при осуществлении необходимых поездок; снижение расходов на перевозку грузов и пассажиров; снижение ущерба окружающей среде или затрат по его предотвращению; доходы от сдачи в аренду земельных участков в полосе отвода дороги и некоторые другие. Нетрудно заметить, что среди указанных внешних эффектов только снижение потерь от дорожно-транспортных происшествий может привести к повышению уровня безопасности автомобильных дорог. По данным Министерства транспорта Германии за 2002 год наиболее распространенными причинами возникновения дорожно-транспортных происшествий являются: 57% — человеческий фактор, или «Человек»; 27% — сочетание факторов риска «Человек-Дорога»; 6% — сочетание факторов «Человек-Автомобиль»; 3% — обустройство дороги и дорожные условия, или «Дорога»; 3% — сочетание факторов риска «Человек-Дорога-Автомобиль»; 2% — фактор риска «Автомобиль»; 2% — сочетание факторов риска «Человек-Автомобиль-Дорога». Степень влияния фактора «Дорога» на возникновение дорожно-транспортных происшествий, включая элементы обустройства, дорожные условия и возможные сочетания дороги с другими факторами риска, составляет 35%, а с учетом коэффициентов корреляции с другими факторами риска — 25% [6]. Это означает, что причиной возникновения каждого четвертого дорожно-транспортного происшествия является автомобильная дорога, включая дорожные условия и элементы обустройства дороги. На основе развития методов расследования причин дорожно-транспортных происшествий и практики их устранения в Великобритании в 80-е годы возникла концепция «аудит безопасности», которая получила широкое распространение и впоследствии успешно применялась в Новой Зеландии, Австралии, Канаде, Дании, Нидерландах, Швеции, Норвегии. Реализуя на практике аудит уровня дорожной безопасности, эти страны достигли самого высокого уровня безопасности автомобильных дорог.

Важным мероприятием, обеспечивающим повышение уровня пассивной безопасности дорожного движения, яв-

ляется защищенность его участников от дорожно-транспортных происшествий за счет выбора и создания различных видов ограждающих устройств, опор наружного освещения и связи, стоек дорожных знаков и др., которые позволяют изменять или корректировать траекторию движения наехавших на них транспортных средств, поглощать кинетическую энергию удара или уменьшать до минимума сам удар [7]. Поэтому можно сделать вывод о том, что существующая классификация автомобильных дорог не содержит индикаторы уровня их пассивной безопасности.

В общем случае потери от дорожно-транспортных происшествий — это неблагоприятное событие, имеющее стохастическую природу, для которой может быть применимо вероятностное описание. На величину потерь (ущерба, убытков) существенное влияние оказывают неопределенность и риски, обусловленные постоянно меняющейся дорожной обстановкой, распределенной интенсивностью дорожного движения и скоростью движения транспортных средств. Риск потерь от дорожно-

но-транспортных происшествий связан с неопределенностью количества дорожно-транспортных происшествий с пострадавшими и степени тяжести последствий от дорожно-транспортных происшествий.

Представленные результаты исследования не охватывают всего многообразия аспектов проблемы повышения уровня пассивной безопасности автомобильных дорог. Это связано с многогранностью и сложностью вопроса пассивной безопасности автомобильных дорог, причина этого — отсутствие классификации автомобильных дорог по уровню их оснащённости элементами пассивной безопасности, полных и объективных статистических данных об эффективности использования сооружений и элементов обустройства дорог, отвечающих заданным требованиям пассивной безопасности. На наш взгляд, необходимо дальнейшее исследование проблемы повышения уровня безопасности транспортной системы России, в частности, путем обоснованного применения мероприятий пассивной безопасности автомобильных дорог, оценки их эффективности и финансовой реализуемости.

Литература:

1. Селютина, Л. Г. Развитие инвестиционно-строительного комплекса России: проблемы и решения // Актуальные проблемы управления экономикой региона. Материалы VII Всероссийской научно-практической конференции. СПб., 2010. С. 26–29.
2. Опарин, С. Г. Процессно-ориентированная концепция управления рисками в экономике // Управление рисками в экономике: проблемы и решения. Труды научно-практической конференции с международным участием. — СПб. — 2016. — С. 18–26.
3. Аверкина, М. Ф. К вопросу об определении логистического управления городом // Молодой ученый. 2013. № 3. С. 187–189.
4. Опарин, С. Г., Власенко А. Н., Переведенцева М. А., Турова А. М. Пассивная безопасность автомобильных дорог и риск потерь от ДТП в оценке эффективности транспортного строительства // Управление рисками в экономике: проблемы и решения. Труды научно-практической конференции с международным участием. — СПб. — 2016. — С. 212–222.
5. Егорова, М. А. Селютина Л. Г. Финансовый аспект теории эффективного управления // Общество. Среда. Развитие (Terra Humana). — 2009. — № 3. — С. 11–17.
6. Опарин, С. Г., Арdziнов В. Д., Юдин С. В. Пассивная безопасность и экономические риски в оценке эффективности инвестиционных проектов строительства автомобильных дорог // Управление рисками в экономике: проблемы и решения. Санкт-Петербург, 2015. С. 101–128.
7. Селютина, Л. Г. Методологические проблемы оптимизации структуры жилищного фонда и жилищного строительства в крупном городе в современных условиях: Дис. ... док. экон. наук. СПб., 2002. 340 с.
8. Удадьцов, И. Э. Современные методы расчета дорожных одежд. Часть 1. Обзор и анализ // Молодой ученый. — 2016. — № 12 (116). — С. 403–406.
9. Селютина, Л. Г. Организация строительного производства. Конспект лекций. Изд-во СПбГИЭУ. — СПб. — 2010. 160 с.
10. Селютина, Л. Г., Купоносова Ю. Н. Современные тенденции развития жилищного строительства в Ленинградской области // Проблемы экономики и менеджмента. — 2016. — № 4 (56). — С. 64–66.
11. Опарин, С. Г., Есипова Е. В., Гурова Ю. Е. Оценка эффективности инвестиций в транспортное строительство с учетом неопределенности и риска // Научно-технические ведомости Санкт-Петербургского государственного политехнического университета. Экономические науки. — 2010. — № 4 (102). — С. 60–65.
12. Селютина, Л. Г. Формирование маркетинговых инвестиционных решений в системе управления жилищным строительством и реконструкцией жилой застройки // Вестник ИНЖЭКОНа. Серия: Экономика. — 2009. — Т. 28. № 1. — С. 5–10.
13. Семенов, А. Э. Административная ответственность в области дорожного движения // Молодой ученый. — 2015. — № 3. — С. 694–697.

14. Селютина, Л. Г., Волков А. С., Казиева А. К., Ракова В. А., Чаленко А. В., Шереметьев А. В. Участие государства в решении жилищной проблемы граждан в современных условиях // *Фундаментальные исследования*. — 2015. — № 12–4. — С. 823–827.
15. Селютина, Л. Г., Евсеева Е. И., Мартынова А. В., Нектов В. В., Николук Е. С. Социальное жилищное строительство в России: реалии и перспективы развития // *Научное обозрение*. — 2015. — № 21. — С. 218–220.
16. Опарин, С. Г., Чепель В. В. Развитие теоретических основ экономической эффективности транспортного строительства в условиях саморегулирования // *Научно-технические ведомости Санкт-Петербургского государственного политехнического университета. Экономические науки*. — 2014. — № 2 (192). — С. 21–30.
17. Селютина, Л. Г. Подходы к реализации программ реконструкции градостроительных комплексов в российской практике // *Управление городом и городским хозяйством. Сб. научн. трудов*. СПб., 2014. С. 46–50.
18. Миронова, Е. Н., Шабашова Е. А. Современные проблемы развития регионального жилищного строительства // *Молодой ученый*. — 2016. — № 23 (127). — С. 257–259.
19. Селютина, Л. Г. Развитие реконструктивно-строительной деятельности по формированию инвестиционного предложения на российском рынке жилья // *Кант*. — 2016. — № 3 (20). — С. 126–129.
20. Селютина, Л. Г. Комплексные реконструктивно-строительные программы в жилищной сфере мегаполиса // *Вестник ИНЖЭКОНа. Серия «Экономика»*. — 2014. — № 1 (68). — С. 24–28.
21. Селютина, Л. Г. Значение информационного моделирования строительных процессов и объектов проектирования в современных условиях // *Сборники конференций НИЦ Социосфера*. — 2015. — № 1. — С. 9–10.
22. Артеменко, А. А. Актуальные вопросы инновационного развития строительства // *Молодой ученый*. 2015. № 11. С. 742–744.

Соответствие организации потребительским предпочтениям и лояльность потребителя

Перловская Диана Сергеевна, магистрант
Омский государственный университет имени Ф. М. Достоевского

В статье раскрывается сущность понятий «потребительские предпочтения» и «лояльность потребителей», изучается их взаимосвязь, в частности, выявляются маркеры потребительских предпочтений на примере конкретной организации и степень ее соответствия данным маркерам, определяется уровень лояльности покупателей данной организации, анализируется зависимость между степенью соответствия организации покупательским предпочтениям и уровнем лояльности покупателей.

Ключевые слова: маркетинг, потребители, клиенты, потребительские предпочтения, лояльность клиентов

The article reveals the essence of the concepts «consumer preferences» and «customer loyalty», their interrelation is studied, in particular, markers of consumer preferences on the example of the company and its degree of compliance with these markers are identified; the level of customer loyalty of the company is determined, the dependence between the degree of compliance with the customer's preferences and the level of customer loyalty.

Key words: marketing, consumers, customers, consumer preferences, customer loyalty.

Происходящие в настоящее время в экономике и обществе изменения предъявляют повышенные требования к способности предприятий адаптироваться к изменяющимся условиям рынка. В связи с этим, в условиях динамично изменяющейся среды, усиления конкуренции возрастает потребность в маркетинге. Маркетинг используется предприятиями как инструмент увеличения доли рынка и максимально полного удовлетворения потребностей клиентов. Ключевая роль в процессе управления маркетингом компании отдается потребителям или клиентам, которые являются самыми важными людьми

для любой организации, основным ресурсом, способствующим успеху в бизнесе [2, 4].

Актуальность темы исследования определяется тем, что завоевание новых клиентов часто является слишком затратным (по некоторым данным — в пять раз больше, чем для сохранения текущих клиентов), поэтому в условиях современного рынка многие компании предпринимают различные меры, направленные на «пожизненное» удержание клиентов. Наличие лояльности, т.е. благоприятного отношения потребителей к данной организации и ее продуктам, служит основой для получения стабиль-

ного объема продаж, что, в свою очередь, является стратегическим показателем успешности организации. Лояльными можно назвать тех потребителей, которые в течение длительного времени взаимодействуют с организацией и совершают при этом повторные покупки.

Для обеспечения лояльности, компании предоставляют постоянным клиентам цены на товары и услуги ниже обычной, особые условия обслуживания и постпродажного сервиса, переводя их из статуса обычного покупателя в статус партнера. Положительный эффект поддержания лояльности клиентов определяется и тем что, получая некоторую выгоду и привилегии при покупке товаров/услуг, клиент может способствовать положительной рекламе компании путем рекомендации бренда друзьям [1].

Основой для лояльности служит позитивный опыт, который клиент приобрел в процессе пользования продуктом, услугой. Приобретение такого опыта, в свою очередь, во многом зависит от соответствия компании, ее продукции предпочтениям и ожиданиям потребителя. Важность проведения анализа потребительских предпочтений в настоящее время несомненна, поскольку существует логическая зависимость коммерческой успешности бизнеса от точного знания потребностей целевой группы. Предполагается, что у клиентов компаний, в которых активно используются инструменты анализа потребительских предпочтений, уровень лояльности должен быть более высоким. Отсюда можно предположить наличие прямой взаимосвязи между соответствием потребительским предпочтениям и лояльностью покупателя (клиента).

Таким образом, главный вопрос нашего исследования сводится к следующему: каким образом соответствие потребительским предпочтениям влияет на лояльность клиентов.

Прежде, чем обратиться к рассмотрению взаимосвязи потребительских предпочтений и лояльности клиентов важно раскрыть сущность этих понятий.

Понятие «потребительские предпочтения» было введено В. Парето взамен понятия «полезность товара». Согласно мнению В. Парето, каждый потребитель, при выборе того или иного товара измеряет не полезность того или иного продукта, а сравнивает полезности благ для себя, сопоставляя свои предпочтения и свой бюджет. В целом можно сказать, что потребительские предпочтения формируют количественную и качественную структуру спроса на любой вид товара.

В настоящее время можно выделить несколько подходов к определению сущности потребительских предпочтений [5]:

1) предпочтения как установки (Д. Энджел, Р. Блекуэлл) — предпочтения потребителей рассматриваются как общая оценка товара и как наиболее позитивное отношение к товару. Можно сказать, что в данном контексте предпочтения потребителей — это функция определения индивидуальных ценностей потребителя;

2) предпочтения как намерение покупки (Г. Найт) — в этом смысле предпочтения отождествляются с процессом

подготовки к выбору товара или услуги, сравнения преимуществ и недостатков товаров, выставления приоритетов;

3) предпочтения как отношение к некоему объекту или явлению (И. В. Алешина, О. С. Посыпанова) — относительно устойчивое сочетание мотивов, сгруппированных в определенную иерархию приоритетов вокруг того или иного предмета продаж.

Таким образом, феномен потребительских предпочтений описывается авторами в функциональном, динамическом и структурном аспектах, при этом при использовании данного понятия в прикладных исследованиях выбор того или иного контекста зависит от того, какую цель ставит перед собой исследователь.

Что касается определения лояльности потребителей, здесь также можно выделить несколько подходов [3]:

1) лояльность как поведенческая реакция потребителей (А. Андреев, Ж.—Ж. Ламбен) — согласно данной позиции лояльность определяется как решение потребителя о регулярном потреблении продуктов того или иного бренда/производителя/продавца, выражающееся через внимание и поведение;

2) лояльность как отношение потребителей к продуктам, услугам, сервису, бренду, персоналу, месту продажи и т.д. (С. Сысоева, А. Нейман) — в данном контексте лояльность измеряется степенью удовлетворенности (соответствием предварительных ожиданий и реального качества приобретенного продукта/услуги) и осведомленности (степенью известности деятельности компании на целевом рынке);

3) лояльность как степень чувствительности потребителей к действиям конкурентов (А. Цысарь) — степень нечувствительности поведения покупателей продукта/услуги марки X к действиям конкурентов (изменение цен, продуктов, услуг), сопровождаемая эмоциональной приверженностью к товару/услуге марки X.

Таким образом, в целом лояльность потребителя к организации можно определить как устойчивую поведенческую реакцию в отношении конкретной организации, возникшую вследствие максимального удовлетворения потребности, в результате чего потребитель сохраняет приверженность этой организации в долгосрочной перспективе и приносит ей постоянный доход.

Лояльность потребителей проявляется в устойчивой избирательности при выборе, приобретении и использовании товаров и услуг, обусловленной личностными, ситуативными факторами, положительным опытом (удовлетворенностью), отношением потребителей к этим продуктам и т.п. Данное утверждение справедливо не только в отношении товаров и услуг, но и в отношении тех или иных организаций, их реализующих. Поскольку лояльность выступает в качестве поведенческой характеристики потребителя, можно предположить ее тесную связь с покупательскими предпочтениями: чем выше уровень соответствия предприятия покупательским предпочтениям, тем выше уровень лояльности потребителей

и наоборот, недостаток внимания организации к покупательским предпочтениям снижает уровень лояльности покупателей. Таким образом, можно сформулировать следующую исследовательскую гипотезу: между соответствием организации потребительским предпочтениям и лояльностью покупателей существует прямая взаимосвязь.

Для проверки данной гипотезы было проведено исследование на базе Торгового дома «Текстиль-центр».

Цель исследования: выявить, каким образом соответствие потребительским предпочтениям влияет на лояльность клиентов.

Задачи:

1. Выявить маркеры потребительских предпочтений на примере конкретной организации.
2. Выявить степень соответствия организации потребительским предпочтениям.
3. Определить уровень лояльности покупателей данной организации.

В качестве объекта исследования выступает Торговый дом «Текстиль-центр» (ТД «Текстиль-центр»).

Предметом исследования является взаимосвязь соответствия ТД «Текстиль-центр» потребительским предпочтениям и лояльности потребителей к данной организации.

В основу исследования положен метод case-study («кейс-стади» — «изучение случая»), предполагающий изучение ситуации на показательных случаях. Основным инструментом case-study стали массовые опросы.

Исследование проводилось в два этапа. На первом этапе посредством опроса были определены маркеры потребительских предпочтений покупателей ТД «Текстиль-центр». На втором этапе посредством опроса было определено соответствие ТД «Текстиль-центр» потребительским предпочтениям и уровень лояльности покупателей.

На каждом этапе исследования было опрошено 30 человек, всего в исследовании приняло участие 60 покупателей ТД «Текстиль-центр».

На первом этапе нами была использована мини-анкета, в которой покупателям предлагалось проранжировать по степени важности следующие факторы, определяющие выбор ими магазина ТД «Текстиль-центр»:

- ассортимент товара;
- внутреннее пространство магазина;
- качество обслуживания;
- качество продукции;
- отзывы о магазине родственников/знакомых;
- послепродажный сервис;
- расположение;
- реклама;
- уровень цен.

Предпочтения покупателей распределились следующим образом (табл. 1).

Таким образом, наибольшее влияние на выбор покупателями магазина ТД «Текстиль-центр» оказывают такие факторы, как уровень цен, ассортимент, качество продукции, расположение магазина, качество обслуживания. Далее в порядке убывания по значимости идут отзывы о магазине родственников/знакомых; реклама; послепродажный сервис; внутреннее пространство магазина.

Для дальнейшего исследования нами были отобраны 5 наиболее значимых маркеров покупательских предпочтений, с учетом которых была составлена анкета, позволяющая определить степень соответствия ТД «Текстиль-центр» покупательским предпочтениям. В данную анкету вошли такие вопросы, как: насколько вы довольны расположением магазина; насколько вы довольны уровнем цен; насколько вы довольны широтой ассортимента; насколько вы довольны качеством товара; насколько вы довольны качеством обслуживания. Покупателям предлагалось на выбор три ответа: совершенно не доволен, не очень доволен, доволен. Ответы оценивались по трехбалльной шкале от 0 до 2 баллов в соответствии со степенью удовлетворенности покупателей. Степень соответствия ТД «Текстиль-центр» покупательским предпочтениям рассчитывалась как сумма баллов по всем вопросам, преобразованная в шкалу 0–100. Результаты исследования в разрезе среднegrupповых значений представлены в таблице 2.

Таким образом, степень соответствия ТД «Текстиль-центр» покупательским предпочтениям довольно низка (чуть более 50%). Наименее соответствуют покупательским предпочтениям качество обслуживания и ассортимент магазина.

Таблица 1. Маркеры потребительских предпочтений покупателей ТД «Текстиль-центр»

Маркер потребительских предпочтений	Средний ранг
Ассортимент	3,3
Внутреннее пространство	7,3
Качество обслуживания	4,8
Качество продукции	3,6
Отзывы о магазине	6,2
Послепродажный сервис	6,9
Расположение	4
Реклама	6,4
Уровень цен	2,4

Таблица 2. Степень соответствия ТД «Текстиль-центр» покупательским предпочтениям, %

Вопрос анкеты	Маркер потребительского предпочтения	Степень соответствия	Мак
1. На сколько удобно для вас расположен магазин	Расположение	13	20
2. Устраивает ли вас уровень цен	Уровень цен	11	20
3. Довольны ли вы широтой ассортимента	Ассортимент	9	20
4. Устраивает ли вас качество товара	Качество товара	11	20
5. Довольны ли вы качеством обслуживания	Качество обслуживания	7	20
Итого		51	100

Вторая анкета была направлена на определение уровня лояльности потребителей ТД «Текстиль-центр». В нее вошли такие утверждения, как: я считаю, что работу магазина нужно улучшить; я регулярно посещаю этот магазин; я намерен стать (остаться в дальнейшем) постоянным покупателем; я бы порекомендовал магазин своим друзьям, знакомым и коллегам. Респондентам предлагалось оценить степень своего согласия с данными утверждениями по следующей шкале:

- 0 баллов — абсолютно не согласен;
- 1 балл — скорее не согласен;
- 2 балла — скорее согласен;
- 3 балла — полностью согласен.

Уровень лояльности потребителей ТД «Текстиль-центр» рассчитывался как сумма баллов по всем вопросам, преобразованная в шкалу 0–100. Результаты исследования в разрезе среднегрупповых значений представлены в таблице 3.

Таким образом, уровень лояльности потребителей ТД «Текстиль-центр» фактически соответствует степени соответствия ТД «Текстиль-центр» покупательским предпочтениям и составляет всего лишь 54% из 100 возможных.

Для большей наглядности представим результаты по каждому отдельному респонденту (рис. 1).

Судя по данным, представленным на рисунке 1, прослеживается четкая зависимость между степенью соот-

Таблица 3. Уровень лояльности потребителей ТД «Текстиль-центр», %

Вопрос анкеты	Уровень лояльности
1. Я считаю, что работу магазина нужно улучшить.	13
2. Я регулярно посещаю этот магазин	13
3. Я намерен стать (остаться в дальнейшем) постоянным покупателем	14
4. Я бы порекомендовал магазин своим друзьям, знакомым и коллегам	14
Итого	54

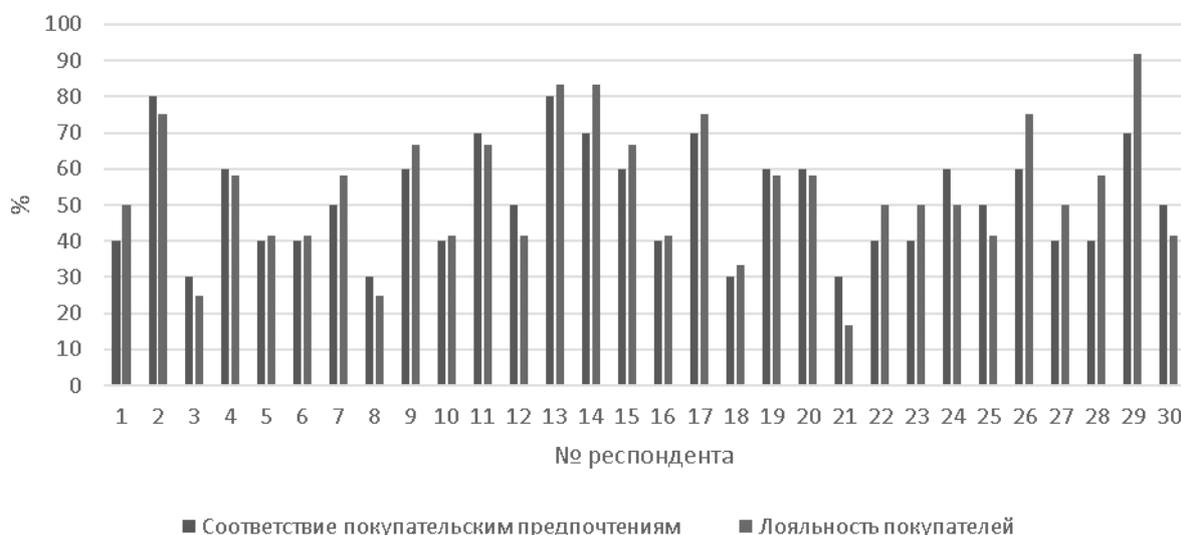


Рис. 1. Степень соответствия ТД «Текстиль-центр» покупательским предпочтениям и уровень лояльности покупателей

ветствия ТД «Текстиль-центр» покупательским предпочтениям и уровнем лояльности покупателей: чем выше покупатель оценивает соответствие ТД «Текстиль-центр» собственным предпочтениям, тем более высокую лояльность он демонстрирует по отношению к данной организации. И наоборот, у покупателей, наиболее низко оценивших степень соответствия ТД «Текстиль-центр» их предпочтениям, лояльность находится на наименее низком уровне.

Подводя итоги исследования можно сделать вывод о том, что на примере ТД «Текстиль-центр» было установлено наличие прямой взаимосвязи между степенью

соответствия организации покупательским предпочтениям и уровнем лояльности потребителей.

Учитывая довольно низкие значения обоих показателей (51% и 54% соответственно), а также то, что маркеры потребительских предпочтений были определены для данной организации в частном порядке, можно предположить, что для повышения уровня лояльности потребителей руководству ТД «Текстиль-центр» стоит увеличить степень соответствия организации покупательским предпочтениям в первую очередь за счет повышения качества обслуживания и пересмотра ассортиментной политики.

Литература:

1. Minculete Gh. Marketing Management Relational Approaches Focused on Consumer's and Customer's Needs and Desires / Gh. Minculete, M. — A. Chisega-Negrilă // *Economia. Seria Management*. — 2014. — Vol. 17, № 2. — P. 325–346.
2. Ведерникова, А. А. Лекции по маркетингу / А. А. Ведерникова. — Воронеж: ВГУ, 2011. — 125с.
3. Каландаришвили, К. Ф. Формирование экосистемы лояльности клиентов: инновационные инструменты социально-ориентированного маркетинга в банковской сфере / К. Ф. Каландаришвили, Е. Н. Рудская // *Молодой ученый*. — 2015. — № 10. — С. 673–685.
4. Минко, И. С. Маркетинг Учебное пособие / И. С. Минко, А. А. Степанова. — СПб.: НИУ ИТМО; ИХиБТ, 2013. — 155 с.
5. Сморкалова, Т. Л. Основные подходы к исследованию потребительских предпочтений / Т. Л. Сморкалова // *Актуальные вопросы психологии и педагогики: материалы международной заочной научно-практической конференции: в 3 частях. Часть 3*. — Новосибирск: Изд-во ЭНСКЕ, 2011. — С. 157–163.

Перспективы инновационной деятельности международного аэропорта «Шереметьево»

Пименова Мария Сергеевна, магистрант

Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова (г. Москва)

Деятельность аэропорта непрерывно совершенствуется, внедряются новые способы работы с пассажирами для ускорения и упрощения прохождения всех необходимых формальностей. Новые требования к деятельности аэропортов внедряются как на международном, так и на федеральном уровнях, что требует от руководства аэропорта внедрения инноваций. В данной статье рассмотрены инновации в области качества обслуживания пассажиров, авиационной безопасности и совершенствовании инфраструктуры аэропорта «Шереметьево».

Ключевые слова: туризм, индустрия гостеприимства, менеджмент, организационная структура, инновации, аэропорт, сервис, качество

Основная цель инновационной деятельности аэропорта «Шереметьево» является обеспечение всесторонней модернизации деятельности аэропорта в частности по следующим направлениям:

- Планирование и развитие инфраструктуры аэропорта;
- Организации производственных процессов;
- Оптимизация, автоматизация и повышение качества управления;

- Обслуживание пассажиров в здании аэропорта;
- Авиационная безопасность и безопасность полетов.

Наиболее оптимальным вариантом управления деятельностью по наземному обслуживанию является на наш взгляд процессный подход, позволяющий организовать управление за множеством одновременных процессов по обслуживанию пассажиров и воздушных судов на различных рейсах. Сроки начала и окончания процессов жестко ограничены временем прилета и вылета и утверж-

дены расписанием, а деятельность по обслуживанию, выполняемая различными организациями должна быть четко урегулирована. Для этого необходимо установить диспетчеров процессов, координирующих действия участников, и диспетчеров подпроцессов (по доставке и багажа к/от ВС, посадку и высадку пассажиров, погрузку и разгрузку багажа, сервис ВС и т.д.).

Процессный подход применяется с целью создания горизонтальных связей в организациях. Подразделения и сотрудники, задействованные в одном процессе, могут самостоятельно координировать деятельность в рамках процесса и решать возникающие проблемы без участия вышестоящего руководства. Процессный подход к управлению дает возможность более оперативно решать возникающие вопросы и воздействовать на результат.

В отличие от функционального подхода, управление процессами позволяет концентрироваться не на работе каждого из подразделений, а на результатах работы организации в целом. Процессный подход меняет понятие структуры организации. Основным элементом становится процесс. В соответствии с одним из принципов процессного подхода организация состоит не из подразделений, а из процессов.

Преимуществами такой структуры являются:

- четкая систематизация взаимосвязей внутри процессов и в соответствующих им подразделениях;
- единоначалие — один руководитель сосредотачивает в своих руках руководство всей совокупностью операций и действий, направленных на достижение поставленной цели и получение заданного результата;
- наделение сотрудников большими полномочиями и увеличение роли каждого из них в работе компании приводит к повышению их отдачи;
- быстрая реакция исполнительных процессных подразделений на изменение внешних условий. [1, с. 134]

В случае деятельности аэропорта, связанной с обслуживанием пассажиров, груза и багажа данный подход наиболее удачный, так как повышает оперативность работы. Рассматривая обслуживание каждого рейса как отдельный процесс это дает возможность спланировать работу всех служб исходя из существующего расписания, а при внештатных ситуациях, связанных с поздним прибытием рейсов отдавать приоритет таким процессам распределив заранее работу таким образом, чтобы имелись ресурсы на случай задержек, поломок и т.д.

В области развития инфраструктуры аэропорта планируется разработка мероприятий по транспортной доступности терминалов, а также передвижение пассажиров по территории аэропорта с учетом перспективного строительства.

Проблема доступности аэропорта возникла достаточно давно и остается острой по сей день. Расстояние от МКАД до терминалов аэропорта менее 15 километров, однако, время в пути на автомобиле в часы пик может быть более полутора часов. На пути решения этой проблемы были приняты меры, значительно увеличившие доступность аэ-

ропорта — это строительство и открытие в 2008 году терминала «Аэроэкспресс», соединенного с терминалами D, E, F и запуск поездов от Белорусского вокзала. А также открытие в декабре 2014 года участка скоростной трассы М-11 от Москвы до аэропорта Шереметьево. Это частично разгрузило поток автомобилей на Ленинградском шоссе, а также дало возможность доехать по платной трассе, однако плата за проезд по мнению многих достаточно высока — от 80 до 250 рублей в зависимости от времени проезда. И еще одной мерой для повышения доступности аэропорта должно стать проведение реконструкции Шереметьевского шоссе (объездной дороги окружающей территорию аэропорта) которое началось в июле 2016 года и должно закончиться к 2018 году. Данные работы проводятся на средства регионального бюджета Московской области.

Решение вопроса с транспортировкой пассажиров по территории аэровокзального комплекса стало актуально не так давно. В связи со строительством нового терминала В аэропорта, в который планируется перенести все внутренние рейсы, увеличится поток пассажиров и грузов, который необходимо будет доставлять между северными и южными терминалами к тому же и в кратчайший срок. Возведение нового терминала происходит на месте разрушенного терминала В (бывшего Шереметьево-1) и его планируется завершить в 2018 году к Чемпионату мира по футболу. В настоящий момент поток таких пассажиров невелик, так как из терминала С, находящегося в северной части аэропорта, выполняются только чартерные рейсы, в то время как выполнение основного числа рейсов как внутренних, так и международных происходит в терминалах, расположенных в южной части. Сейчас пассажиры между северным и южными терминалами перевозятся на автобусе по перрону. Однако такой способ не подойдет в новых условиях, так как скорость движения транспорта по перрону ограничена, а поток пассажиров будет слишком велик. Именно поэтому возникло предложение строительства подземного перехода между Северной и Южной зонами с возможностью транспортировки грузов и пассажиров как находящихся в стерильной зоне, так и в общедоступной. За счет строительства нового терминала планируется увеличить пассажиропоток с 31 млн пассажиров за 2015 год до 53 млн пассажиров в 2023 году. [3]

Однако первоочередным фактором, сдерживающим рост пассажиропотока, является недостаток взлетно-посадочных полос. На данный момент в аэропорту «Шереметьево» их две и на 2017 год запланирован запуск третьей полосы. За счет средств государственного бюджета к Чемпионату мира по футболу планируется сдать в эксплуатацию третью взлетно-посадочную полосу (ВПП-3), завершить строительство около нового терминала В центрального перрона и западной части новой магистральной рулежной дорожки, которая соединит ВПП-3 с существующей аэродромной инфраструктурой.

Для работы по трем следующим направлениям инновационной деятельности аэропорта (модернизация органи-

зации производственных процессов, оптимизации управления и повышения качества обслуживания пассажиров) организовано сотрудничество с высшими учебными заведениями. Партнерами «Шереметьево» по данным вопроса являются: МГТУ ГА, СПб ГУ ГА, УВА ГА, МАИ, РХТУ им. Менделеева, МАДИ, МИЭТ. По плану инновационного развития на основе конкурса будет проводиться выбор учебных заведений для разработки конкретных научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ. Сотрудничество с образовательными и научными (НИИ) организациями является приоритетным для компании, для этого сформированы 7 направлений, по которым данные организации смогут выполнять работы.

- Подготовка специалистов для подразделений компании;
- Повышение квалификации персонала предприятия;
- Выполнение вузами НИР и ОКР;
- Накопление и обмен знаниями;
- Формирование концепции единой системы высшего и дополнительного образования, программ дистанционного обучения для удовлетворения кадровых потребностей предприятия;
- Преподавание профильных дисциплин сотрудниками компании;

Литература:

1. Методы менеджмента качества. Процессный подход / П. С. Серенков, А. Г. Курьян, В. П. Волонтей. — М.: НИЦ ИНФРА-М; Мн.: Нов. знание, 2014. — 441 с.
2. Программа инновационного развития ОАО «Международный аэропорт Шереметьево», официальный сайт «Шереметьево» — http://www.svo.aero/innovation/inn_system/;
3. Шереметьево-2018: инновационные проекты и новая инфраструктура к Чемпионату мира по футболу, официальный сайт «Шереметьево» — <http://www.svo.aero/news/2016/3898/>.

Государственное и региональное регулирование в области туристской деятельности в Российской Федерации

Потапова Ксения Константиновна, магистрант
Коми республиканская академия государственной службы и управления (г. Сыктывкар)

Государственное регулирование является совокупностью методов государственного управления, которые предусматривают систему мероприятий законодательного, исполнительного и контрольного характера, осуществляемые государственными органами с целью стабилизации и адаптации к устойчивым инновационным изменениям [3].

Опыт стран с развитой рыночной экономикой показывает, что активность экономики в инновациях обеспечивается лидирующей ролью государства на рынке науки и техники, в определении национальных приоритетов и активным влиянием государственного управления на

– Развитие систем практик и стажировок студентов по профильным для АО «МАШ» специальностям.

Руководство аэропорта так же планирует взаимодействие с Московской школой управления «Сколково» по программам обучения в области управления деятельностью. Это позволит применить инновационные методы управления и организации деятельностью аэропорта, тем самым повысив эффективность его работы. [2, с. 18]

По вопросу безопасности и противодействия терроризму приоритетным является сотрудничество с отечественными разработками, а также совместная с производителями работа по тестированию опытных образцов оборудования и формирование требований, отвечающих современным реалиям.

Плановый объем расходов АО «МАШ» на реализацию программы инновационного развития 1200–1300 млн руб. Это говорит о том, что руководство компании понимает необходимость постоянного совершенствования деятельности аэропорта для его соответствия всем мировым требованиям и тенденциям. А также выделяет на это направление достаточное финансирование, и осуществляют научно-исследовательскую и опытно-конструкторскую работу в тесном сотрудничестве с различными специализированными организациями.

процесс инновационного развития посредством экономических стимулов [4].

В этом отношении заслуживает внимание точка зрения А. И. Мосалёва, который отмечает, что «... Основной идеей формирования инновационной экономики является создание таких условий, которые позволили бы сбалансировано проводить вклад науки в экономическое развитие страны, региона, отрасли в условиях современного состояния и тенденций развития рынка» [5].

Государственное регулирование в сфере туризма является одним из основополагающих факторов управления

и развития отрасли. Без полного и ясного представления форм и инструментов регулирования на федеральном, региональном и муниципальном уровнях невозможно эффективно и профессионально осуществлять туристскую деятельность в России и на мировом туристском рынке.

В настоящее время активность выездного туризма резко снизилась в связи с ростом иностранной валюты и нестабильной политической ситуацией в некоторых странах. Это может послужить поводом для повышения внутреннего туризма. Но для этого государство должно решить ряд проблем для доступного и качественного отдыха в родной стране.

Туризм очень важен для экономики любого государства, а для некоторых регионов нашей страны туризм — это основной способ доходов. Тем самым государство не заинтересовано в вывозе денег за рубеж, а, наоборот заинтересовано в развитии туризма внутри страны [3].

Государственное регулирование туристской деятельности в Российской Федерации осуществляется путем:

- определения приоритетных направлений развития туризма в Российской Федерации;
- нормативного правового регулирования в сфере туризма;
- разработки и реализации федеральных, отраслевых целевых и региональных программ развития туризма;
- содействия в продвижении туристского продукта на внутреннем и мировом туристских рынках;
- защиты прав и интересов туристов, в том числе оказания им экстренной помощи, а также обеспечения их безопасности [1].

В любой стране, государство стремится поддерживать и регулировать туристическую деятельность. В Российской Федерации практически сформировано правовое поле относительно регулирования туристической деятельности. Анализ нормативно-правовой базы пока зал, что туристическая сфера регулируется нормами как общего, так и специального законодательства. Регулирование туристической деятельности осуществляется на основании Федерального закона «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации», в котором закреплены основные принципы, цели, приоритетные направления и способы государственного регулирования туристской деятельности.

Так же был принят ряд федеральных законов регулирующих туристическую деятельность: ФЗ «Об объектах культурного наследия (памятниках истории и культуры) народов Российской Федерации»; ФЗ «Об особо охраняемых природных территориях»; Закон РФ «О защите прав потребителей»; ФЗ «О развитии Крымского федерального округа и свободной экономической зоны на территориях Республики Крым и города федерального значения Севастополя» и др. [2]

Государственной поддержкой туризма в России занимаются несколько органов власти: Министерство культуры РФ, Министерство экономического развития РФ, Федеральное агентство по туризму.

В настоящий момент осуществление функций по координации деятельности по реализации приоритетных направлений государственного регулирования туристской деятельности в РФ передано Министерству культуры РФ, также и Федеральное агентство по туризму передано в ведение Минкультуры. Если обратить внимание на официальный сайт государственного органа, то мы мало найдем информации о взаимодействии данной структуры с регионами в вопросах регулирования деятельности сферы туризма. Да и на официальном сайте Федерального агентства по туризму основной структурой, осуществляющей деятельность по вопросам туризма в Республике Коми, является Агентство Республики Коми по туризму (по состоянию на 14 ноября 2016 года), тогда как его работа упразднена уже давно — все это свидетельствует об отсутствии обратной связи со стороны региональных органов власти и государственного контроля по отношению к ним.

На сегодняшний день туризм в Республике Коми поддерживается и регулируется Министерством культуры, туризма и архивного дела Республики Коми. В туристической индустрии России действует ряд региональных (национальных) организаций: Российский союз туриндустрии (РСТ), Ассоциация туроператоров (АТОР); Российская гостиничная ассоциация (РГА); Федерация рестораторов и отельеров (ФРиО); Ассоциация агентств воздушного транспорта (ААВТ); Российская ассоциация социального туризма (РАСТ); Ассоциация делового туризма (RBTA); Гильдия журналистов, пишущих о туризме (UJETRus); Ассоциация содействия туристским технологиям (АСТТ) [7].

Несмотря на такое количество органов власти и организаций, государство не имеет четкой и комплексной политики регулирования данной сферы.

Государство сделало крупные капиталовложения в строительство и проведение Олимпийских и Паралимпийских игр в Сочи, сейчас ведётся подготовка Чемпионата мира по футболу в 2018 г., однако нет системного подхода к развитию. Кроме Сочи и принимающих футбольные матчи городов в России существует огромное количество мест, требующих внимания со стороны государства.

В России существует комплекс мер для развития и регулирования туризма. Так, например, для улучшения ситуации в сфере туризма со стороны государства действует Федеральная целевая программа «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011—2018 годы)», направленная на развитие туристического комплекса, создание конкурентоспособного рынка туристических услуг на территории России. По официальным данным на 2015—2018 годы изначально было запланировано выделить 80 млрд рублей из федерального бюджета. К сожалению, они были сокращены до 20 млрд, то есть практически в четыре раза. Это говорит о том, каковы у нас возможности с точки зрения включения различных мероприятий в Программу и возможности их финансирования в рамках данной ФЦП.

По словам руководителя Федерального агентства по туризму Олега Петровича Сафонова: «Туризм показывает очень хорошие темпы роста и активно развивается, и мы считаем, что это очень важно для нашей страны, потому что реализуется тем самым импортозамещение».

Что касается импортозамещения, то по данным Всемирной туристской организации, ежегодно российские туристы увозят за рубеж примерно 50 млрд долларов. По данным за 2013 год — 53 млрд долларов, за 2014 год — 50 млрд долларов, т.е. 2,5 триллиона рублей. Для того чтобы значительная часть этих денег оставалась в нашей стране необходимо создавать, совершенствовать туристскую инфраструктуру. Без этого развивать внутренний туризм невозможно. Так же как и въездной туризм, ведь они различаются между собой только тем, откуда приехал турист — а все остальное базируется на одной и той же инфраструктуре» [6].

Одной из задач ФЦП было увеличение к 2018 году внутреннего турпотока до 40 млн человек в год. В 2015 году целевые показатели превышены. Это говорит о том, что туристская отрасль эффективно развивается, и ФЦП также является эффективной.

Главное условие программы состоит в том, что на 1 рубль федеральных денежных средств необходимо привлечь 3 рубля внебюджетных денежных средств. В рамках Федерального агентства по туризму была создана рабочая группа по контролю за эффективностью использования федеральных денежных средств, выделенных в рамках ФЦП, контролю за соотношением между федеральными денежными средствами и привлеченными внебюджетными источниками.

Сейчас в программе участвуют 27 регионов России, т.е. примерно треть субъектов участвует в улучшении туристической инфраструктуры. В каждом из этих регионов идут работы по созданию туристических кластеров. По условиям вхождения в ФЦП регион должен доказать, что его кластер реально приведет к увеличению турпотока [6].

Несмотря на устойчивое развитие туристической сферы, нашему государству необходимо преодолевать жесткую конкуренцию на мировом туристическом рынке. Причинами этому являются: недостаточное благоустройство большинства городов с большим количеством туристско-рекреационных ресурсов, неразвитая сеть транспортных магистралей, недостаточная пропускная способность аэропортов, низкий уровень гостиничных услуг, ориентация туроператоров и турагентов на выездной туризм и т.п. [3]

Важность и масштабность туризма свидетельствуют о его принадлежности к стратегическим отраслям экономики нашей страны. Экономические эффекты туристской деятельности не ограничиваются прямым финансовым результатом. Они выходят далеко за рамки туристского сектора, оказывая заметное влияние на весь хозяйственный организм. Таким образом, сфера туризма требует непосредственного государственного регулирования с целью обеспечения пропорциональности развития как территориальных и отраслевых народно-хозяйственных комплексов, так и обоснования политики занятости, обеспечения роста бюджетных доходов и управления состоянием платежного баланса всего государства [8].

Литература:

1. Федеральный закон от 24.11.1996 № 132 — ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации».
2. Друшлякова, В. А. Государственное регулирование в сфере туризма // Новая наука: От идеи к результату. — 2015. — № 6–2. — С. 140–142.
3. Лебедев, К. А. Совершенствование государственного регулирования в сфере туризма // Стратегия устойчивого развития регионов России. — 2014. — № 24. — С. 139–141.
4. Лебедев, К. А., Носова Ю. О. Стимулирование инновационной активности в сельскохозяйственных предприятиях // Научные труды Южного филиала Национального университета биоресурсов и природопользования Украины «Крымский агротехнологический университет». Серия: Экономические науки. — 2013. — № 158. — С. 43–48.
5. Максимова, Л. М. Использование инструментов интернет-мониторинга для активизации процесса развития въездного туризма в РФ // Современные проблемы сервиса и туризма. — 2011. — № 3. — С. 43–48.
6. Олег Сафонов: «36 регионов представили свои проекты в Ростуризм для включения в Федеральную целевую программу» // Федеральное агентство по туризму Министерства культуры РФ. — 2015. — 3 июня. — <http://russiatourism.ru>
7. Толстых, К. С. Основные проблемы государственного регулирования в сфере туризма // Вестник Коми республиканской академии государственной службы и управления. Серия: Теория и практика управления. 2014. № 13 (18). С. 43–48.
8. Трухачев, А. В., Варивода В. С. Государственное регулирование сферы туризма на региональном уровне // Фундаментальные исследования. — 2014. — № 11–1. — С. 155–160.

Современные направления развития службы внутреннего аудита

Растегаева Фания Саитовна, доктор экономических наук, доцент, профессор;

Марковникова Елена Юриевна, магистрант

Уфимский филиал Финансового университета при Правительстве Российской Федерации

Федеральный закон «Об аудиторской деятельности» № 307 — ФЗ определяет следующее понятие аудита — это «независимая проверка бухгалтерской (финансовой) отчетности аудируемого лица в целях выражения мнения о достоверности такой отчетности» [1].

На практике необходимо различать два вида аудита — внешний и внутренний. Традиционно целью внешнего аудита является подтверждение достоверности финансовой отчетности компании. Его результаты направлены на удовлетворение интересов широкого круга внешних пользователей — потенциальных инвесторов, кредиторов и других заинтересованных лиц.

Внутренний аудит представляет собой объективную оценку существующей системе контроля на предприятии. В отличие от внешнего аудита его результаты отвечают потребностям и интересам руководства компании. В идеале результаты внутреннего аудита должны представлять констатацию выявленных проблем и рекомендации по их устранению, направленные на повышение эффективности и оптимизации бизнес-процессов, снижение рисков, достижение поставленных целей организации.

Система внутреннего аудита особенно необходима компаниям с разветвленной филиальной сетью. С одной стороны управляющая компания имеет возможность получать своевременную и объективную информацию о деятельности филиалов. С другой стороны, филиалы наиболее полно осведомлены о политике и процедурах головной компании.

Современные условия нестабильного развития рыночных отношений диктуют необходимость в увеличении зоны ответственности внутреннего аудита и появлении новых направлений аудита, таких как *стратегический аудит*, *аудит экономической безопасности* компании, *антикоррупционный аудит*, *аудит эффективности бизнес-процессов*. Рассмотрим назначение и особенности каждого из перечисленных видов внутреннего аудита.

Стратегический аудит. Стратегия компании представляет собой общую концепцию способов достижения целей организации, решения стоящих перед ней проблем и распределения необходимых для этого ограниченных ресурсов. Содержание стратегического аудита заключается в оценке способности системы управления своевременно и эффективно реагировать на изменения внешней и внутренней среды, что является залогом процветания и непрерывности деятельности компании.

По мнению Р. Ф. Брунера «существует три вида бизнеса. Одни предвидят изменения, другие реагируют на них, а третьи игнорируют. Первые будут процветать.

Вторые — бороться за выживание. Третьи не выживут. Предвидеть изменение — это ключ к выживанию. Но успех ждет тех, кто создает изменения» [2, с. 18–19].

Таким образом, можно сформулировать основную задачу внутреннего стратегического аудита — предоставление аппарату управления полной обоснованной информацией, учитывающей как настоящие, так и прогнозные изменения факторов внутренней и внешней среды, для принятия эффективных управленческих решений, связанных с корректировкой реализуемой стратегии.

При разработке стратегии хозяйствующего объекта необходимо учитывать следующий объем информации:

- изменения нормативно-правовой базы регулирования деятельности компаний;
- государственные политические изменения;
- информация об основных потребителях;
- информация о конкурентах и передовом опыте на рынке;
- появление новых технологий и новаторских решений;
- современные средства защиты конфиденциальных данных;
- изменения в каналах сбыта;
- экологические изменения и многие другие.

Мы рассмотрели основные внешние факторы, оказывающие наиболее значительное влияние на выбор и реализацию стратегических планов организации. Своевременный и эффективный анализ данных факторов позволит службе внутреннего аудита спрогнозировать грядущие изменения и дать рекомендации по реализации новых возможностей развития компании — выход на новые рынки, масштабный пересмотр ассортимента предлагаемых товаров и услуг, внедрение современных технологий, принятие инновационных решений, снижение затрат на производство и т.д.

В совокупности с учетом внутренних факторов (кадровые ресурсы, реализуемые виды стратегий, внутренняя политика и т.д.) стратегический аудит способен обеспечить необходимую поддержку и оказать неоценимую помощь в принятии управленческих решений.

Таким образом, стратегический аудит является инновационным подходом в системе внутреннего аудита и имеет огромный потенциал для развития успешного бизнеса в современных условиях кризиса и нестабильных экономических отношений.

Аудит экономической безопасности. Экономическая безопасность предприятия — это устойчивое состояние его защищенности от негативного влияния внешних и внутренних угроз, дестабилизирующих факторов, при

котором обеспечивается стабильная реализация основных коммерческих интересов и целей уставной деятельности [4].

Соответственно, аудит экономической безопасности — это профессиональная оценка функционирования действующей системы экономической безопасности с целью выявления пробелов либо нарушений, способных нанести непоправимый ущерб всей деятельности компании.

В условиях неопределенности, связанной с глобальными макроэкономическими и рыночными изменениями, развитие бизнеса происходит в высоко рискованной среде. Жесткая конкуренция, рост экономических и криминальных преступлений, кибер-атаки, несовершенство контрольной среды и многие другие дестабилизирующие аспекты современности диктуют необходимость в создании мощной базы, способной предвидеть и предотвратить серьезные нарушения безопасности компании. Аудит экономической безопасности — это гармоничное сочетание максимальной полезности службы экономической безопасности и системы внутреннего аудита компании.

В качестве информационной базы для данного вида аудита выступает информация о системе информационного обеспечения сделок и операций компании, проверки бизнес-партнеров, профилактика неплатежей, мошенничеств и т.д.

Следует отметить, что большинство крупных экономических преступлений можно было предотвратить на ранних стадиях их зарождения при грамотной организации внутренней системы безопасности.

Таким образом, аудит экономической безопасности является одним из основных и необходимых инструментов, способных сохранить и преумножить систему экономической безопасности хозяйствующего объекта.

Антикоррупционный аудит.

Коррупционные действия сотрудников компании порождаются рядом причин:

— экономические: низкий уровень зарплаты, изготовление и реализация дефицитных товаров, широкий круг полномочий у лиц административно-управляющего персонала и др.;

— институциональные: пробелы в системе внутреннего контроля, в частности связанные с незаинтересо-

ванностью аппарата управления в результатах контроля и т.д.; слабая антикоррупционная и кадровая политика;

— *социально-культурные*: неверие в результат своего действия, от этого позиция «невмешательства, полного бездействия», неспособность к сопротивлению, неосведомленность и т.д.

Под *коррупционные действия* попадает широкий круг действий, связанный с присвоением собственности компании, разглашением коммерческой тайны, террористическими актами и т.д. Факты мошенничества в большинстве случаев сопровождаются искажениями в финансовой отчетности, предоставлением фальсифицированных результатов инвентаризации и недостоверной информации аудиторам.

При проведении внутреннего аудита компании необходимо:

— просчитать, какие коррупционные финансовые нарушения присущи данному объекту, учитывая специфику деятельности организации, сложившуюся ситуацию в отрасли и на рынке, возможные варианты сговора по хищению вверенного имущества, а так же уровень коррумпированности проверяемых работников [5];

— провести анализ документации по противодействию коррупции внутри компании (антикоррупционная политика, планы, отчеты о выполнении намеченных мероприятий, проведение профилактических мер по устранению причин коррупционных действий, фиксирование и доведение до сведения сотрудников компании фактов коррупционных нарушений и т.д.);

— провести антикоррупционное тестирование средств внутреннего контроля (системность, периодичность, отсутствие формализма при проведении контрольных процедур, возможности сговора должностных лиц, результаты контроля и меры, принятые по его итогам).

Мы согласны с мнением авторов, что совершенствование методологии и методики антикоррупционного аудита будет реальным вкладом в дело противостояния коррупции [5].

Таким образом, внутренний аудит является важной составляющей современной системы управления компании, способной дать достойный ответ сложившейся дестабилизирующей ситуации в экономике.

Литература:

1. Федеральный закон от 30.12.2008 № 307-ФЗ «Об аудиторской деятельности»
2. Брунер, Р. Ф. и др. Краткий курс МВА / Р. Ф. Брунер, М. Р. Икер, Р. Э. Фримен, Р. Е. Спекман, Э. О. Тайсберг; пер. с англ. — М.: Олимп-бизнес, 2000. — 384 с.
3. Крохичева, Г. Е., Архипов Э. Л., Баздикян М. Ю. Аудит в системе экономической безопасности // Интернет-журнал «НАУКОВЕДЕНИЕ» Том 7, № 5 (2015) <http://naukovedenie.ru/PDF/124EVN515.pdf> (доступ свободный). Загл. с экрана. Яз. рус., англ. DOI: 10.15862/124EVN515
4. Муратова, Н. К. Экономическая безопасность предприятия как успешная составляющая современного бизнеса // Государственное управление. Электронный вестник, № 32, июнь 2012 г.
5. Салихов, З. А., Валеев А. Р. Антикоррупционный аудит: основы организации, планирования и проведения // Вестник экономики, права и социологии, № 4, 2015 г.

МСБ-кредитование: проблемы традиционного сектора и перспективы онлайн сервисов

Рудская Елена Николаевна, кандидат экономических наук, доцент;
Болохова Галина Александровна, магистрант
Донской государственный технический университет (г. Ростов-на-Дону)

Для целей нашего исследования необходимо напомнить параметры отнесения деятельности к сфере малого и среднего бизнеса (МСБ). В соответствии с Законом «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации», к малому бизнесу относятся

предприятия с численностью сотрудников до 100 человек (также выделяются микропредприятия — до 15 человек), к среднему — с численностью от 100 до 250 человек, при этом данные предприятия также должны соответствовать критериям, приведенным в таблице 1.

Таблица 1. Критерии отнесения хозяйствующего субъекта к МСБ. [1,2]

Критерии	Малый бизнес	Средний бизнес
Максимальная средняя численность персонала за предшествующий календарный год, человек	100 (в т.ч. 15 для микропредприятий)	250
Максимальная выручка за предшествующий календарный год (без учета НДС), млн рублей	800 (в т.ч. 120 для микропредприятий)	2 000
Максимальная суммарная доля участия собственников, не относящихся к субъектам МСБ, %	49	

Следует сделать особую оговорку, связанную с произошедшими в июле 2015 года изменениями в критериях отнесения предприятий к малому и среднему бизнесу. Максимальная суммарная доля участия собственников, не являющихся субъектами МСБ, была повышена с 25 до 49%, предельные объемы выручки были повышены в два раза: для микропредприятий — с 60 млн рублей за предшествующий календарный год (без учета НДС) до 120 млн рублей, для малых предприятий — с 400 млн рублей до 800 млн рублей, для средних предприятий — с 1 млрд рублей до 2 млрд рублей. [2]

Аналитическое агентство РАЕХ (Эксперт РА) с 2006 года проводит регулярные исследования рынка кредитования МСБ. На протяжении периода с 2006 по 2013 год рынок демонстрировал рост, и лишь в 2014 году наметилась негативная тенденция (тогда портфель кредитов МСБ сократился на 1%). 2015 год был наименее удачным для рынка кредитования МСБ: объем выдачи и совокупный портфель обновили антирекорды, а доля просрочки в портфеле достигла максимума за все время наблюдений. [3]

По данным исследования Эксперта РА, основанном на официальной статистике Банка России, результатах анкетирования банков, а также на серии углубленных интервью с представителями рынка кредитования малого и среднего бизнеса, совокупный объем кредитов, выданных малым и средним предприятиям за 2015 год, составил 5,5 трлн рублей, что на 28,3% было меньше итогов 2014 года. (Рис. 1)

Это наихудший результат за последние пять лет: последний раз меньший объем кредитов банки выдали

МСБ только в 2010 году — 4,7 трлн рублей. Основное сокращение объемов выдачи кредитов МСБ пришлось на первое полугодие 2015 года — участники рынка отреагировали на макроэкономическую нестабильность, обвал национальной валюты и резкое повышение ключевой ставки в конце 2014 года. Во втором полугодии 2015 г. рынок кредитования МСБ показал некоторое оживление (что отражено в росте объемов выдаваемых кредитов по сравнению с первым полугодием), связанное с адаптацией участников к новым условиям, а также уменьшением стоимости кредитов вслед за ключевой ставкой. [3]

Негативная тенденция на рынке кредитования МСБ в 2015 году во многом определялась сокращением активности 30 крупнейших банков по активам. Снижение заинтересованности крупных банков в кредитовании МСБ отразилось на размерах их сети структурных подразделений, в которых малые и средние предприятия могли получить кредит. Отдельные крупные банки — участники исследования закрыли около 15–20% своих подразделений, тогда как совокупное число офисов участников за 2015 год сократилось на 8% (а у ряда средних и небольших банков наблюдалась положительная динамика).

Отрицательно на рынке отразилось и падение спроса на заемные ресурсы со стороны малых и средних предпринимателей. Количество заявок на кредит, полученное участниками исследования за 2015 год, сократилось более чем в три раза по сравнению с данными 2014 года.

Совокупный портфель кредитов МСБ демонстрирует отрицательную динамику второй год подряд: на 1 января 2016 он составил 4,83 трлн рублей, что на 5,7% меньше

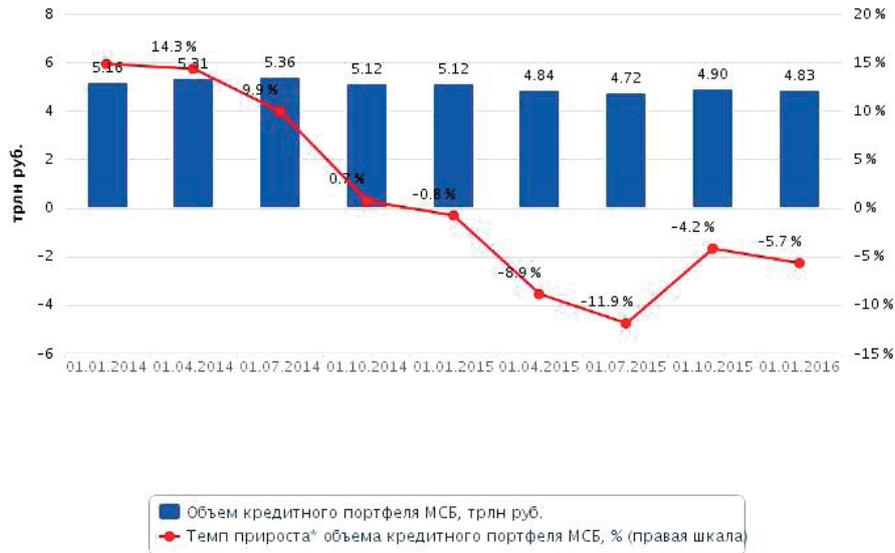


Рис. 1. Темпы изменения объема кредитного портфеля МСБ, 2014–2015 гг. [3]

размера портфеля на начало 2015 года, а за 2014 год портфель сократился почти на 1%.

В III квартале 2015 года наблюдался рост портфеля (+4% за квартал) до 4,9 трлн рублей, однако в основном он был связан с изменением критериев отнесения юридических лиц к субъектам МСБ в июле 2015 года. Реклассификация заемщиков в соответствии с новыми критериями привела к увеличению кредитных портфелей участников исследования в среднем на 30%, при этом у отдельных участников пересчет портфеля дал двукратный рост. [3]

Поскольку в приоритете у банков из топ-30 второй год подряд остаются крупные компании, этот сегмент кредитования в 2015 году единственный показал рост. Совокупный портфель кредитов крупному бизнесу за 2015 год вырос на 16,6%, что, тем не менее, меньше результатов

2014 года — тогда прирост составил свыше 40%, однако значительная его часть была сформирована за счет переоценки валютных ссуд (Рис. 2).

Розница впервые за прошедшие пять лет продемонстрировала отрицательную динамику: портфель кредитов физлицам за 2015 год сократился на 5,7%.

На протяжении всех кварталов 2015 года была выявлена следующая тенденция: банки из топ-30 показывали большее замедление в части выдачи кредитов МСБ, чем прочие участники рынка. Объем кредитов МСБ, выданных 30 крупнейшими банками по активам за 2015 год, составил 2,4 трлн рублей, что на 36,4% хуже результатов 2014 года. Темп сокращения объема выдачи кредитов МСБ у банков вне топ-30 существенно ниже — 20,3% (Рис. 3)



Рис. 2. Объемы ссудного портфеля МСБ, крупного бизнеса и розницы, 2015 г. [3]

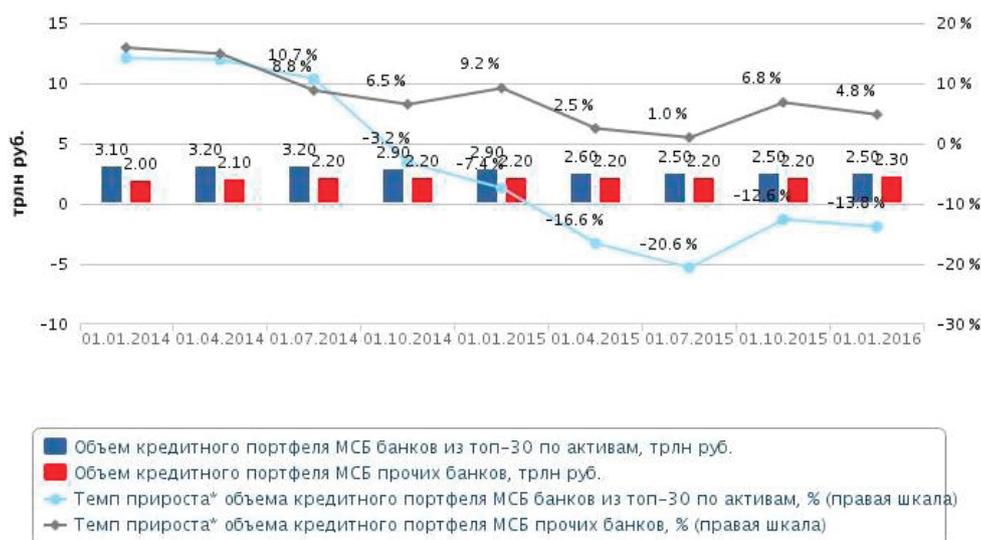


Рис. 3. Динамика кредитного портфеля МСБ банков топ-30 и вне топ-30, 2014–2015 гг. [3]

Из общего объема кредитов МСБ, выданных за 2015 год, только около 44% было выдано банками из топ-30 — это наименьший показатель с начала публикации официальной статистики ЦБ РФ в 2009 году. Размер их портфеля кредитов МСБ за 2015 год снизился на 13,8% и составил 2,49 трлн рублей на 1 января 2016 года. В то же время портфель средних и небольших банков за год прибавил 4,8% и составил 2,34 трлн рублей

Таким образом, средние и небольшие по размеру активов банки приняли на себя ту часть спроса МСБ на кре-

дитные ресурсы, от которой отказались крупные участники рынка. Когда крупные банки, как правило, осознанно придерживались кредитование МСБ и сдавали свои позиции на этом рынке, среди банков вне топ-30 конкуренция за качественного заемщика ожесточилась. [3]

Представим ранжировку банков, кредитующих МСБ. Первые две позиции ранжирования по величине кредитного портфеля МСБ не претерпели изменений — их заняли Сбербанк и ВТБ 24 (Таблица 2). Тройку лидеров по итогам 2015 года замкнул МИнБанк, поднявшийся с 4-й строки

Таблица 2. Ранжировка банков по величине кредитного портфеля МСБ на 01.01.2016. [3]

Место в ранжировке на 01.01.2016	Место в ранжировке на 01.01.2015	Наименование банка	Кредитный портфель МСБ, млн руб.		Темп прироста кредитного портфеля МСБ за период с 01.01.2015 по 01.01.2016, %	Рейтинг кредитоспособности RAEX (Эксперт РА) по состоянию на 31.03.2016
			на 01.01.2016	на 01.01.2015		
1	1	ПАО Сбербанк	993 818.0	1 297 079.0	-23	-
2	2	ВТБ 24 (ПАО)	144 334.0	177 338.2	-19	-
3	4	ПАО «МИнБанк»	89 619.3	87 453.1	2	-
4	6	Банк «Возрождение» (ПАО)	66 971.3	64 380.3	4	-
5	5	ПАО «Банк «Санкт-Петербург»	66 253.0	66 315.7	0	A++
6	13	ПАО «АК БАРС» БАНК	50 521.4	34 731.8	45	-
7	9	ТКБ БАНК ПАО	48 313.0	42 331.2	14	A+ (I)
8	3	ПАО «Промсвязьбанк»	46 639.1	101 678.3	-54	-
9	11	АКБ «Инвестторгбанк» (ПАО)	40 192.9	40 319.4	0	-
10	8	Банковская группа «Открытие»	38 431.8	43 633.9	-12	-

рэнкинга. Промсвязьбанк, ранее регулярно занимавший третью позицию, опустился сразу на пять строчек вниз, до 8-го места в рэнкинге, в результате более чем двукратного сокращения портфеля. Среди банков из топ-10 рэнкинга наибольший темп прироста портфеля (+45% за 2015 год) продемонстрировал АК БАРС, что на фоне сокращения рынка позволило ему подняться сразу на семь строчек вверх и занять 6-ю позицию в рэнкинге.

Перейдем к исследованию альтернативных форматов кредитования МСБ. Обратим внимание на факторинг, который с одной стороны дороже традиционного кредитования, а с другой стороны более эффективный с точки зрения организации бизнес-процессов предприятий.

Сокращение рынка факторинга на 10% в 2015 году сопровождалось снижением доли, приходящейся на сделки с субъектами малого и среднего бизнеса (Рис. 4), даже несмотря на двукратное увеличение предельных значений выручки для малого и среднего бизнеса.

В случае если методика отнесения предприятий к малому и среднему бизнесу оставалась бы неизменной, доля сделок с МСБ в 2015 году, по оценкам РАЕХ (Эксперт РА), составила бы порядка 15%. Данные о распределении сделок по клиентским сегментам были предоставлены Факторами, на которых в 2015 году пришлось около 67% совокупного оборота рынка.

Объем денежных требований, уступленных восемнадцати Факторам, предоставившим данные по сделкам с МСБ, составил в 2015 году около 265 млрд рублей. Совокупный оборот в сегменте малого и среднего бизнеса с учетом Факторов, не предоставивших анкеты, по оценкам РАЕХ, составил порядка 330 млрд рублей (падение на 34% по сравнению с 2014 годом). Таким образом, рынок в 2015 году в значительной мере сконцентрировался на работе с клиентами МСБ, имеющими крупных устойчивых дебиторов (например, продуктовые торговые сети), а также на сборе задолженности с проблемных клиентов, число которых увеличивалось по мере нарастания негативных тенденций в экономике (Таблица 3)

Следующим важным инструментом альтернативного кредитования является лизинг. По оценке агент-

ства, объем лизинговых сделок нового бизнеса МСБ за 2015 год составил около 281 млрд рублей, в 2014 г. — 321 млрд рублей. Сокращение нового бизнеса было характерно для всех «розничных» сегментов, при этом наибольшее давление на лизинговые сделки с МСБ оказало сжатие автолизинга (–18%) вследствие падения автопродаж в 2015 году на фоне снижения покупательской активности населения и роста стоимости автомобилей. Однако, несмотря на сжатие сегмента МСБ (–13%) в 2015 году, он оказался более устойчивым, чем рынок в целом (падение на 20%). По этой причине доля МСБ в объеме нового бизнеса в 2015 году составила около 52% против 47% годом ранее (Рис. 5). [3]

На 1 января 2016 года на платежи к получению от представителей малого и среднего бизнеса приходилось 26% лизингового портфеля (25% в 2014 году). Крупнейшими сегментами в портфеле МСБ по-прежнему остались автосегменты (31% — легковой, 22% — грузовой). Доля морских и речных судов составила 8%, а на строительную и ж/д технику пришлось по 7%.

Лидером по объему нового бизнеса в сегменте МСБ второй год подряд стал ВЭБ-лизинг. Госкомпании продолжали наращивать «розничные» сделки, что позитивно отразилось на их позициях в рэнкинге. (Таблица 4)

Остановимся на проблеме просроченной задолженности. Как и прогнозировал РАЕХ (Эксперт РА), в 2015 году доля просроченной задолженности в кредитном портфеле наиболее активно росла в сегменте МСБ. По итогам 2015 года доля просрочки в портфеле кредитов МСБ достигла рекордного значения 13,8% (максимум за все время наблюдений), прибавив 6,1 п.п. (Рис. 6).

Доля просроченной задолженности в розничном портфеле показала более сдержанный рост — на 2,2 п.п., до 8,1%. Наименьший показатель по крупному бизнесу — доля просроченной задолженности в этом сегменте составила 4,9% на начало 2016-го, увеличившись на 1,4 п.п. за год. Однако по темпам прироста просроченной задолженности в абсолютном выражении крупный бизнес практически сравнялся с сегментом МСБ. За 2015 год объем



Рис. 4. Сокращение доли МСБ в структуре факторинговых сделок, 2010–2015 гг. [3]

Таблица 3. Рэнкинг по объему денежных требований, фактически уступленных Факторам клиентами из сегмента МСБ. [3]

Место в рэнкинге по итогам 2015 года	Место в рэнкинге по итогам 2014 года	Наименование фактора	Объем денежных требований, уступленных Фактору за 2015 год клиентами сегмента МСБ, млн руб.	Объем денежных требований, уступленных Фактору за 2015 год следующими группами компаний, млн руб.		Доля сегмента МСБ в общем объеме денежных требований, уступленных Фактору в 2015 году, %		Темпы прироста объема денежных требований, уступленных Фактору клиентами из сегмента МСБ, 2015/2014, %
				малый бизнес	средний бизнес	малый бизнес	средний бизнес	
1	1	ПАО «Промсвязьбанк»	71 050,7	32 056,1	38 994,6	0,20	-12,3	
2	4	ПАО АКБ «Металлинвестбанк»	52 999,0	43 025,4	9 973,6	0,97	-13,9	
3	2	АО «АЛЬФА-БАНК»	44 666,6	26 512,1	18 154,5	0,28	-32,7	
4	5	ООО ВТБ Факторинг	39 199,6	н/д	н/д	0,09	-15,1	
5	7	АО ЮниКредит Банк	14 024,0	7 307,4	6 716,6	0,43	-44,5	
6	13	Русская Факторинговая Компания	8 661,1	7 040,2	1 621,0	0,96	42,4	
7	14	ТКБ БАНК ПАО	7 258,6	3 818,9	3 439,7	0,32	22,9	
8	12	ООО «ФК Санкт-Петербург»	6 965,0	1 572,0	5 393,0	0,49	12,3	
9	8	ОАО «МОСКОВСКИЙ КРЕДИТНЫЙ БАНК»	4 096,8	2 932,7	1 164,1	0,08	-79,2	
10	15	ООО «Р. Е. Факторинг»	4 055,6	1 935,3	2 120,3	0,44	53,1	

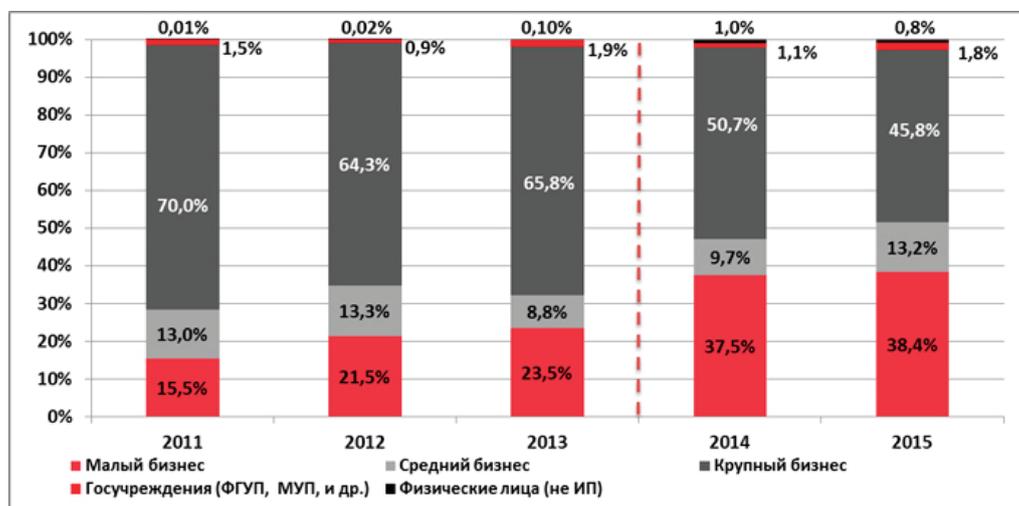


Рис. 5. Рост доли МСБ в объеме нового бизнеса в 2015 году. [3]

просроченной задолженности МСБ увеличился на 69% до 667 млрд руб., а просрочка крупного бизнеса прибавила 64%, составив 1,4 трлн рублей на 1 января 2016 года. [4]

Кроме того, благодаря более лояльному отношению банков к пролонгации кредитов крупным предприятиям, объем, и доля просроченной задолженности не в полной мере характеризуют качество портфеля в этом сегменте, и реальные риски в нем существенно выше.

Проблемы крупного бизнеса также наносят урон финансовому положению малых и средних предпри-

нимателей, формирующих пул контрагентов крупных компаний. По причине слабых переговорных позиций поставщики и подрядчики (субъекты МСБ) крупных предприятий, испытывающих проблемы с исполнением обязательств, не имеют реальной возможности получить оплату за свою работу, что зачастую приводит к их банкротству. На финансовое положение МСБ также продолжает оказывать давление падение платежеспособного спроса населения, кроме того, малые и средние предприниматели все чаще испытывают трудности с обслуживанием долга

Таблица 4. **Топ-50 лизинговых компаний по сделкам с МСБ в 2015 году.** [3]

Место по итогам 2015 года	Место по итогам 2014 года	Наименование лизинговой компании	Объем нового бизнеса (стоимости имущества) с МСБ за 2015 г., млн руб.
1	1	«ВЭБ-лизинг»	35 807,5
2	2	Европлан	22 438,6
3	4	Балтийский лизинг (ГК)	17 210,0
4	3	CARCADE Лизинг	12 958,9
5	12	«Государственная транспортная лизинговая компания»	12 394,7
6	5	«РЕСО-Лизинг»	11 058,4
7	8	«СБЕРБАНК ЛИЗИНГ» (ГК)	7 544,1
8	7	«Элемент Лизинг»	4 248,0
9	10	СТОУН-XXI (ГК)	4 110,8
10	13	«Мэйджор Лизинг»	4 109,2

Рис. 6. **Рост просроченной задолженности МСБ, 2014–2015 гг.** [3]

из-за проблем контрагентов и потери средств в банках, лицензии которых были отозваны.

Качество портфеля кредитов МСБ снижается как у 30 крупнейших банков, так и у прочих участников рынка. Однако просроченная задолженность нарастает у банков вне топ-30 гораздо более высокими темпами. За 2015 год объем просроченной задолженности МСБ в портфеле средних и небольших банков увеличился почти втрое и достиг 310 млрд рублей в абсолютном выражении. В то же время просрочка у банков из топ-30 прибавила только 28%.

Особо следует остановиться на отраслевом аспекте кредитования МСБ. Отраслевая структура выданных в 2015 году кредитов МСБ существенным образом не изменилась: лидером осталась торговля (48% кредитов МСБ в 2015 году было выдано торговым предприятиям, как и годом ранее), доля обрабатывающих производств выросла на 4 п.п., до 15% (Рис. 7). Проблемы сокращения платежеспособного спроса наименьшим образом затронули торговые предприятия, реализующие продукцию по-

вседневного спроса в низшем ценовом сегменте и товары первой необходимости.

Среди других наименее рискованных отраслей участники исследования выделяют пищевую промышленность, внутренний туризм, фармацевтику, а также импортозамещающие отрасли и экспортеров. С опасением банки относятся, прежде всего, к строительной отрасли. Стремительное развитие строительного рынка в предыдущие годы привело к высокой за кредитованности застройщиков, в текущих же условиях многие проекты приостанавливаются. [3]

В срочной структуре выданных в 2015 году кредитов преобладали короткие кредиты, которые компании направляли на закрытие кассовых разрывов и пополнение оборотных средств. В 2015 году 68% кредитов МСБ имели срочность до года (Рис. 8), в том числе 35% — от 181 дня до года.

Топ-30 крупнейших банков более активно кредитовали МСБ на долгий срок, чем все прочие участники рынка. Это объясняется более широким доступом крупных банков



Рис. 7. Отраслевая структура кредитов МСБ. [3]



Рис. 8. Срочная структура кредитов МСБ, выданных за период 2011–2015 гг. [3]

к «длинным» источникам фондирования и механизмам рефинансирования обязательств.

В 2016 г. ситуация в области кредитования МСБ несколько изменилась. По данным Банка России, в июне 2016 г. банки выдали малым и средним предпринимателям кредиты на 505 млрд руб. — на 34% больше, чем в мае, и на 7,6% больше, чем в том же месяце 2015 года. В результате выдача новых кредитов за первое полугодие 2016 года почти догнала соответствующий показатель на

середину 2015 года — 2,446 трлн руб. против 2,460 трлн руб., хотя и составляет лишь две трети от рекордного уровня двухлетней давности (более 3,8 трлн руб.). [4] По данным Банка России динамика кредитования МСБ в общем объеме кредитного портфеля банков представлена в полугодовых периодах на рисунке 9.

Также начал сокращаться уровень просроченной задолженности по кредитам малого и среднего бизнеса после девяти месяцев непрерывного роста в 2015 г. Доля



Рис. 9. Объемы кредитования МСБ в России, млрд.руб. [7]

просроченной задолженности снизилась в июне 2016 г. на 0,4 п.п., до 15,2% от портфеля, а ее объем — на 15 млрд руб. (до 705 млрд.), следует из статистики ЦБ.

Тем не менее, малые и средние предприниматели остаются самой проблемной категорией бизнес-заемщиков —

в целом по корпоративному кредитному портфелю доля просрочки сейчас составляет только 6,8%.

Просрочка по МСБ в региональном разрезе в максимальных и минимальных значениях представлена на рисунке 10.

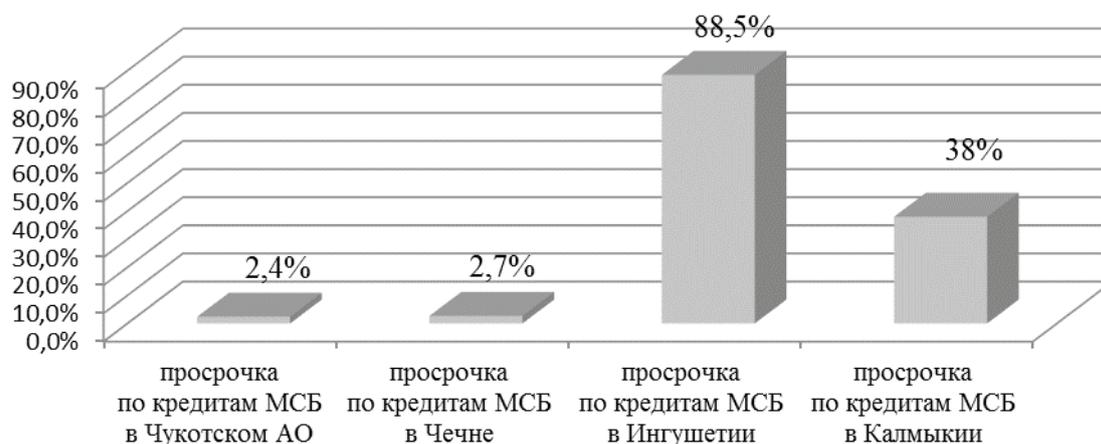


Рис. 10. Уровень просрочки по МСБ в некоторых регионах РФ. [4]

Доступность финансирования в сегменте малого и среднего бизнеса заметно улучшилась, как показало исследование «Опоры России» по индексу бизнес-настроений малых и средних предприятий за второй квартал 2016 года. Уже 55% респондентов (против 45% в первом квартале 2016 г.) отметили легкость получения кредита, а число опасующихся, что в третьем квартале привлечь заемные деньги будет сложно, сократилось с 39 до 29%, говорилось в исследовании. [4]

Банки ужесточили требования к МСБ и, прежде всего, отказываются от беззалогового кредитования. Так, по данным Эксперт РА, банки массово отказываются от беззалогового кредитования с конца 2014 года. Например, в годовом отчете Сбербанка за 2014 год уже нет ни одного упоминания кредита «Доверие», а на сайте оговаривается, что сумму в 3 млн руб. теперь можно получить только при предоставлении гарантий на весь срок кредитования. [5]

Менее одной десятой малых предпринимателей воспользовались в первом полугодии 2016 г. банковскими кредитами, показали результаты опроса «Опоры России». Не имея возможности воспользоваться банковским кредитом, предприниматели ищут альтернативы — микрофинансовые организации, ломбарды, потребительские кредиты. [6]

По данным фонда, в Москве в 2014–2015 годах было выдано 1477 займов на общую сумму 782,5 млн руб. Средний размер займа в 2014 году — 535 тыс. руб. Но говорить о том, что микрозаймы стали привлекательнее кредитов, нет оснований — эта тенденция является следствием ужесточения риск-менеджмента в банках. Микрокредиты не популярны из-за высоких ставок. [6]

Несмотря на тяжелые экономические условия для малого бизнеса, количество желающих открыть небольшое собственное дело в России продолжает расти. Согласно статистике ФНС, в 2015 году в стране зарегистрировалось 653,4 тыс. индивидуальных предпринимателей, а прекратило деятельность 564,5 тыс. ИП (в том числе 544 тыс. по собственному решению), то есть прирост составил около 89 тыс. В 2016 году этот тренд сохраняется: за первое полугодие зарегистрировалось 360,3 тыс. ИП, закрылось 298,7 тыс. Таким образом, по сравнению с началом года в России прибавилось порядка 62 тыс. действующих индивидуальных предпринимателей. [7]

Власти готовят новую стратегию развития, которой занимается экономический совет при президенте и будет заниматься новый совет по стратегическому развитию и приоритетным проектам. Оценка малым бизнесом текущей экономической ситуации как по стране в целом, так и по отраслям стала более позитивной, но пессимистов все еще гораздо больше, чем оптимистов. Так, 81% малых предприятий считает, что экономическая ситуация в стране тормозит развитие бизнеса, и только 14% говорит, что способствует. У компаний упали прибыль (об этом сообщили 54% опрошенных) и выручка (50%), а выросли эти показатели только у 15 и 20% предприятий, соответственно. Исследование зафиксировало больше компаний, планирующих увеличение оборотов и выход на новые рынки: их доля за полгода 2016 г. выросла с 42 до 46% опрошенных. [8] Согласно Стратегии развития малого и среднего бизнеса, к 2030 году оборот малых и средних предприятий по сравнению с 2014 годом должен увеличиться в два с половиной раза, доля МСП в ВВП вырасти не менее чем в полтора раза. [9]

По базовому сценарию RAEX (Эксперт РА) объем кредитного портфеля МСБ существенно не изменится за второе полугодие 2016 года и на начало 2017-го составит около 4,6 трлн рублей. Ожидается, что объем выдачи кредитов МСБ за 2016 год сохранится на уровне 2015-го либо незначительно его превысит, при этом за счет особенностей своей срочной структуры кредитный

портфель МСБ сократится на 5% за год и составит около 4,6 трлн рублей на 01.01.2017. В 2017 году поддержку рынку сможет оказать дальнейшее расширение программ рефинансирования кредитов МСБ. Динамика кредитного портфеля МСБ коммерческих банков по итогам первого полугодия 2016 г. представлена в таблице 6.

Таблица 6. Рэнкинг банков по объему кредитного портфеля МСБ на 01.07.2016. [10]

Место по объему кредитного портфеля МСБ на 01.07.2016	Наименование банка	Объем кредитного портфеля МСБ, млн руб.		Темпы прироста кредитного портфеля МСБ за период 01.07.2015–01.07.2016, %	Рейтинг кредитоспособности RAEX (Эксперт РА) на 26.08.2016
		на 01.07.2016	на 01.07.2015		
1	ПАО Сбербанк	958 542	1 034 829	-7	-
2	АО «Россельхозбанк»	552 384	590 045	-6	-
3	ВТБ 24 (ПАО)	146 557	165 649	-12	-
4	ПАО «МИНБанк»	97 300	77 885	25	-
5	ПАО «Банк «Санкт-Петербург»	70 469	56 282	25	A++
6	ПАО «АК БАРС» БАНК	63 593	32 364	96	-
7	Банк «Возрождение» (ПАО)	61 064	60 671	1	-
8	ТКБ БАНК ПАО	48 830	40 117	22	A+ (I)
9	ПАО «Татфондбанк»	40 677	29 700	37	-
10	ПАО «Промсвязьбанк»	40 658	56 088	-28	-

Скорость восстановления рынка кредитования МСБ будет зависеть от эффективности мер господдержки и активности самих банков. Основные проблемы, ограничивающие спрос на рынке, — это стоимость заемных ресурсов и необходимость залогового обеспечения. Расширение возможностей по рефинансированию кредитов может помочь снизить их стоимость для конечных заемщиков.

В таблице 7 представлены мнения топ-менеджеров различных банков по данному вопросу.

Заявление главы ВТБ, упомянутое в таблице 5, идет вразрез с намерениями правительства увеличить вклад МСП в экономику России. В настоящее время доля малого и среднего бизнеса в ВВП составляет 20–21%, а в развитых государствах — до 50% и более. [8]

Малый и средний бизнес считает проблему доступа к финансовым ресурсам одной из ключевых и мешающих развитию. Это показал опрос КPMG, проводимый в сентябре 2016 года: 50% опрошенных предпринимателей (всего было обработано более 10 тыс. анкет) поставили этой проблеме максимальный балл — «5», что означает максимальную актуальность проблемы. [8]

Уровень доступа малого и среднего бизнеса в России к кредитам существенно не дотягивает до развитых стран. Во многом проблема объясняется непрозрачной отчетностью и недостатком кредитных историй.

Считаем целесообразным обратить внимание на технологии онлайн кредитования, как инструмента решения проанализированных выше проблем доступности МСБ к кредитным ресурсам, в том числе и их стоимости.

Воспользуемся материалами исследования компании J’son & Partners Consulting для обоснования нашего предложения. Компания J’son & Partners Consulting представила краткие результаты первого в России комплексного исследования, посвященного развитию рынка коллективного онлайн кредитования (краудлендинга) в России и мире, общий объем которого в 2013 г. превысил 5 млрд долл. США. [11]

Краудлендинг — онлайн-процесс кредитования физическими лицами других физических лиц или организаций с помощью специально созданного интернет-ресурса.

Как известно, краудлендинг подразделяется на 2 вида:

- P2P-кредитование — онлайн-процесс кредитования физическими лицами других физических лиц;
- P2B-кредитование — онлайн-процесс кредитования физическими лицами юридических лиц, прежде всего компаний малого и среднего бизнеса.

Все краудлендинговые платформы обладают рядом отличительных особенностей:

1. Наличие кредитного рейтинга заемщиков, который составляется или самой платформой, или внешними экспертами.
2. Проверка личности заемщика и его документов с целью нивелирования риска мошенничества.
3. Автоматическое инвестирование — возможность диверсификации портфеля кредитора с помощью автоматического инвестирования выбранной им суммы равными долями на основе ключевых параметров, определенных инвестором: уровень надежности заемщика, ожидания по доходности, ожидания по сроку кредитования.

Таблица 7. Основные проблемы кредитования МСБ по мнению экспертов

Проблема	Эксперт
Малый и средний бизнес сейчас в стране не востребован, спроса на его продукцию и услуги недостаточно, поэтому кредитовать этот бизнес невыгодно и рискованно.	Андрей Костин, глава ВТБ
По итогам первой половины 2015 года 65% банков ужесточили условия отбора заемщиков; компании не могут себе позволить длинный горизонт планирования и не готовы к длительной «финансовой кабале».	Наталья Литянская, руководитель Аналитического центра МСП Банка
На рынке существует несколько крупных и много мелких кредитных бюро, но нет одного центрального. В бюро есть информация не по всем заемщикам; низкая финансовая грамотность заемщиков и их неспособность «сформулировать внятную стратегию или оценить риски своего собственного предприятия»; спрос на долгосрочное финансирование со стороны заемщиков снижается, и банкам часто сложно найти проект, предлагающий приемлемый баланс между риском и доходностью.	Виктор Рожков, руководитель департамента коммерческого банкинга Ситибанка
Отсутствие полных данных в кредитных бюро, несоответствие между управленческой (реальной) отчетностью и отчетностью официальной, значительная доля серого оборота	Илья Васильев, вице-президент, заместитель директора департамента обслуживания клиентов малого бизнеса ВТБ24
Не все свои операции, не всю выручку предприятия проводят по расчетному счету	Евгений Курасов, директор департамента кредитования малого, среднего бизнеса и розничных клиентов Промсвязьбанка
Все перечисленные проблемы действительно существуют, но помимо повышения прозрачности малого бизнеса и облегчения доступа к отчетности и данным интересную возможность для этого сегмента предоставляют новые технологии	Денис Осин, руководитель блока массового бизнеса Альфа-банка

4. Наличие минимальных и максимальных уровней инвестирования как для заемщика, так и для кредитора.

5. Досрочное погашение долга (graceperiod) без уплаты процентов.

6. Анонимность пользователей: немногие платформы раскрывают реальные имена своих кредиторов и инвесторов.

7. Многие площадки предлагает вторичный рынок, позволяющий инвесторам продавать долговые обязательства заемщиков.

8. Срок жизни заявки заемщика большинство площадок устанавливают в размере 14–28 дней, по истечении которого либо заявка снимается, либо заемщик получает привлеченную сумму.

9. Привлечение коллекторских агентств для работы с просроченной задолженностью. [11]

Работа краудлендинговой площадки затрагивает целый спектр различных организаций: банковские (где находятся счета кредитора и заемщика), бюро кредитных историй для проверки потенциальных заемщиков, коллекторские агентства. В редких случаях площадки также сотрудничают с фирмами (называемыми спонсорами), осуществляющими анализ и оценку кредитоспособности заемщиков взамен на комиссию от полученных кредитов. Обычно эту функцию площадки сохраняют за собой. Комиссионный доход в виде процента за выдачу кредитов является ключевой статьей дохода площадок. [11] Схема работы краудлендинговой площадки представлена на рисунке 11.

Аналитики J'son & Partners Consulting на основе проведенного анализа выделили национальные площадки-лидеры в 15 странах мира. Наименования площадок и общий объем выданных кредитов за все время существования ряда площадок представлены на рисунке 12.

Анализ инвестиционного банка Libegium показал, что краудлендинговые площадки: [11]

1. являются более эффективными организациями по сравнению с традиционными: отношение операционных затрат к кредитному портфелю у краудлендинговых площадок меньше (более низкие операционные затраты объясняются существенной экономией на офисных расходах, расходах на биллинг и пр.) почти на 40% (4,2% против 7,0%);

2. более доходны по сравнению с традиционными инструментами (депозиты и облигации).

Западные эксперты считают краудлендинг одним из самых перспективных направлений микрофинансирования во всем мире. Но на территории России, особенно в небольших регионах, он еще не достиг пика своего развития. [12]

Рынок краудлендинга в России находится на ранней стадии развития. Его годовой объем J'son & Partners Consulting оценивает в размере 10–15 млн долл. США, большая часть которого приходится на две лидирующие площадки: WebMoney Transfer и Вдолг.ру. [11]

Эксперты-аналитики выделяют следующие предпосылки активного развития краудлендинговых платформ в нашей стране:

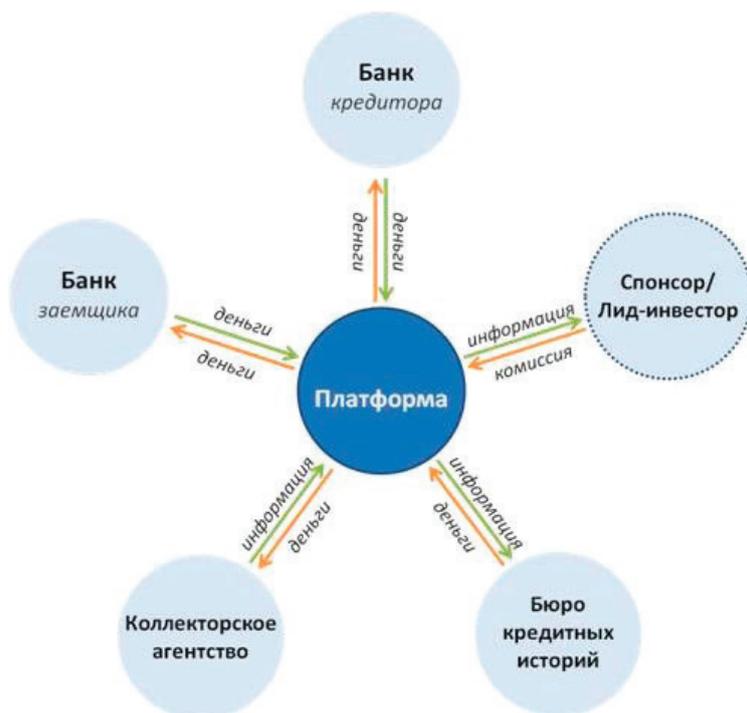


Рис. 11. Экосистема краудлендинговых платформ. [11]

Страна	Крупнейшая площадка	Сайт	Общий объем выданных средств, \$ млн
США	LendingClub	www.lendingclub.com	4030
Великобритания	Zopa	www.zopa.com	780
Китай	人人贷 renrendai.co	www.renrendai.com	~600
Швеция	TrustBuddy	trustbuddy.com	~200
Германия	Kredite von Privat an Privat auxmoney	www.auxmoney.com	120
Франция	prêt d'union Prêtés. Empruntez. Entre particuliers.	http://www.pret-dunion.fr/	104
Голландия	geldvoorelkaar.nl	www.geldvoorelkaar.nl	48
Австралия	SocietyOne	www.societyone.com.au/	40
Польша	KOKOS.pl	www.kokos.pl	36
Эстония	Bondora by isePankur	www.bondora.ee	20

Рис. 12. Национальные площадки-лидеры в 15 странах мира. [11]

- постепенное снижение банковской активности в выдаче займов и ужесточение требований к клиентам;
- получение низких доходов от депозитов;
- бурное развитие финансирования МФО под очень высокие проценты;

– отсутствие выгодных программ кредитования для представителей малого и среднего бизнеса.

Пока на рынке есть ряд сильных барьеров, сдерживающих развитие рынка. Среди них можно выделить следующие:

– высокие ставки, сравнимые с микрофинансовыми организациями — средний объем выдаваемых кредитов на рынке краудлендинга лежит в диапазоне 10–20 тыс. руб. при средней процентной ставке 0,5–1,5% в день;

– отсутствие законодательного регулирования и, как следствие, значительные сложности с возможностью формирования портфеля в автоматическом режиме для кредиторов;

– невысокий уровень систем скоринга, что повышает риски для кредиторов;

– низкий уровень интереса со стороны инвесторов. [12]

По оптимистичному сценарию J'son & Partners Consulting развитию рынка онлайн кредитования может способствовать совокупность следующих факторов: снижение процентных ставок ниже рынка микрозаймов, появление новых сервисов (возможно, на базе МФО); совершенствование систем скоринга; рост доверия со стороны населения; принятие соответствующих законов и нормативных актов.

Примером реализации пилотного проекта может послужить опыт Альфа-Банка в данной сфере и его платформа «Поток» для кредитования малого бизнеса физлицами. Сервис дает возможность клиентам банка одалживать деньги компаниям напрямую. [13]

Смысл услуги заключается в том, что частные инвесторы вкладывают деньги в инвестиционный пакет, состоящий из ряда небольших компаний, также являющихся клиентами банка. Полученные от физических лиц суммы распределяются между такими малыми предприятиями.

Альфа-банк на своем онлайн сервисе предлагает следующие инвестиционные пакеты: «Топ компаний среди подавших заявки», «Лучшие производственные компании», «Растущие ИТ-компании», «10 компаний, переходящих в средний бизнес», «Растущие компании Сибири». [13]

Кредитная организация обеспечивает оценку надежности компаний с помощью системы из 200 параметров (например, деловая активность компании, профиль руководителя и продукт, который компания создает). Используется технология машинного обучения в виде набора алгоритмов, определяющих, какие параметры имеют наибольшее влияние на результат. Используются данные ЕГРЮЛ, ФНС, Контур. Банк организует заключение типового онлайн договора между инвестором и компаниями.

Разрешенный диапазон вложений на платформе 10–500 тыс. руб. Из 500 инвесторов, принявших участие в первом раунде сбора инвестиций, максимальную сумму вложили 13 человек, минимальную — 150 человек. Средняя же сумма вложений составила 66 тыс. руб. Срок привлечения инвестиций — 6 месяцев, возврат денег осуществляется раз в неделю, планируемая итоговая доходность 30% годовых. [14]

При досрочном возврате долга доходность уменьшается, а в обратном случае — увеличивается за счет дополнительных выплат 0,15% в день от суммы просроченной задолженности. Инвесторы работают с краудлендинговым ресурсом бесплатно. Для других физических лиц кредитная организация предлагает вначале стать ее клиентом, оформив пакет услуг «Эконом» (карта банка, счета в трех валютах) с ежемесячной оплатой 89 руб. Банк получает комиссию от компаний в размере 4,35% с каждого платежа, но не более 1920 руб. [14]

Интересным представляется эксперимент корреспондента РБК, вложившего на платформе 10 тыс.руб. в кредитование предприятий МСБ. Общая доходность за четыре недели составила 11,6% годовых, или 92 руб., что было более выгодно по сравнению с банковским вкладом на полгода под 10,5% годовых, который принес бы только 83 руб. дохода. С учетом того, что три заемщика досрочно погасили долг, максимальная доходность могла бы составить 26,9%. [14]

Возникает вопрос: почему малые компании не кредитуются под более низкие проценты в самом банке, или банк отсылает на платформу некачественных заемщиков? Дело в том, что эти заемщики хорошего качества, но не подходят под стандартные требования банка. Кроме того, при небольшом объеме кредита процентный доход от него не покрывает издержки банка. Логично повысить ставку, но это ухудшит финансовое состояние бизнеса, и банки отказываются от этого сегмента.

Таким образом, функционирование платформы P2B в конечном итоге будет направлено на снижение стоимости кредитных ресурсов для бизнеса за счет новых форматов каналов продаж. В условиях высокой инфляции ставки по кредитам свыше 25–30% сводят смысл привлечения заемных ресурсов в бизнес к нулю. В свою очередь, P2B кредитование станет эффективным при оптимальном снижении ключевой ставки ЦБ.

Литература:

1. Федеральный закон № 209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации»
2. Постановление Правительства РФ от 13.07.2015 № 702 «О предельных значениях выручки от реализации товаров (работ, услуг) для каждой категории субъектов малого и среднего предпринимательства».
3. Кредитование малого и среднего бизнеса в России по итогам 2015 года новые антирекорды: [Электронный ресурс] URL: http://www.raexpert.ru/researches/banks/irb_2015_itog/part8/ (дата обращения 27.01.2016)
4. Волкова, О. Банкиры предложили бизнесу стать более открытым для получения кредитов: [Электронный ресурс] URL: <http://www.rbc.ru/economics/21/10/2015/56267af19a794751a5435267> (дата обращения 18.05.2016)

5. Ткачёв, И., Гришин, Н., Суворова, Н. Просрочка по кредитам малому бизнесу прошла пик: [Электронный ресурс] URL: <http://www.rbc.ru/economics/11/08/2016/57ac996d9a794747bdd343a0> (дата обращения 10.11.2016)
6. Серегин, В., Кошкарлов, А. Малый бизнес стал хуже платить по беззалоговым кредитам: [Электронный ресурс] URL: http://www.rbc.ru/own_business/08/06/2015/557057579a79474d523ff6ca (дата обращения 13.10.2016)
7. Волкова, О., Серегин, В. Малый бизнес нашел замену банковским кредитам в ломбардах: [Электронный ресурс] URL: <http://www.rbc.ru/economics/09/07/2015/559e9b509a79479561343121> (дата обращения 21.09.2016)
8. Могилевская, А. Малый бизнес научился жить в условиях спада экономики: [Электронный ресурс] URL: <http://www.rbc.ru/economics/22/07/2016/5790e8489a7947bb512c215e> (дата обращения 27.10.2016)
9. Милокова, Я., Штыкина, А., Шароян, С., Кошкарлов, А. Бизнес ответил ВТБ на слова о бессмысленном кредитовании предпринимателей: [Электронный ресурс] URL: <http://www.rbc.ru/economics/13/10/2015/561d2a8e9a79477339e5610a> (дата обращения 10.04.2016)
10. Кредитование малого и среднего бизнеса в России итоги I полугодия 2016 года: [Электронный ресурс] URL: http://www.raexpert.ru/researches/banks/msb_1h2016/ (дата обращения 25.10.2016)
11. Обзор рынка он-лайн кредитования: [Электронный ресурс] URL: <http://www.globalcio.ru/analytics/824/> (дата обращения 2.11.2016)
12. Краудлендинг — конец ажиотажа?: [Электронный ресурс] URL: <https://www.touchbank.com/blog/kraudlending-koniec-azhiotazha> (дата обращения 15.11.2016)
13. Зачем Альфа-Банку платформа P2B-кредитования: [Электронный ресурс] URL: <http://futurebanking.ru/post/3031> (дата обращения 18.10.2016)
14. Краснова, А. Кредиты на «Потоке»: как частные инвесторы могут вложиться в бизнес: [Электронный ресурс] URL: <http://money.rbc.ru/news/56f536f59a7947d1512270fe> (дата обращения 10.11.2016)

Интернет Вещей: новый этап коммерциализации достижений технологической революции

Рудская Елена Николаевна, кандидат экономических наук, доцент;

Гурьева Ксения Николаевна, студент

Донской государственный технический университет (г. Ростов-на-Дону)

В настоящее время прогресс и его роль в жизни людей стремительно увеличивает свои темпы. Нас окружают множество объектов, соединённых с помощью компьютерной сети. Это всевозможные устройства от IP-телевизоров до датчиков артериального давления, подключенных к интернету. Современного человека уже невозможно представить без разных гаджетов, возможности которых порой колоссально удивляют.

Традиционно под Интернетом Вещей понимается новый этап развития интернета, расширяющий все системы сбора, анализа и распределения информации, увеличивающий возможности человека.

Иными словами, Интернет Вещей (англ. Internet of Things, IoT) представляет собой концепцию вычислительной сети физических предметов, оснащённых встроенными технологиями для взаимодействия друг с другом или с внешней средой, рассматривающую организацию таких сетей как явление, способное перестроить экономические и общественные процессы, исключаяющее из части действий и операций необходимость участия человека. [1]

Появление первой Интернет-вещи произошло в 1990 году, когда Джон Ромки представил миру уникальный тостер, который можно было запустить из сети.

Однако, концепция и термин для неё впервые сформулированы основателем исследовательской группы Auto-ID при Массачусетском технологическом институте Кевином Эштоном в 1999 году на презентации для руководства Procter & Gamble. В презентации рассказывалось о том, как всеобъемлющее внедрение радиочастотных меток сможет видоизменить систему управления логистическими цепями в корпорации. [2]

Период 2008–2009 гг. аналитики корпорации Cisco считают «настоящим рождением «Интернета Вещей», так как именно в этом промежутке количество устройств, подключённых к глобальной сети, превысило численность населения Земли, тем самым «интернет людей» стал «интернетом вещей», что наглядно представлено на рисунке 1.

Все мы знаем о трех промышленных революциях, однако, с 2011 года введен термин четвертой промышленной революции, под которой понимается переход на полностью автоматизированное цифровое производство, управляемое интеллектуальными системами в режиме реального времени в постоянном взаимодействии с внешней средой, выходящее за границы одного предприятия, с перспективой объединения в глобальную промышленную сеть вещей и услуг.

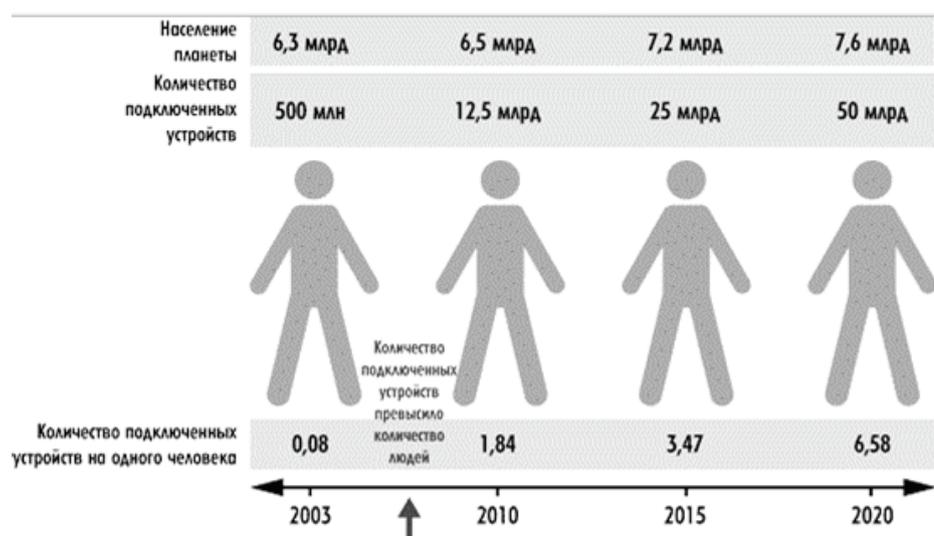


Рис. 1. Тенденции роста населения Земли и количества подключенных устройств

В таблице 1 приведены краткие характеристики каждой из революций. Можно увидеть, что четвертая промышленная революция является настоящим прорывом, возможности которого в прошлом веке могли только сниться. Такие изменения приводят к колоссальным результатам, таким как: прямой доступ производителя к потребителю, эффективное распределение, экономика совместного пользования и многое другое. Причем это далеко не предел возможностей технологий Интернета Вещей.

Сегодня к интернету уже подключено 10 миллиардов устройств. Реальный Интернет Вещей (IoT) состоит из трех сегментов, развивающихся каждый своим путем:

1. Межмашинные коммуникации (M2M). Это не новшество, технологии M2M — необходимая составляющая IoT.

2. Умные системы. Данная концепция получит широкое признание, и первым шагом к этому станут периферийные устройства, связывающиеся по Bluetooth.

3. Ситуативный Интернет-вещей. Этот сегмент состоит из привычных, но усовершенствованных бытовых вещей.

Интернет Вещей обычно разделяют на промышленный и потребительский. К промышленному относят умный транспорт или подключенные автомобили, умный город, умные сети в энергетике, умные машины и целые фабрики. К потребительскому — носимые устройства, подключенные устройства, умный дом и др. Более расширенная классификация представлена в таблице 2.

Определения IoT (Интернет вещей) и M2M (Межмашинное взаимодействие) часто принимают за одно и то же. Однако M2M по сути своей — это технологии, отве-

Таблица 1. Краткие характеристики четырех промышленных революций

Промышленный переворот	Период	Инновации/прорывы	Результат
Первая промышленная революция	Конец 18 – начало 19 века	Водяные и паровые двигатели, ткацкие станки, механические устройства, транспорт, металлургия	Переход от аграрной экономики к промышленному производству, развитие транспорта
Вторая промышленная революция	Вторая половина 19 – начало 20 века	Электрическая энергия, высококачественная сталь, нефтяная и химическая промышленность, телефон, телеграф	Поточное производство, электрификация, железные дороги, разделение труда
Третья промышленная революция	Конец 20 века	Цифровизация, развитие электроники, применение в производстве инфокоммуникационных технологий (ИКТ) и ПО	Автоматизация и робототехника
Четвертая промышленная революция	Термин введен в 2011 году в рамках государственной Hi-Tech Стратегии Германии	Глобальные промышленные сети, Интернет вещей, переход на возобновляемые источники энергии, переход от металлургии к композитным материалам, 3D принтеры, вертикальные фермы, синтез пищи, самоуправляемый транспорт, нейросети, геномная модификация, биотехнологии, искусственный интеллект	Распределенное производство, распределенная энергия, сетевой коллективный доступ и потребление, замена посредников на распределительные сети, прямой доступ производителя к потребителю, экономика совместного использования

Таблица 2. Классификация составляющих Интернета Вещей. [3]

Параметр	Классификационное деление
По стоимости	Дешевые
	Средние
	Дорогие
	Эксклюзивные
По интерфейсу	Интерфейс с низкопотребляющими сетями (ZigBee, 6LoWPAN, RPL, Bluetooth)
	Интерфейс с беспроводной локальной сетью Wireless LAN (WiFi)
	Интерфейс с беспроводной местной сетью (WiMax)
	Интерфейс с сотовой сетью (3G, 4G, 5G)
	Проводной интерфейс (Ethernet)
По вычислительной возможности	На основе микрочипа (RFID, NFC)
	Без использования аналого-цифрового преобразователя (ПАВ-метки)
	На основе процессора (компьютеры, микрокомпьютеры)
	На основе микроконтроллера

чающие за обеспечение связи между устройствами. Они являются одной из многочисленных составных частей Интернета вещей. IoT — более широкое определение, которое помимо коммуникации объектов подразумевает вовлечение в это взаимодействие дополнительных контекстов. По этой причине многие специалисты считают, что в будущем термин можно будет обозначить как «Интернет Всего». Наблюдать переход мы можем на рисунке 2.

В данной работе особое внимание уделяется технологии M2M. Под межмашинным взаимодействием (англ. Machine-to-Machine, M2M) понимают общее название технологий, которые позволяют машинам обмениваться информацией друг с другом, или же передавать её в одностороннем порядке. Боб Хил (член рабочей группы

IEEE802.15) поясняет: «M2M означает передачу телеметрических данных между устройствами, которые нельзя назвать традиционно сетевыми, такими, как кондиционеры, системы безопасности и лифты». [4]

Как отметил Роб Конант (вице-президент по развитию бизнеса компании Dust Networks), в основе M2M лежит идея, что машина приносит больше пользы, когда она подключена к сети, а полезность сети растет по мере увеличения числа машин, к ней подключенных. Благодаря M2M машины могут не только собирать данные о других устройствах, но и, в некоторых случаях, на основе полученной информации предпринимать определенные действия. [5]

Одной из первых разработок в области мобильного межмашинного взаимодействия является решение Omni-

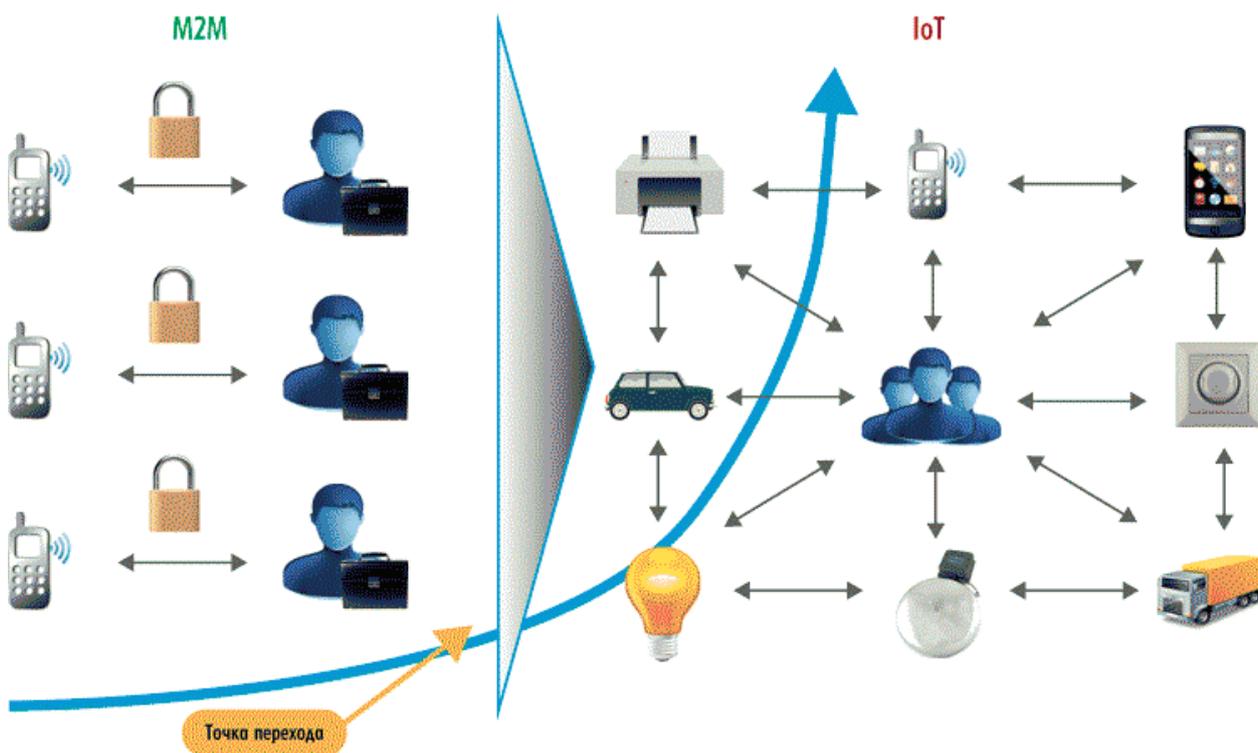


Рис. 2. Переход от технологии M2M к IoT

TRACS компании Qualcomm, разработанное в 1989 году для отслеживания коммерческого транспорта. Такие «умные наклейки» применяются в медицине, обеспечении безопасности, в навигации, телематических, платёжных системах, в системах категории «умный дом», для обеспечения «электронного правительства», систем контроля и учёта энергоресурсов и многих других областях.

В последнее десятилетие устройства Интернета Вещей стали использоваться в самых разнообразных отраслях, число которых растёт с каждым годом. Ниже представлены лишь некоторые сферы использования:

1. *Банки и платёжные системы* (решения для соединения банкоматов, терминалов оплаты и других устройств с корпоративными ИТ-системами клиента)

2. *Транспорт и логистика* (решения для мониторинга автопарка, грузоперевозок, городского и муниципального транспорта)

3. *Безопасность* (решения по охране стационарных/подвижных объектов, видеонаблюдение)

4. *Технологические АСУ* естественных монополий и промышленных предприятий (энергетика, ЖКХ) и другие отрасли (потребительская электроника, вендинг).

Хотя технология М2М, в первую очередь, рассчитана на беспроводную связь, в некоторых ситуациях проводные системы будут играть не менее важную роль. Например, проводные системы М2М способны функционировать на производстве, несмотря на применение стальных конструкций или армированного бетона в зданиях и оборудовании. Радиоволны беспроводных систем не всегда могут проникать сквозь них. Проводные системы М2М во многом работают так же, как беспроводные, за исключением применения в них беспроводных протоколов и отсутствия инфраструктуры радиомодулей. В таблице 3 представлены следующие основные функции М2М, выделяемые учеными, которые способствуют улучшению качества жизни на всей планете.

Стоит уделить внимание тому, что существуют некоторые общие тенденции развития М2М, такие как:

1. Удаленные узлы становятся все более «интеллектуальными». Эксперты уверены, что в ближайшее время устройства будут оснащены более широким функционалом.

2. Миниатюризация М2М-систем. Открывает возможности для применения этих технологий там, где они были немыслимы ранее.

3. Малогабаритные и легко встраиваемые М2М-устройства пользуются высоким спросом на рынке.

4. Высокая надежность, эксплуатационная готовность и стабильность изделий. Поскольку многие системы функционируют без участия человека, имеют мобильный характер или располагаются в труднодоступных областях, где полевое обслуживание является затратным или труднореализуемым.

5. Важна высокая скорость передачи данных в обоих направлениях. В М2М-системах данные часто генерируются на мобильном устройстве, а затем выгружаются с него.

Важной проблемой современного рынка М2М является безопасность такого типа взаимодействия. К сожалению, о ней создатели подобных устройств думают далеко не в первую очередь, ставя во главу угла практическую и удобство применения.

Первые внедрения межмашинного взаимодействия в России относятся к банковской отрасли, использовавшей радиосвязь в банкоматах. Значительный толчок сегменту М2М придал начавший формироваться с начала 2000 годов рынок платёжных терминалов и систем позиционирования на основе GPS/ГЛОНАСС. В начале 2000-х годов у операторов мобильной связи начали появляться специальные тарифы для подобных услуг, а с начала второго десятилетия двухтысячных годов полный спектр тарифов на услуги мобильного межмашинного взаимодействия представлен в продуктовой линейке всех крупнейших операторов мобильной связи.

Таблица 3. Основные функции М2М. [6]

Функция М2М	Роль функции в жизни общества
Повышение эффективности информационных технологий для бизнеса и власти	Государственные и частные организации могут значительно выиграть по части автоматизированных бизнес-процессов, планирования ресурсов (ERP) и оптимизации управления взаимоотношениями с клиентами (CRM)
Получение и сохранение конкурентных преимуществ	М2М добавляет новые функции в уже известные устройства. Например, электронике можно напрямую связать с охранными системами или страховой компанией, чтобы вовремя предотвращать проблемы
Соблюдение нормативных требований	Иногда государственное регулирование подразумевает постоянное снятие показаний с приборов. Этот фактор может дать сильнейший толчок роста для М2М в ближайшие 2–3 года.
Экологическая функция	М2М в режиме реального времени помогает оптимизировать процессы. Например, на автопарковке М2М может сократить количество времени на поиск свободного места, что способствует уменьшению количества выброшенных в воздух машинных выхлопов.

В настоящее время глобальными лидерами в области М2М являются американские (AT&T, Sprint, Verizon) и европейские (Teleor Connexion, Vodafone, Telstra) операторы. В России свои решения предлагают сотовые операторы МТС, Beeline, «Мегафон», Tele2. В 2010–2012 годах главными драйверами рынка мобильного межмашинного взаимодействия были ГЛОНАСС/GPS системы на пассажирском, спецтранспорте и в сегменте грузовых перевозок, электронные платёжные системы и потребительский сегмент (в первую очередь навигаторы с функцией мониторинга пробок). Быстро росли и другие сферы М2М (промышленность и энергетика, умное страхование), но пока в них число подключений небольшое, и они оказывают слабое влияние на рынок в целом.

В 2016 году по оценкам «Директ инфо» рынок межмашинного взаимодействия в России может вырасти до 23 млн устройств. Основными драйверами роста рынка останутся системы на базе ГЛОНАСС, сегмент потребительской электроники (навигаторы, планшеты, устройства чтения электронных книг), платёжные системы и розничная торговля. Темпы роста мобильных М2М-подключений в России остаются достаточно высокими, что указывает на то, что рынок все еще находится в начальной стадии развития и имеет большой потенциал развития. Например, абонентская база М2М у Вымпелкома выросла в 2014 г. на 51 %, у МегаФона — на 152,6%.

Один из наиболее заметных М2М-проектов на российском рынке — производитель RFID-меток «РСТ-Инвент», совместное предприятие РОСНАНО и группы «Систематика». Компания «РСТ-Инвент» производит «умные» наклейки серии iNapo для логистики, маркировки лекарственных препаратов и библиотечных ар-

хивов. Общий бюджет проекта — 630 млн рублей, из которых 190 миллионов выделила корпорация РОСНАНО.

Третье десятилетие двухтысячных, по прогнозам, покажет устойчивый рост числа соединенных устройств. (рисунок 3).

Основное число соединений придётся на энергетику, транспорт, промышленность и здравоохранение. Однако, наибольшие доходы принесет транспортный и промышленный секторы (рисунок 4)

По мнению экспертов, 2017 год пройдет под знаком конкурентной борьбы между операторами сотовой связи в области IoT для крупных госкомпаний и корпоративных заказчиков. До этого времени за этих заказчиков будут бороться как крупные игроки ИТ-рынка (Cisco, HP, SAP, Microsoft), так и стартапы рынка LPWA (Low Power Wide Area). Массовый рынок IoT, скорее всего, возникнет не ранее 2018 года, когда рыночная цена окончательных устройств опустится на порядок по сравнению с существующими сегодня — до 10–12 евро за устройство. Коммерциализация технологии NB-IoT (Narrow-Band IoT) представляющей собой стандарт LTE-Cat.M2 приложений для узкополосного Интернета вещей и подходящей практически для всех отраслей, к сожалению, по прогнозам также будет сдвинута по времени и по некоторым оценкам, начнется в России не ранее 2018 г. Стоит отметить, что к основным барьерам внедрения Интернета Вещей в России часто относят:

1. Технологический барьер между Россией и ведущими технологическими державами, делающими ставку на внедрение высокоэффективных технологий.
2. Отсутствие понимания практического применения со стороны большинства массовых пользователей.
3. Финансовые и психологические барьеры даже для тестирования подобных услуг.

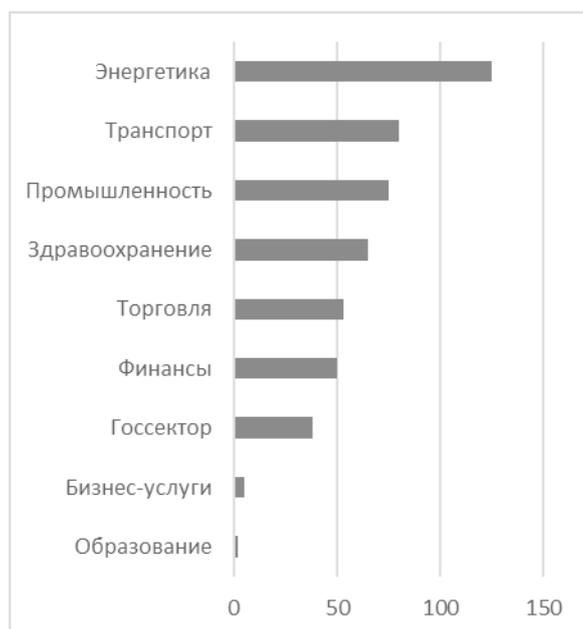


Рис. 3. Число соединенных устройств по основным отраслям экономики в мире в 2019 году, млн шт.

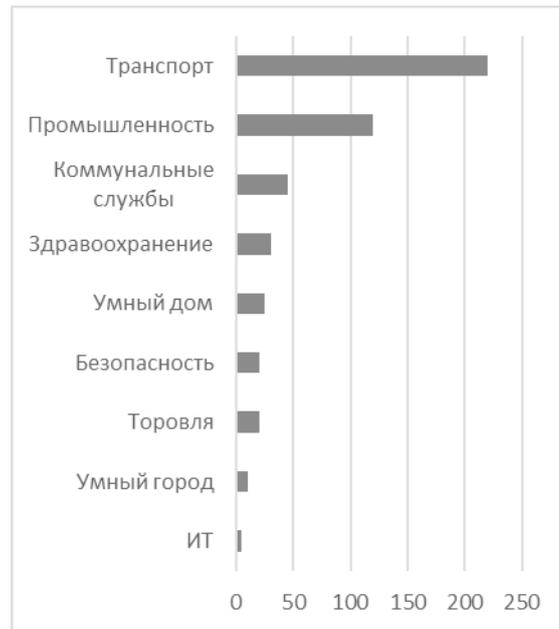


Рис. 4. Доходы рынка Интернета вещей по основным отраслям экономики в мире в 2025 году, в млрд евро

4. Низкую покупательную способность.

5. Отсутствие интегрированных юридических и технических решений во взаимодействии с управляющими компаниями.

Согласно статистике, на каждого жителя Земли в настоящее время приходится по три подключенных устройства. Чаще всего это смартфон, ноутбук и умная вещь: фитнес-трекер, smart-часы, подключенный телевизор или умная система безопасности. В первую очередь умные вещи позволяют разгрузить быт и автоматизировать повседневные, рутинные обязанности человека. Например, это может быть будильник, который синхронизирует информацию с умным матрасом и включает звонок после завершения очередной фазы сна пользователя, не нарушая тем самым отдых организма и способствуя легкому подъему. Машина, которая прогревает двигатель к выходу хозяина из квартиры. Умный холодильник, формирующий список покупок, исходя из диеты пользователя смартфона. Все это — уже созданные умные вещи, которыми можно оборудовать свой дом.

В мире насчитывается более 2 миллиардов «связей» между 200 млн приборов. Ожидается, что к 2022 году число таких связей составит 18 миллиардов. Объем мирового рынка эксперты оценивают в \$250 миллиардов, а к 2022 году прогнозируют увеличение до \$1,2 триллиона. Такой рост связан с развитием технологий облачных вычислений и ростом продаж смартфонов.

Считается, что добавочная стоимость за счет использования технологий Интернета Вещей в мировой бизнес-практике составит 1,9 трлн долларов к 2020 году. Лидирующими сферами по использованию Интернета вещей станут производство (15%), здравоохранение (15%) и страхование (11%). Можно прогнозировать, что значительная часть применяемых технологий Интернета Вещей

придется на системы электронного мониторинга и радиочастотную идентификацию. На рис. 5 представлено общее количество устройств Интернета Вещей, подключенных в России за последние годы и прогнозы до 2018 г. Число таких устройств с 2010 года уже выросло в 4 раза. [7]

Инвестиции в такого рода инновации довольно рискованны, однако при выигрышной ситуации могут принести колоссальные прибыли. Например, в 2014 году интернет-гигант Google приобрел компанию Nest Labs за \$3,2 млрд. В этом же году конгломерат Samsung за \$200 млн купил компанию SmartThings, технология которой обеспечивает кросс-платформенную коммуникацию между умными устройствами в доме. В марте 2015 британская компания AlertMe (сервис мониторинга домашнего энергопотребления) была продана British Gas (часть группы Centrica PLC) за £65 млн. (\$100 млн.). Американская компания по спортивной экипировке Under Armour заплатила в сумме \$560 млн за две компании персонального мониторинга Endomondo и MyFitnessPal. В 2015 году производитель шин и автокомпонентов Continental инвестировал \$687 млн в компанию Elektrotbit, разрабатывающую встроенное программное обеспечение для автомобилей. Заметим, что Continental интересуется подключенными автомобилями (Connected Car) и сотрудничает с IBM и Cisco в области беспилотных авто, а Elektrotbit, в свою очередь, владеет 51% долей в совместном с Audi предприятии, разрабатывающем дисплеи, системы распознавания голоса и развлечений.

По разным прогнозам, объемы подключенных устройств на транспорте во всем мире увеличатся более чем на 400% (рисунок 6). Значительная часть применяемых технологий Интернета Вещей придется на системы электронного мониторинга и радиочастотную идентификацию.

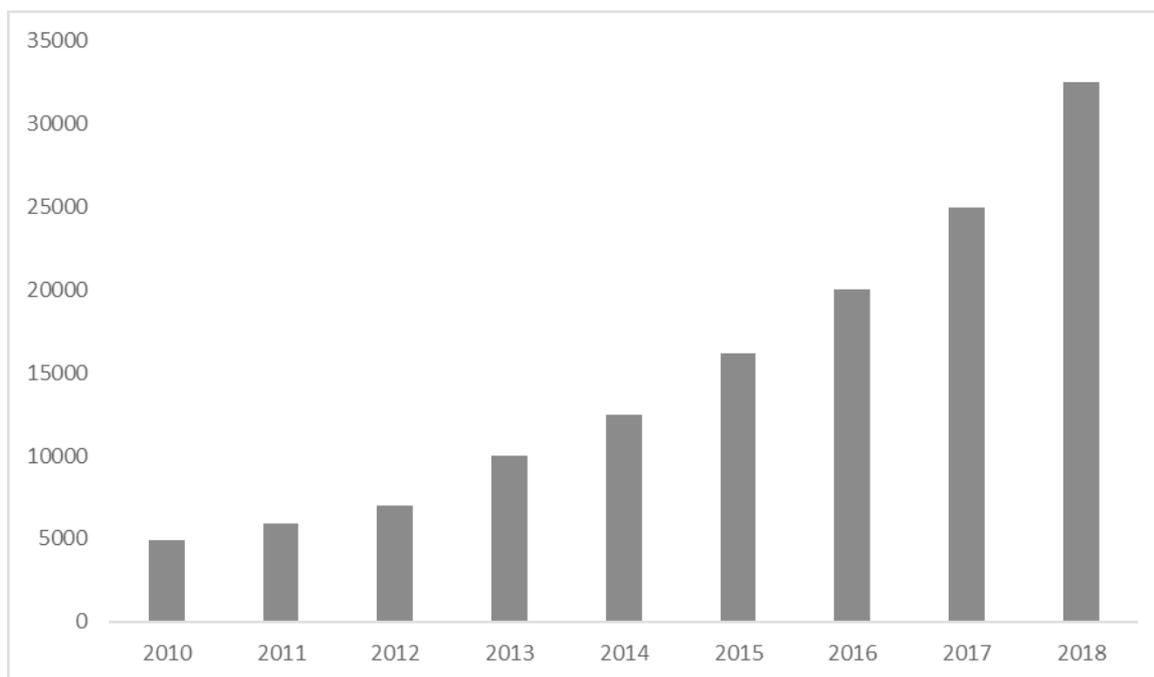


Рис. 5. Общее количество устройств интернета вещей, подключенных в России на 2015 год и прогнозы на 2018 год, тыс. штук

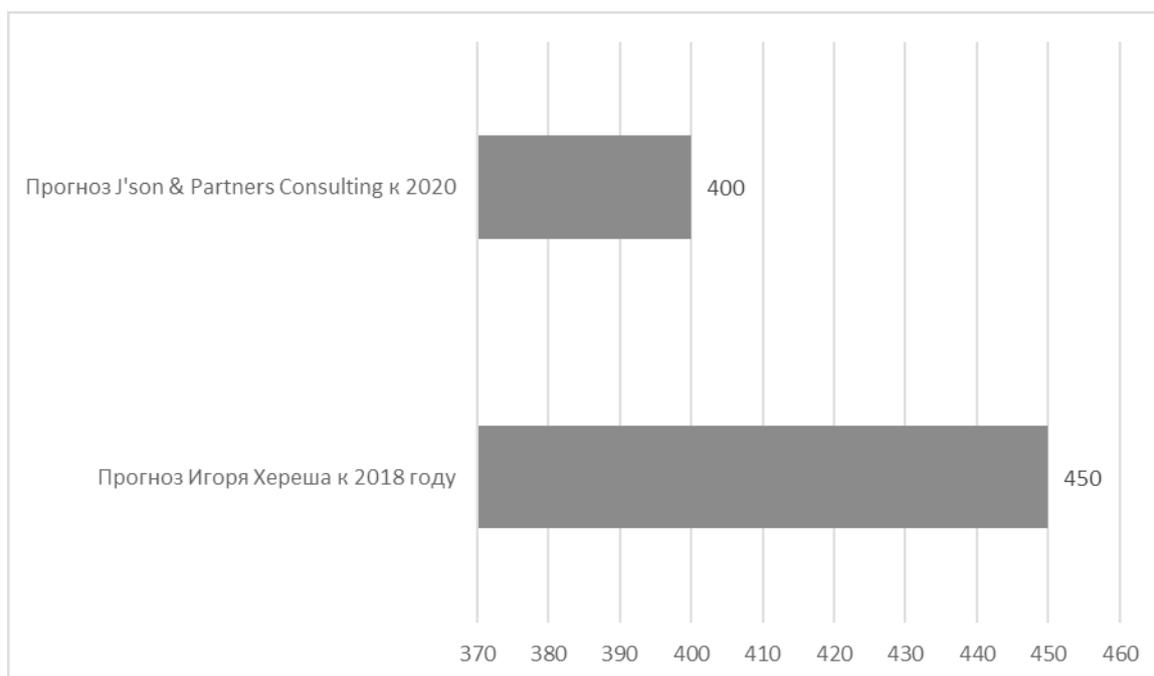


Рис. 6. Прогнозы по росту количества подключенных устройств на транспорте к 2018 и 2020 гг., в%

Таким образом, Интернет Вещей и технологии межмашинного взаимодействия формируют фундамент семантической сети и применения искусственного интеллекта в быту, строительстве, медицине и многих других отраслях.

Развитие идет стремительно во всем мире и России, однако в нашей стране существуют некоторые барьеры, среди которых особое влияние оказывает технологический барьер между Россией и развитыми странами, который в будущем обязательно будет преодолен.

Литература:

1. Что такое Интернет вещей (Internet of Things, IoT) [Электронный ресурс]. URL: <http://tadviser.ru/a/135141>

2. Kevin Ashton. That 'Internet of Things' Thing. In the real world, things matter more than ideas // RFID Journal, 22 June 2009.
3. О классификации Интернета вещей [Электронный ресурс]. URL: <http://rusbase.com/opinion/iot-classes/>
4. Новостной портал ИТС.ua http://m.its.ua/articles/m2m_-_ot_mashiny_k_mashine_19417/
5. Интернет-журнал «Открытые системы. СУБД» № 10, 27.10.2004, Джордж Лоутон «Перспективы технологии межмашинного взаимодействия» <http://www.osp.ru/os/2004/10/184661/>
6. Дэйв Эванс (Dave Evans) Интернет вещей: как изменится вся наша жизнь на очередном этапе развития Сети <http://www.cisco.com/web/RU/news/releases/txt/2011/062711d.html>
7. Проблемы и перспективы Интернета вещей [Электронный ресурс]. URL: <http://rusbase.com/opinion/russian-iot/>

Судовое снабжение как логистический сервис на рынке морского агентирования

Рудская Елена Николаевна, кандидат экономических наук, доцент;
Орехова Маргарита Сергеевна, магистрант
Донской государственный технический университет (г. Ростов-на-Дону)

Сегодня на мировом рынке логистических услуг, который характеризуется жесткой конкуренцией, растут требования клиентов к качеству логистического обслуживания. Активно развивается и приобретает свое влияние деятельность агентских компаний — посредников в морской деятельности грузоотправителей и грузополучателей. Объёмы логистической деятельности постоянно растут, тем самым, увеличивая долю транспортных и экспедиторских компаний в цепочках добавленной ценности.

Как отмечает В. И. Сергеев, компании стремятся к совершенствованию своей деятельности и прилагают значительные усилия к повышению эффективности перевозки грузов. Компании на современном рынке транспортных услуг ориентируются на активное привлечение логистических компаний в транспортировке, глобализации размещения производственных и логистических мощностей при выстраивании эффективных бизнес-процессов. [1]

Основной вопрос, на который В. И. Сергеев делает акцент, это вопрос о качестве логистического обслуживания в сочетании с комплексностью при невысокой цене. От участников рынка требуется владение современными логистическими технологиями, которые бы не противоречили современному законодательству, а также использование нововведений при обслуживании клиентов в цепях поставок. [1]

Сегодня в стране наблюдается явная недооценка роли и возможностей логистики в формировании современного транспортного комплекса России. Непонимание базовых принципов логистики, основных проблем, связанных с формированием современной логистической инфраструктуры в РФ, приводят к возрастанию транспортной составляющей затрат в ВВП Российской Федерации, низкой эффективности обработки транзита по международным транспортным коридорам (МТК), проходящим через нашу страну. [1]

Характерными чертами функционирования предприятий транспорта в условиях рыночной экономики явля-

ются: формирование рынка логистических услуг, усиление конкуренции между различными видами транспорта, ужесточение требований к тарифам и качеству транспортировки со стороны потребителей. При этом современную практику транспортировки с точки зрения логистического сервиса В. И. Сергеев сформулировал следующим образом: «нужный товар требуемого качества и количества в заданное время и с оптимальными затратами». [1]

Основную долю в общих затратах на логистику составляют затраты на транспортировку, примерно от 20 до 70%. В зависимости от вида продукта транспортная составляющая имеет разную долю. В. И. Сергеев разделяет ее следующим образом: наименьшая доля, 2–3%, для электроники, 5–6% для продуктов питания, 7–12% для машин и оборудования, 40–60% для сырьевой продукции, наибольшая доля, 80–85%, для минерально-строительных материалов. [1] Сравнительная характеристика структуры логистических услуг в РФ и мире приведена в таблице 1.

Нельзя не согласиться с В. И. Сергеевым, что именно транспорт оказывает значительное влияние на логистику в нашей стране. Наиболее распространенные и востребованные технологии транспортировки в России развиты слабо, поэтому требуется достижение развития технологий транспортировки таких, как: интермодальные, мультимодальные, терминальные системы перевозки грузов, а также «от двери до двери». Большинство транспортных и экспедиторских компаний стали активно создавать свои терминалы, логистические центры (ЛЦ), а также информационную и компьютерную поддержку логистического сервиса. [1]

Обратим внимание на следующие недостатки, преодоление которых требует логистического подхода:

- недостаточная проработка маркетинговых и логистических стратегий функционирования транспортного комплекса;
- низкое качество комплексного логистического сервиса, не отвечающего мировым стандартам;

Таблица 1. Сравнение структур логистических услуг. [1]

Виды логистических услуг	Мир,%	Россия,%
Транспортно-экспедиторские услуги и перевозка грузов	69,0	95,5
Комплексные логистические услуги, включающие кроме перевозки грузов и транспортно-экспедиторских услуг услуги по хранению и дистрибьюции товаров	19,0	3,6
Управленческая логистика (аутсорсинг), в т.ч. услуги по управлению запасами, интегрированному планированию, оптимизации логистических бизнес-процессов	12,0	0,9
Итого	100	100

– низкий уровень развития информационных систем поддержки логистического процесса при осуществлении транспортировки;

– отсутствие единой инновационной и инвестиционной политики;

– сложность и несовершенство действующих систем документооборота и таможенных процедур оформления грузов;

– низкий уровень взаимодействия и информационной связи между участниками перевозочного процесса, перевозчиками, экспедиторами, терминалами, складами, таможнями, другими предприятиями и потребителями их услуг;

– значительная разобщенность интересов партнеров при осуществлении транспортировки в цепях поставок;

– отсутствие единой нормативно-правовой базы, современных законов в области логистики применительно к транспортному комплексу;

– недостаток современных логистических технологий транспортно-экспедиционной деятельности. [1]

Темой нашего исследования является судовое снабжение и связанный с ним сервис. По мнению А. Н. Гуревой, появление такой категории товаров, как «припасы», в отечественном законодательстве связано с Конвенцией по облегчению международного морского судоходства. [2]

А. Н. Гуреева считает, что отнесение товаров, перемещаемых через таможенную границу Таможенного союза, к категории припасов возможно при одновременном соблюдении следующих условий:

1) товары предназначены для потребления и (или) использования на борту конкретного теплохода, либо для продажи пассажирам и членам экипажа без цели потребления на борту судна (продаваемые припасы);

2) целями потребления и (или) использования является обеспечение нормальной эксплуатации и технического обслуживания теплохода (эксплуатационные припасы) либо потребление пассажирами и членами экипажей на борту теплохода (потребительские припасы);

3) потребляются и (или) используются в пути следования или в пунктах промежуточной остановки (за исключением продаваемых припасов). [2]

Именно в Положении о таможенном оформлении и таможенном контроле судов, используемых в целях торгового мореплавания, а также товаров, перемещаемых через таможенную границу Российской Федерации этими судами, было сформулировано понятие предметов судового снаряжения.

В соответствии с этим Положением, А. Н. Гуреева определяет судовое снаряжение как предметы, которые являются движимыми, но не имеют потребительского характера, в том числе, такие принадлежности судна, как спасательные шлюпки, спасательные средства, мебель и другие предметы судового снаряжения. [2]

Анализ указанного определения позволяет выделить следующие признаки предметов судового снаряжения:

1) нахождение на судне;

2) предназначены для использования именно на этом судне;

3) являются движимыми вещами;

4) не предназначены для конечного потребления на судне.

Морское судно представляет собой совокупность предметов, необходимых для нормальной деятельности судна, которые должны быть оформлены по всем правилам и контролируются со стороны экипажа судна.

Признак «необходимости для нормальной деятельности», как объединяющий судовые припасы, предметы судового снаряжения и другие предметы, находящиеся на борту судна, не отражает их предназначения. При этом комплексный анализ правового регулирования в рассматриваемой сфере позволяет сделать вывод о том, что указанные категории товаров объединяет признак их необходимости для нормальной эксплуатации морского судна.

Как верно подметила А. Н. Гуреева, понятие «нормальная эксплуатация морского судна» не закреплено ни таможенным законодательством Таможенного союза, ни законодательством Российской Федерации в сфере таможенного дела, поэтому необходимо определить круг операций, составляющих нормальную эксплуатацию судна. [2]

Проведенный А. Н. Гуревой анализ современного правового и технического регулирования в сфере эксплуатации морских судов позволяет сформулировать вывод о том, что обеспечение нормальной эксплуатации морского судна состоит из следующих операций, направленных на:

1) поддержание рабочего состояния и нормального функционирования механизмов, устройств, систем и судна в целом;

2) обеспечение безопасности и жизнедеятельности пассажиров и членов экипажа;

3) защиту окружающей среды;

4) обеспечение безопасности мореплавания;

5) обеспечение сохранности перевозимого груза;

6) обеспечение санитарного состояния судна, обеспечение условий труда, бытовых условий пассажиров и членов экипажа морского судна.

А. Н. Гуреева полагает, что к товарам, необходимым для нормальной эксплуатации транспортных средств, следует относить потребляемые припасы, предметы материально-технического снабжения и снаряжения (предметы судового снаряжения), запасные части и оборудование.

Таким образом, эксплуатационные припасы и предметы судового снаряжения, равно как запасные части и оборудование, предназначенные для эксплуатации и ремонта транспортного средства в пути следования, обладают схожими характерными чертами, в том числе:

- нахождение на борту судна;
- предназначение для обеспечения нормальной эксплуатации судна;

- их исключение из понятия «груз» согласно Конвенции, так как груз — это любые товары и любого рода предметы, перевозимые на судне, за исключением почты, судовых припасов, судовых запасных частей и снаряжения, личных вещей экипажа и багажа, следующего с пассажирами, используемые в коммерческих целях.

Ближайшие перспективы развития морского транспорта и портовой инфраструктуры определены в документе «Стратегия развития морской портовой инфраструктуры России на период до 2030 года». Согласно задачам, поставленным в стратегии, необходимо: увеличение портовых мощностей; обеспечение эффективного развития портовой инфраструктуры; обеспечение безопасного функционирования морской портовой инфраструктуры и морского транспорта; повышение конкурентоспособности отечественных морских портов; повышение качества государственного управления в сфере морского портового хозяйства.

На основе анализа потребностей развивающейся российской экономики, а также мировых тенденций в развитии грузопотоков был разработан прогноз динамики объемов перевалки грузов через отечественные морские порты на период до 2030 г. (см. рисунок 1). В соответствии с прогнозом суммарный объем перевалки грузов к 2030 г. должен достигнуть 985 млн т. [3]

Функционирование морских портов России зависит в основном от состояния и развития обеспечивающих видов флота. К основным функциям такого флота С. И. Буянов относит:

- выполнение аварийно-спасательных операций, дноуглубительных, подводно-технических, служебно-вспомогательных и других работ;
- обеспечение безопасности охраны окружающей природной среды в морских портах и на рейдах;
- обеспечение высокого уровня безопасности мореплавания.

Состав обеспечивающих видов флота приведен в таблице 2. Всего в настоящее время в составе обеспечивающих видов флота насчитывается 885 судов различных назначений.

Обновление судов обеспечивающего флота за последние 10 лет осуществлялось крайне медленно. В рамках подпрограммы «Морской транспорт» Федеральной целевой программы (ФЦП) «Модернизация транспортной системы России (2002–2010 гг.)» было построено всего 20 судов служебно-вспомогательного флота, в том числе 16 буксиров-кантовщиков, 2 сборщика судовых отходов, 1 лоцмейстерско-гидрографическое судно и 1 лоцмейстерский катер.

В соответствии с подпрограммой «Морской транспорт» ФЦП «Развитие транспортной системы России (2010–2015 гг.)», утвержденной Постановлением Правительства РФ от 20 мая 2008 г. № 377, до 2015 г. было

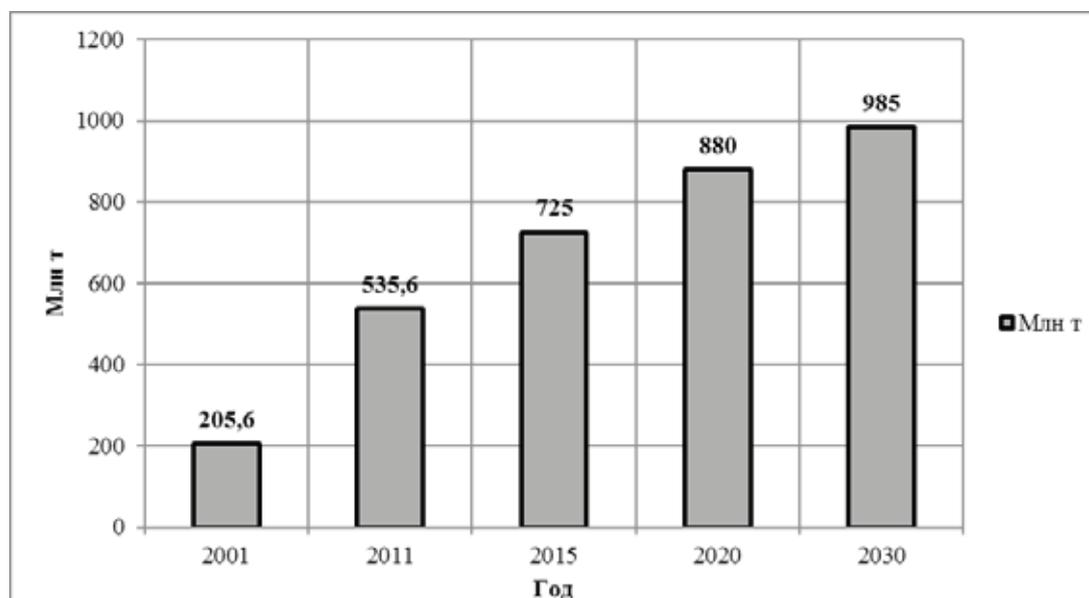


Рис. 1. Прогноз развития объемов перевалки грузов через отечественные морские порты на период до 2030 г. [3]

Таблица 2. Состав морского обеспечивающего флота России (по состоянию на сентябрь 2012 г.) [3]

Вид флота	Количество судов, ед.
Ледокольный	35
Аварийно-спасательный	124
Гидрографический	30
Служебно-вспомогательный	482
Экологический	126
Технический	74
Прочий	14
Итого	885

запланировано строительство 92 судов обеспечивающего флота. [3]

С.И. Буянов считает, что суда служебно-вспомогательного флота предназначены для выполнения рейдовых операций по формированию и расформированию караванов судов, швартовке и (или) отшвартовке морских судов от причалов, буксировке судов в границах акватории портов, шлюзов и морских рейдов, постановке и (или) снятию судов с рейда. Для этих судов характерны относительно небольшие главные размерения, высокая мощность механических установок, малая автономность плавания, высокая маневренность.

В состав служебно-вспомогательного флота России по состоянию на начало 2012 г. входили 482 судна следующих назначений: буксиры, бункеровщики, лоцманские суда и катера, разъездные и служебные суда и катера. Доля судов возрастом свыше 25 лет составляет 62%. До 2015 г. планировалось строительство 31 судна этого вида (лоцманских и патрульных катеров, плавучих причалов и др.). [3]

Перейдем к исследованию содержания термина «портовая услуга». Практика показывает, что основная цель предприятий, расположенных на территории морского порта, состоит в оказании портовых услуг, под

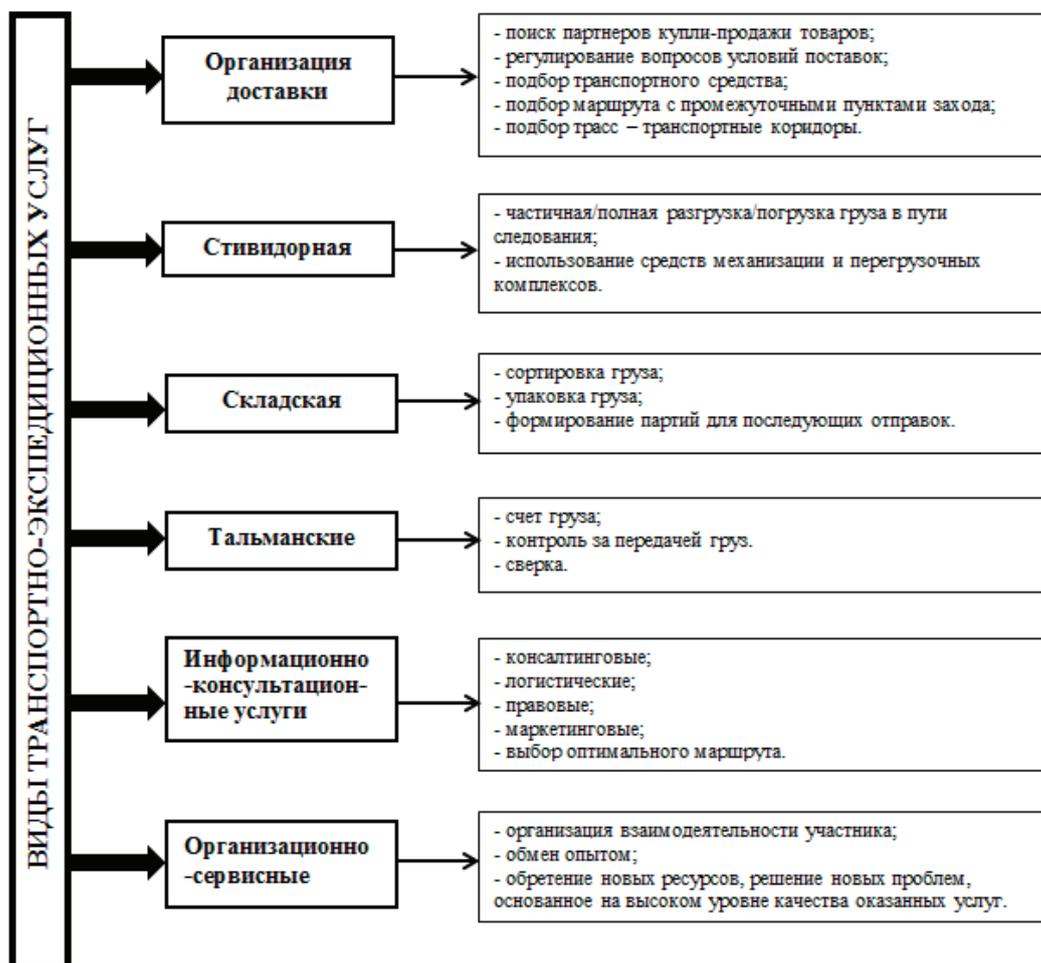


Рис. 2. Портовые услуги в системе транспортно-экспедиционных услуг. [5]

которыми М. В. Ботнарюк понимает услуги по обеспечению перевалки грузов (основные), а также вспомогательные услуги, оказываемые судовладельцам, грузовладельцам, их законным представителям и иным лицам компаниями, организациями и структурами, осуществляющими свою деятельность на территории морского узла. Специфика портовой услуги состоит в следующем. Во-первых, она обладает свойствами, характерными для услуги как товара (неосвязаемость, невозможность создания запасов и др.). Во-вторых, одна компания не

может предоставить покупателю весь спектр необходимых услуг, поэтому важно задействование целого комплекса компаний. [4]

На рисунке 2 Е. В. Филатова рассматривает портовые услуги в системе транспортно-экспедиционных услуг. [5]

Анализ рейтинга крупнейших морских портов мира также доказывает, что отечественные порты, являющиеся в настоящий момент на российском рынке портовых услуг «фаворитами», не входят даже в десятку лидеров (таблица 3).

Таблица 3. Грузооборот отечественных и иностранных портов в 2012 г. и прогноз на 2020 г., млн т [4]

Порт (номер в рейтинге)	Ningbo (№ 1)	Singapore (№ 3)	Rotterdam (№ 5)	Qingdao (№ 7)	Tangshan (№ 9)	Новороссийск (-)	Усть-Луга (-)
2012 г.	744	538	442	402	368	117,3	46,8
2020 г.	805	577	473	435	398	152,2	87,4

М. В. Ботнарюк отмечает, что оценка конкурентоспособности отечественных портов захода по основным кри-

териям показала, что они проигрывают иностранным конкурентам по всем параметрам (таблица 4). [4]

Таблица 4. Сравнение отечественных портов захода с иностранными конкурентами по основным критериям конкурентоспособности. [4]

Критерии конкурентоспособности	Отечественные морские транспортные узлы (МТУ)	Иностранные конкуренты
Балтийский бассейн: Санкт-Петербург / Норвегия, Финляндия		
Стоимость обслуживания судна (средняя ставка)	2 евро/т	0,6 евро/т
Оплата ПРР (средняя ставка)	10	4
Время стоянки судна (танкер)	36	30
Ценность оказываемых услуг	Средняя	Высокая
Дальневосточный бассейн: Восточный/Япония, Китай		
Стоимость обслуживания судна (судозаход, танкер)	100 тыс. долл. США	40–50 тыс. долл. США
Время стоянки судна (танкер)	36 ч	28–30 ч
Ценность оказываемых услуг	Средняя	Высокая
АЧБ: Новороссийск/Украина		
Стоимость обслуживания судна (средняя ставка)	86 тыс. долл. США	72–80 тыс. долл. США
Оплата ПРР (зерно)	26 долл. США/т	14 долл. США/т
Время стоянки судна (танкер)	36 ч	28–30 ч
Ценность оказываемых услуг	Средняя	Высокая

Нельзя не согласиться И. М. Петровым, что в снабжении большая роль принадлежит морскому агенту. Снабженческие функции агента охватывают целый комплекс мероприятий: закупка и получение товарно-материальных ценностей, отправка товарно-материальных ценностей в адрес предприятия, сопровождение грузов в пути следования, контроль за соблюдением требований техники безопасности при проведении погрузочно-разгрузочных работ, оформление документации на получаемые и отправляемые товары, получение заявки капитана или инструкций судовладельца, размещение заказа у шипчандлера, контроль хода поставок, финансовые расчеты. Как правило, морские агенты распола-

гают прайс-листами шипчандлерских компаний, работающих в регионе. Иногда, по инициативе шипчандлера, агент выступает в роли его промоутера перед судовой администрацией, получая за это комиссионное вознаграждение.

Снабжение судна подразделяется на виды:

- палубно-хозяйственное снабжение — растворители, краски, кисти, скребки, тросы, средства крепления, канаты, плоты надувные, спасательные круги, жилеты, гидрокостюмы, аварийное снабжение, навигационные карты, пособия, извещения мореплавателям;
- судомеханическое снабжение — запчасти для механизмов и машин, перезаряженные газовые баллоны,

огнетушители, питьевая вода, бункерное топливо и смазочные масла, ветошь;

– продовольственное снабжение — питьевая вода, продукты питания, свежие овощи и фрукты, стираное бельё. [7]

Судовое снабжение имеет стоимостное выражение в форме портовых сборов. Рассмотрим наиболее распространенные виды портовых сборов, взимаемых в морском порту. Ниже в таблице 5 рассмотрены портовые сборы и их целевое назначение.

Таблица 5. **Виды портовых сборов и их целевое назначение. [8]**

Портовый сбор	Целевое назначение
Корабельный портовый сбор	Получение средств на покрытие затрат, связанных с административными затратами порта (ведение документации, контроль взимания сборов, отслеживание перегружаемых в порту грузов, оформление договоров и т.д.); на покрытие расходов, связанных с затратами на содержание службы охраны порта.
Лоцманский портовый сбор	Получение финансовых ресурсов для содержания плавучих средств, обеспечивающих проводку судов по акватории порта. При внутривортовой проводке лоцманский сбор взимается за операцию. При внепортовой проводке лоцманский сбор взимается за каждую милю проводки по фарватеру или каналу.
Маячный портовый сбор	Получение необходимых средств для содержания маячного оборудования, маячных сооружений (в том числе гидротехнических оснований), средств навигационного обслуживания и створных знаков в зоне ответственности морской администрации порта, а также на содержание служб, ответственных за состояние указанного оборудования;
Причальный портовый сбор	Получение необходимых средств, для оплаты труда персонала, осуществляющего швартовку/отшвартовку судов, приходящих в порт; для содержания буксиров, для ремонта и реконструкции причальных стенок и сооружений.
Экологический портовый сбор	Получение необходимых финансовых ресурсов для содержания плавучих средств, обеспечивающих зачистку акватории порта; для содержания средств, производящих переработку отходов. В целях сохранения окружающей среды судно обязано сдать в порту, взимающем экологический сбор, все имеющиеся на борту отходы.

Одной из составляющих затратной части судозахода судна в порт являются расходы, понесенные судовладельцами или фрахтователями на вспомогательные услуги погрузо-разгрузочной деятельности (ПРР) при заходе судна в порт. Для вновь образующихся портов пока нет определенных методик и нормативов по определению стоимостных величин таких услуг оказываемых субъектами портовой деятельности вне зависимости от их организационно-правовой формы.

При таких обстоятельствах складывается некоторая неопределенность, как во взаимоотношениях между субъектами портовой деятельности, так и между ними и судовладельцами, фрахтователями (принципалами) судовых агентов. В этой связи, на примере порта Азов, открытого в коммерческом отношении, рассмотрим вопросы формирования портового рынка вспомогательных услуг ПРР.

Стоимость судозахода спрогнозирована на примере сухогруза «Сормовский 3054», LOA (от англ. Length over all — длина наибольшая) = 119,2 м, условным объемом 8957,52 м³, GT (от англ. gross tonnage — валовая вместимость), выражается в регистровых тоннах = 3041 т. (одна регистровая тонна — 2,83 м³).

В формировании новых рынков важным моментом является стратегия ценообразования, основными факторами при выработке такой стратегии являются цены, качество и время оказания услуг, условия договора с су-

довыми агентами. Также следует отметить необходимость лоцманской проводки на участке реки Дон от Азово-Донского морского канала (АДМК) до захода в порт Азов, то есть маневренные характеристики судов портового флота и профессиональные навыки их экипажей (особенно судоводителей).

При выработке политики формирования тарифов необходимо учитывать структуру и группировку затрат, долгосрочную перспективу, изменчивость экономических условий и использовать эффект взаимодействия производственных, транспортных, административных, экспедиторских и других структур, влияющих на формирование конечной стоимости судозахода у судовладельца, фрахтователя судна.

Так, в таблице 6 в расчете судозахода в порт Азов применены нижеследующие ставки портовых сборов.

В таблице 7 на портовые услуги применены тарифы, используемые в настоящее время по договорам с агентами в порту Азов.

Можно сделать вывод, что вспомогательные услуги погрузо-разгрузочных работ (ПРР) в исследуемом порту коммерчески привлекательны. Для определения конкретного перечня услуг и его распределения между субъектами-участниками портовой деятельности, как административной, так и хозяйственно-коммерческой, необходимо распределить все действия, которые субъектам пор-

Таблица 6. Сборы порта Азов

Наименование сборов		Ставка сбора за одну операцию (руб.)
Корабельный сбор (руб/ГТ) вход/выход		5,39
Канальный сбор (руб/ГТ) вход/выход		6,05
Навигационный сбор (руб/ГТ) вход/выход		1,32
Маячный сбор (руб/ГТ) вход/выход		0,94
Лоцманский сбор	Внутрипортовая проводка	0,54
	Внепортовая проводка	0,13
Сбор транспортной безопасности		1,91

Таблица 7. Услуги порта Азов

Наименование сборов	Ставка сбора за одну операцию (руб.)
Услуги катера	2000
Услуги буксира	4500
Услуги по предоставлению причала (пог. м/ч)	11,7
Услуги по швартовке/отшвартовке (опер)	5000
Услуги по снятию судовых отходов (фекальные воды, руб./м3)	4,6

товой деятельности необходимо осуществить с сухогрузом в ходе организации его подготовки к ПРР в рамках действующего законодательства и портовых правил плавания, утвержденных для порта Азов.

Так, например, приказами МТ РФ и ФСТ РФ между Азовским филиалом ФГБУ «Администрация морских портов Азовского моря» (Азовский филиал ФГБУ «АМП Азовского моря») и Азовским бассейновым филиалом ФГУП «Росморпорт» распределено взимание портовых сборов. Тем самым установлено, что из всех портовых сборов ФГБУ «АМП Азовского моря» вправе взимать только корабельный сбор. Остальные сборы, согласно данным приказам, взимает ФГУП «Росморпорт», однако учитывая, правовые отношения в данном секторе портового рынка, которые установлены ФЗ «О морских портах» взимать портовые сборы вправе те субъекты портовой деятельности, которые непосредственно оказали услуги взамен уплаты тех или иных портовых сборов.

Следовательно, если действия (услуги, работы) хозяйствующего субъекта, которые функционально относятся к технологическому процессу подготовки сухогрузов к ПРР и подпадают под понятие того или иного портового сбора, должны оказываться только одним субъектом хозяйственной деятельности самостоятельно.

Данное распределение технологических функций в ПРР с судами и установление обоснованных величин портовых сборов и тарифов на услуги вспомогательного производства, исключит попытки за реально уже оказанную услугу одним субъектом портовой деятельности, выставлять счета другим субъектом, который не оказывал таких услуг.

Исходя из технологии ПРР с судами, оператор грузового терминала, согласно действующим нормативным документам в области торгового мореплавания, в части осуществления ПРР в порту Азов, и обеспечения экологической, противопожарной и навигационной безопасности ПРР, наделяется следующими функциями:

гической, противопожарной и навигационной безопасности ПРР, наделяется следующими функциями:

1. Обеспечение сообщения судно-причал-судно (цель — проверка и оформление необходимых грузовых документов, доставка Государственной досмотровой комиссии на приход/отход судна, перевозка снабжения, продовольствия). Исходя из мощностных характеристик лоцманского катера и сложившихся на рынке порта Азов цен на суда мощностью более 1200 л.с. приемлемой стоимостью данной услуги можно прогнозировать тарифную ставку 2000 руб./час и 4000 руб./час за работу одного катера или буксира соответственно.

В стоимости судозахода сухогруза данная услуга не учитывалась, так как прогноз времени оказания таких услуг во многом зависит от порядка, который будет установлен в порту Азов для работы Государственной досмотровой комиссии для балкеров, так как работа комиссии на приход или на отход, как правило, занимает около 2–3 часов и потеря такого количества времени непроизводительного простоя судна у причала отразится на пропускной способности причала в целом. В случае если проведение досмотровой комиссии будет допускаться на рейде, то среднемесячное время оказания услуг катера можно прогнозировать не менее 25–30 часов исходя из 25 судозаходов в среднем за месяц (на доставку или снятие комиссии 1 час, плюс потребности в перевозках снабжения);

2. Лоцманская проводка судна от точки встречи лоцманов (ТВЛ) до операционной акватории причала (с выходом и проходом по подходному каналу или судоходному пути по тарифам вне портовой проводке) и дача рекомендаций капитану судна по безопасному маневрированию судна в непосредственной близости у терминала и постановке судна к причалу по разработанной оператором схеме (Лоцманский сбор на вход).

Величина лоцманского сбора спрогнозирована в размерах: 0,54 руб./1GT за внутривортовую проводку и 0,13 руб./1GT по тарифам вне портовой проводке за выход и проход по подходному каналу или судоходному пути.

Такие величины обусловлены следующим: соответствующие затраты на подготовку персонала лоцманов, наличие и эксплуатация дорогостоящего радиооборудования и персональных компьютеров с насыщением дорогостоящих программ электронной картографии с постоянным их обновлением и корректурой, плюс вопросы страхования; содержание технических средств доставки и снятия лоцманов (катер, автотранспорт); содержание береговых помещений для лоцманов и диспетчерской лоцманской службы в соответствии с требованиями надзорных органов.

3. Услуги буксиров при швартовке (отшвартовке) судна к причалу/от причала. Принята ставка, сложившаяся на рынке, которая сформирована на базе оказания услуг, т.е. 5000 руб/ч.

4. Услуги катера по доставке и снятию комиссии, агентов и иных лиц — 5000 руб/ч.

5. Дача рекомендаций капитану судна по безопасному маневрированию судна в непосредственной близости у терминала при отшвартовке судна от причала и внутривортовая лоцманская проводка (с выходом и проходом по подходному каналу или судоходному пути по тарифам вне портовой проводке) от операционной акватории причала до точки встречи лоцманов (Лоцманский сбор на выход).

Проанализировав основные услуги, оказываемые в порту, рассмотрим компании, которые готовы предложить свои услуги в порту Азов и в целом на рынке морского агентирования судов. [9]

Азовский бассейновый филиал ФГУП «Росморпорт». ФГУП «Росморпорт» осуществляет управление движением судов, то есть эксплуатацию системы управления движением судов (СУДС) в оплату судовладельцами Навигационного сбора. Здесь следует отметить, что после пересмотра порядка оплаты и величин портовых сборов, ставка Навигационного сбора превышает ставку Корабельного сбора, так как при формировании новых ставок и перехода от условного объема к GT, была учтена затратная часть Азовского бассейнового филиала ФГУП «Росморпорт».

Азовский филиал ФГБУ «АМП Азовского моря». ФГБУ «АМП Азовского моря» осуществляет административно-властные полномочия в порту Азов, в том числе регистрацию и оформление входа/выхода судов в порт/из порта, регистрацию судов в государственном судовом реестре, выдачу соответствующих разрешений, дипломов, загранпаспортов и осуществляет надзорные функции по обеспечению безопасности мореплавания и порядка в порту Азов.

Финансируется данное обособленное учреждение частично из госбюджета и одновременно из средств Корабельного сбора, который является, по сути, фискальным сбором. Основные средства учреждения составляют минимальный состав необходимый для выполнения функций фискального учреждения, в объеме полномочий возложенных КТМ РФ.

ООО «Промэкспедиция». Причал рассчитан на прием судов класса «река-море» вместимостью до 5 тысяч тонн. Длина причала — 175 метров, глубина подходного канала и у причала 6 метров. Полностью автоматизированная галерея отгрузки на воду значительно сокращает время загрузки — судно вместимостью 3 тысячи тонн полностью загружается за 12 часов, или одну рабочую смену. На причале организована постоянная таможенная зона с пограничным контролем

ООО «Азовпортофлот». Это компания, которая осуществляет вспомогательные услуги для теплоходов, заходящих в порт Азов:

1. Сбор всех видов судовых загрязнителей: подсланевые, фекальные воды, сухой мусор и другие отходы судна, образующиеся в процессе его эксплуатации;
2. Бункеровка судов питьевой водой;
3. Сбор, транспортировка, размещение опасных грузов;
4. Услуги разъездного катера;
5. Поставка продуктов питания (к борту);
6. Шипчандлерские услуги.

Данные услуги осуществляются с помощью собственного флота ООО «Азовпортофлот»:

1. «ОС-50» Самоходная очистительная станция.
2. «Вятка-252» Грузовой нефтеналивной теплоход. Бункеровщик.
3. «Вятка-9» Грузовой нефтеналивной теплоход. Бункеровщик.
4. «ГТ-361» Грузовой нефтеналивной теплоход. Бункеровщик.
5. «НБС-112» Нефте — бункеровочная станция.
6. «Бойкий» Служебно-разъездной катер.
7. «ПМВ-14» Плавмагазин, бункеровщик с питьевой водой.

ООО «Линтер». Данная компания оказывает услуги по швартовке/отшвартовке судов с помощью буксиров и доставку/снятие пассажиров с помощью катера в пределах акватории порта Азов и АДМК. Осуществление данной деятельности возможно с помощью судов служебно-вспомогательного флота, а именно, буксира «Линтер 3» и «Линтер 4», а также лоцманского катера ЛК «Линтер».

Также данной компанией осуществляются услуги по лоцманской проводке судов, то есть услуги по безопасному проходу Азово-Донского морского канала для предотвращения столкновения судов, по защите самого судна и защите водной среды от загрязнения.

Итак, наш т/х «Сормовский 3054» заходит в порт Азов на погрузку N груза. Агентированием данного судна будет заниматься компания ООО «Линтер». По ранее заключенным договорам с субагентами, она окажет полный спектр услуг, необходимых для полноценного обслуживания судна.

Развернув выручку субъектов портовой деятельности по конкретно оказываемым услугам, выполняемым работам, взамен оплаты портовых сборов и тарифов получим прогнозируемую стоимостную детализацию вспомогательного рынка портовых услуг (таблица 8).

Таблица 8. Детализация структуры выручки по субъектам и оказываемым ими услугами

№ п/п	Наименование субъекта-участника портового рынка	Источник финансирования	Сумма выручки (руб)	Структура выручки (%)
1	ООО «Промэкспедиция»	Причальный сбор	76151,39	14,02%
2	АМП Азовского моря	Корабельный сбор	32781,98	6,03%
3	ФГБУ «Росморпорт»	Канальный, навигационный, навигационный СУДС, маячный, сбор транспортной безопасности акватории морского порта	92628,86	17,05%
4	ФГБУ «Росморпорт»	Ледокольная проводка (в период зимней навигации)	189150,20	34,81%
5	ФГБУ «Росморпорт»	Услуги теплохода в порту	9137,00	1,68%
6	ООО «Азовпортофлот»	Сдача отходов	6780,00	1,25%
7	ООО «СК Меридиан»	Услуги буксира	15000,00	2,76%
8	ООО «Дакар»	Услуги рейдового катера и буксира	8000,00	1,47%
9	ООО «МА «Река-Море»	Услуги буксира	10000,00	1,84%
10	ООО «Линтер»	Лоцманская проводка	29679,48	5,46%
11	ООО «Линтер»	Услуги рейдового катера	14000,00	2,58%
12	ООО «Линтер»	Агентское вознаграждение	60000,00	11,04%
Итого по счету:			543308,91	100,00%

Данная таблица отражает значимость и структуру выручки субъекта — участника портового рынка в целом за один судозаход судна в порт и его обслуживание агентской компанией. Наибольший процент 34,81% в структуре выручки составляет «Ледокольная проводка», оказываемая ФГУП «Росморпорт», наименьший — 1,25% составляет «Сдача отходов» от ООО «Азовпортофлот». Рисунок 3 наглядно отражает состав и величину выручки субъекта за один судозаход.

В таблице 9 рассмотрим распределение выручки по субъектам портовой деятельности. Это позволит определить, какая компания имеет наибольшую долю в структуре выручки по одному судозаходу.

Данный расчет показывает, что наибольшую долю 53,55% выручки от данного судозахода получает ФГУП «Росморпорт», так как именно ему принадлежит самый обширный спектр услуг, оказываемых для т/х «Сормовский 3054». Наименьшая доля в структуре выручки у компаний: ООО «Дакар» — 1,47% и ООО «Азовпортофлот» — 1,25%. Рисунок 4 наглядно отражает структуру выручки по компании за один судозаход.

Выбор единой методики построения тарифа на услуги морского порта является основной проблемой на рынке морского агентирования. Для того чтобы четко представлять структуру и содержание процесса форми-

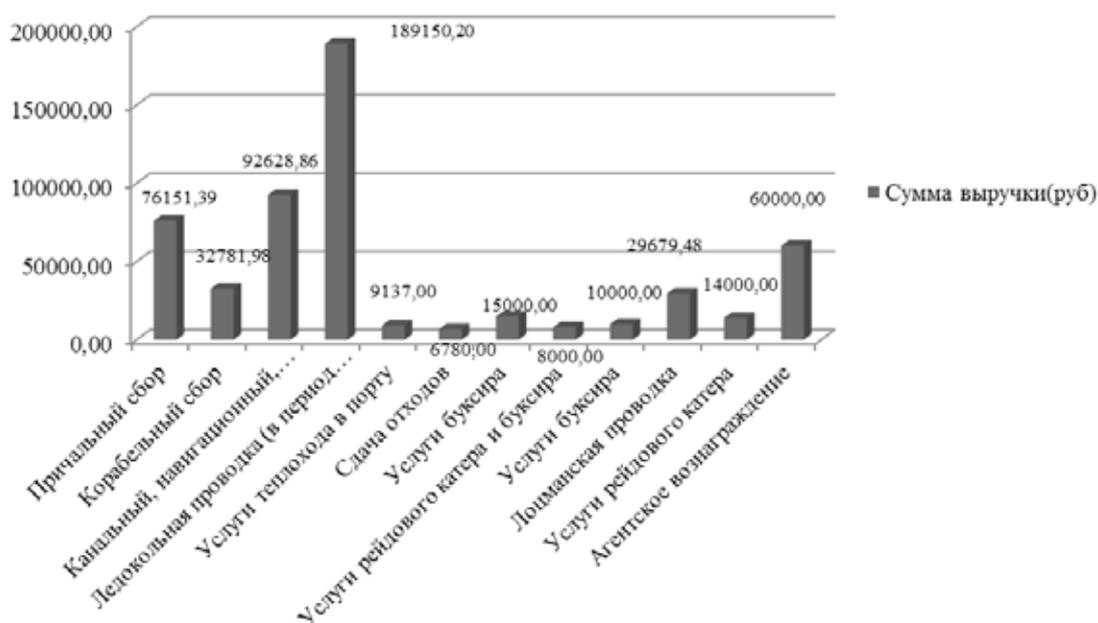


Рис. 3. Состав и сумма выручки за один судозаход

Таблица 9. Распределение выручки по субъектам портовой деятельности

№ п/п	Наименование субъекта-участника портового рынка	Источник финансирования	Сумма выручки (руб.)	Структура выручки (по компании)
1	ООО «Промэкспедиция»	Причальный сбор	76151,39	14,02%
2	АМП Азовского моря	Корабельный сбор	32781,98	6,03%
3	ФГУП «Росморпорт»	Канальный, навигационный, навигационный СУДС, маячный, сбор транспортной безопасности акватории морского порта	92628,86	53,55%
		Ледокольная проводка (в период зимней навигации)	189150,20	
		Услуги теплохода в порту	9137,00	
4	ООО «Азовпортофлот»	Сдача отходов	6780,00	1,25%
5	ООО «СК Меридиан»	Услуги буксира	15000,00	2,76%
6	ООО «Дакар»	Услуги рейдового катера и буксира	8000,00	1,47%
7	ООО «МА «Река-Море»	Услуги буксира	10000,00	1,84%
8	ООО «Линтер»	Лоцманская проводка	29679,48	19,08%
		Услуги рейдового катера	14000,00	
		Агентское вознаграждение	60000,00	
Итого по счету:			543308,91	100,00%

рования тарифа, требуется обращение к существующим моделям формирования. Также необходимо учитывать задачи формирования единой модели тарифообразования для морских портов. В основе данных задач лежит принцип определения ценности услуг с помощью государственного регулирования, спроса и предложения. От того, как влияют эти факторы на модель ценообразования зависит формирование тарифной политики в морских портах.

Так, Ю.А. Григорьева выделяет вертикально-интегрируемую модель, модель независимых производителей портовых услуг и конкурентную модель. [10]

Для исследуемого порта характерна конкурентная модель. Суть данной модели заключается в стремлении к сокращению издержек портовых услуг, повышению инвестиционной привлекательности морских портов, либерализации цен в потенциально конкурентных сферах и сохранение ценового регулирования в сферах естественных монополий.

В основу конкурентной модели формирования тарифа положены следующие принципы: выбор целевого рынка и определение рода и объема оказываемых услуг, эффективное использование пропускной способности причалов и порта в целом, достижение стабильности в восприятии

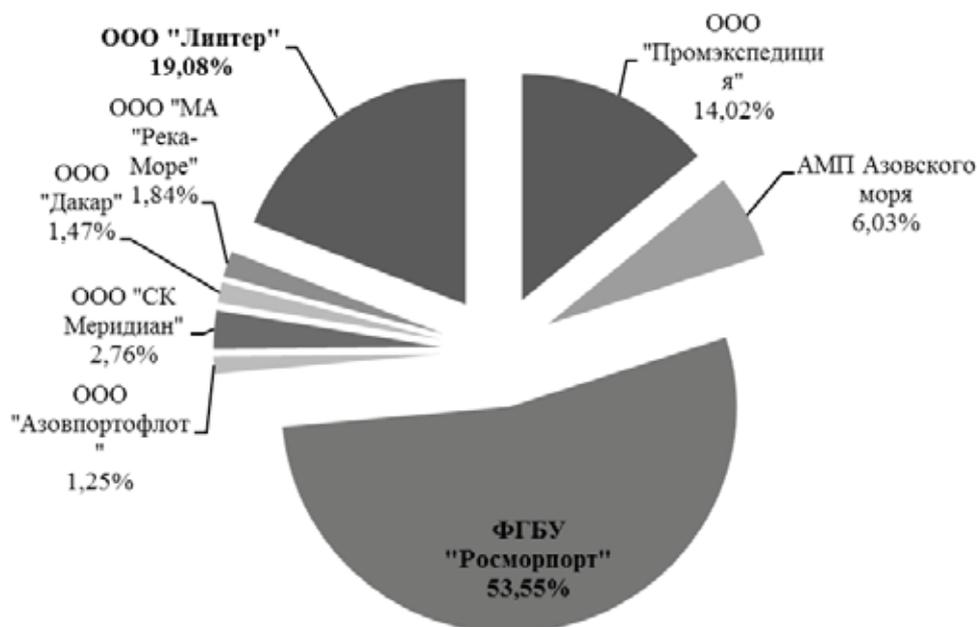


Рис. 4. Структура выручки по компаниям (%)

Таблица 10. Положительные и отрицательные факторы конкурентной модели тарифообразования

Конкурентная модель	
Положительные факторы	Отрицательные факторы
Наличие стимулов для повышения эффективности работы порта	Необходимость значительных преобразований в сфере портовых услуг
	Коррекция уровня цен до экономически обоснованного уровня

клиентурой и установление долгосрочных взаимоотношений, предоставление необходимой информации о качестве и сроках предоставляемых портом услуг, создание эффективной системы взаимодействия порта и органов государственного регулирования. [10]

Конкурентная модель также обладает рядом положительных и отрицательных сторон (таблица 10):

Применение конкурентной модели ценообразования на услуги морского порта значительно уменьшает влияние государства на построение тарифа. В первую очередь, необходима разработка методики расчета себестоимости погрузочно-разгрузочных работ (ПРР). Именно от тарифа на ПРР зависит конкурентоспособное положение морского порта, которое должно привести к увеличению объема оказываемых услуг. Во-вторых, внимание должно быть уделено вопросам строительства и модернизации служебно-вспомогательного флота, развития и модернизации портовых мощностей. Кроме того, требуется достаточное и адекватное обеспечение портов судами вспомогательного флота, а именно, ледоколами, для обеспечения возможности движения судов на акватории порта в период зимней навигации. [10]

мости погрузочно-разгрузочных работ (ПРР). Именно от тарифа на ПРР зависит конкурентоспособное положение морского порта, которое должно привести к увеличению объема оказываемых услуг. Во-вторых, внимание должно быть уделено вопросам строительства и модернизации служебно-вспомогательного флота, развития и модернизации портовых мощностей. Кроме того, требуется достаточное и адекватное обеспечение портов судами вспомогательного флота, а именно, ледоколами, для обеспечения возможности движения судов на акватории порта в период зимней навигации. [10]

Литература:

1. Сергеев, В.И., Федоренко, А.И., Герами В.Д. Роль логистики в развитии транспортного комплекса Российской Федерации: в разрезе корректировки транспортной стратегии Российской Федерации на период до 2030 года: [Электронный ресурс] URL: <http://lscm.ru/index.php/ru/ro-rubrikam/item/> (дата обращения 25.09.2016)
2. Гуреева, А.Н. Судовые припасы и предметы судового снаряжения: особенности таможенного декларирования: [Электронный ресурс] URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/sudovye-pripasy-i-predmety-sudovogo-snaryazheniya-osobennosti-tamozhennogo-deklarirovaniya.pdf> (дата обращения 27.09.2016)
3. Буянов, С.И. Обновление и развитие портового флота России: [Электронный ресурс] URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/obnovlenie-i-razvitie-portovogo-flota-rossii.pdf> (дата обращения 30.09.2016)
4. Ботнарчук, М.В. Конкурентоспособность портовой услуги: социальный аспект: [Электронный ресурс] URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/konkurentosposobnost-portovoy-uslugi-sotsialnyu-aspekt.pdf> (дата обращения 5.10.2016)
5. Филатова, Е.В. Управление качеством транспортно-экспедиционного обслуживания в сфере морских перевозок: [Электронный ресурс] URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/suschnost-kachestva-transportno-ekspeditsionnogo-obsluzhivaniya> (дата обращения 6.10.2016)
6. Стратегия развития морской портовой инфраструктуры России до 2030 года: [Электронный ресурс] URL: http://www.rosmorport.ru/media/File/State-Private_Partnership/strategy_2030.pdf (дата обращения 7.10.2016)
7. Петров, И.М. Диверсификация агентской деятельности и предоставление шипчандлерских услуг: [Электронный ресурс] URL: http://www.nbu.gov.ua/old_jrn/natural/sudovozhdenie/2011_20/Ptrov.pdf (дата обращения 15.10.2016)
8. Мосейчук, А.С., Ломакина Н.С. Виды портовых сборов и их назначение: [Электронный ресурс] URL: <http://www.top-technologies.ru/ru/article/view?id=33783> (дата обращения 13.10.2016)
9. Чебанова, Н.С. Анализ определения и порядка взимания навигационного и экологического сборов в морском порту Новороссийск: [Электронный ресурс] URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/analiz-opredeleniya-i-poryadka-vzimaniya-navigatsionnogo-i-ekologicheskogo-sborov-v-morskom-portu-novorossiysk.pdf> (дата обращения 20.10.2016)
10. Григорьева, Ю.А. Анализ моделей формирования тарифной политики на услуги морских портов: [Электронный ресурс] URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/analiz-modeley-formirovaniya-tarifnoy-politiki-na-uslugi-morskih-portov.pdf> (дата обращения 30.10.2016).

Управление подразделениями

Рязанов Сергей Андреевич, курсант;
Тухватуллин Ильгиз Инсафович, курсант;
Яцук Константин Васильевич, доцент

Военный учебно-научный центр ВВС «Военно-воздушная академия», филиал в г. Челябинске

В данной статье рассматривается процесс управления подразделениями. От качества осуществления управления подразделениями зависит результат выполнения боевой задачи. В этой работе особое внимание уделяется принципам управления и требованиям к нему, знание которых позволяет руководителю более эффективно управлять подчиненным ему личным составом и, соответственно, более быстро и качественно выполнять поставленные задачи.

Управление подразделениями — это деятельность командиров, начальников и других органов управления по руководству соответствующими подразделениями при подготовке и выполнении поставленных задач. От качества управления подразделением зависит результат боя: умелое управление способствует разгрому противника с наименьшими потерями и достижению победы в короткие сроки [1].

Управление подразделениями включает в себя деятельность командиров и начальников как по управлению подразделением в боевой обстановке, так и по развитию и боевому совершенствованию подразделений в мирное время.

В наше время управление подразделениями — сложный процесс, включающий работу командиров и штабов. Оно представляет собой непрерывную добычу, сбор, изучение и обобщение данных обстановки; принятие решения; доведение задач до подчиненных подразделений; планирование боя; организацию поддержки непрерывного взаимодействия; организация и выполнение мероприятий по поддержанию боевой готовности, боеспособности и слаженности подразделений; организация воспитательной работы, системы управления, прямое руководство подготовкой подразделений к боевым действиям, постоянный

контроль выполнения поставленных задач и оказание поддержки подчиненным.

Теория управления, опирающаяся на системный подход, рассматривает подразделение как набор связанных и определенным образом упорядоченных частей, которые имеют целостность и образуют единство при взаимодействии с внешней средой.

Управление всегда предполагает наличие двух основных частей:

1. Объект управления, это тот, на кого направленно управление;
2. Субъект управления, тот, кто управляет.

Если совокупность этих двух частей образует, в процессе своего контакта, устойчивую систему, то она называется системой управления. Все, что не входит в эту систему, рассматривается как внешняя среда. Иногда субъект управления называют управляющей подсистемой, а объект — управляемой подсистемой. Для изучения или разработки этих подсистем их рассматривают как отдельные системы.

Управлением называется процесс воздействия субъекта управления на объект управления. Результатом, которого должно быть эффективное функционирование, развитие и достижение требуемых результатов.

Принципы управления подразделениями можно представить как основополагающие идеи и правила поведения командиров и начальников по осуществлению управленческих функций.

По своему предназначению принципы управления являются связующим звеном между фундаментальной основой теории управления — законами управления и управленческой практикой.

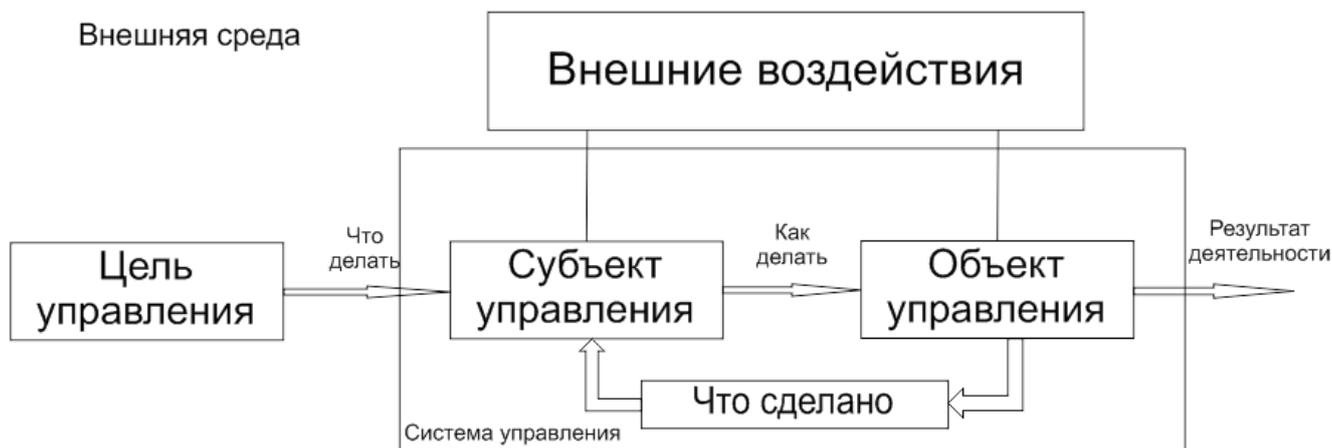


Рис. 1. Процесс управления

К основным принципам управления в военной сфере можно отнести:

1. принцип единоначалия и личной ответственности командиров;
2. принцип централизации управления с предоставлением подчиненным инициативы в определении способов выполнения поставленных задач;
3. принцип твердости и настойчивости;
4. принцип оперативности и гибкого реагирования на изменение обстановки;
5. принцип научности;
6. принцип предвидения.

Единоначалие является основным принципом управления подразделениями. Оно заключается в наделении командира (начальника) всей полнотой распорядительной власти по отношению к подчиненным и возложении на него персональной ответственности перед государством за все стороны жизни и деятельности воинской части, подразделения и каждого военнослужащего.

Единоначалие выражается в праве командира (начальника), исходя из всесторонней оценки обстановки, единолично принимать решения, отдавать соответствующие приказы в строгом соответствии с требованиями законов и воинских уставов и обеспечивать их выполнение.

Обсуждение приказа недопустимо, а неповиновение или другое неисполнение приказа является воинским преступлением [3].

Принцип централизации управления заключается в объединении вышестоящей инстанцией в своих руках действий подчиненных и наведении по единому замыслу их деятельности для выполнения поставленной цели. Принцип централизации находится в тесной связи с принципом единоначалия, однако эти два принципа нельзя принимать как равные.

Централизованное управление позволяет командиру быстро и наиболее эффективно координировать работу своих подчиненных, умело использовать силы и средства, следить за всей деятельностью и в случае нужды вмешиваться в управление любом этапе, хотя уровень централизации может видоизменяться в зависимости от обстановки. Исходя из этого принципа управления начальник может предоставлять инициативу подчиненным в выборе средств и способов выполнения поставленной задачи.

Принцип твердости и настойчивости, в реализации принятых решений (планов), достигается, прежде всего, решительными действиями командиров и начальников, их способностью брать ответственность на себя, четкой постановкой задачи подчиненным, способностью организовать и мобилизовать людей на ее выполнение.

На первый план выступает способность командира добиваться беспрекословного выполнения поставленных перед ним задач, не смотря ни на какие проблемы, образующиеся на пути их решения. Данный принцип непрерывно связан с принципом оперативного и гибкого реагирования на изменение ситуации в бою. Данный принцип находится в тесной связи с принципом оперативного и гибкого реагирования на изменение обстановки.

Принцип оперативного и гибкого реагирования на изменение обстановки. Данный принцип особенно важен для ВКС. В самом деле, можно сказать, что ВКС — это войска немедленной реакции на воздушную обстановку. При этом гибкость предполагает адаптивность, т.е. способность всех сил ВКС к неожиданному изменению воздушной и наземной обстановки, возможность быстрой перегруппировки сил и средств.

Принцип научности. Соблюдение данного принципа управления заключается в построении всей системы управления на новейших технических средствах. Научное управление несовместимо с субъективизмом то есть с объективным подходом к действительности, отрицающим наличие объективных законов природы и общества. Каждый командир знает, как правильно применять на практике закономерности и объективные тенденции развития общества, принимать решения с учетом объективно сложившейся ситуации и результатов прогноза на будущее. Научность управления означает также широкое использование математических способов, особенно при решении производственных задач, критическую оценку эффективности принимаемых решений, применение современных технических средств.

Принцип предвидения. Дополняет и обогащает принцип научности, поскольку они неразрывно связаны между собой. Предвидение — это способность органов управления заблаговременно предвидеть вероятные изменения ситуации, тактику противника и возможный ход событий [2].

Каждый из вышеизложенных принципов управления подразделениями в различных условиях современного общевойскового боя имеет разное значение. Поэтому управляющее звено системы управления должно изучить и применять все эти принципы, вырабатывать навыки творческого применения их в соответствии с реальными условиями в бою. Основным условием успешного использования данных принципов при подготовке и в ходе боя являются, главным образом, высокие личные качества и профессиональная подготовка офицеров, использование ими проверенных методов руководства и умелое применение технических средств при решении задач управления, постоянное изучение противника, сохранение строго в тайне всех планируемых действий по управлению подразделениями и обеспечение высокой живучести системы управления.

Под требованиями к управлению понимаются основополагающие, общие свойства, характеризующие качественное состояние управления подразделениями, показывающие, каким оно должно быть, чтобы соответствовать условиям управления и ведения боевых действий в наше время. Основные требования к управлению сформированы исходя из опыта вооруженных конфликтов и локальных войн. Управление подразделениями должно быть: устойчивым, непрерывным, оперативным, скрытым.

Устойчивость управления — это свойства системы управления, обеспечивающее выработку и доведение до подчиненных управляющих команд вовремя, в условиях воздействия противника и других неблагоприятных факторов на средства связи.

Устойчивость управления заключается в оперативном восстановлении прерванной связи при управлении; своевременном сборе данных обстановки, выработки решения, докладе его старшему начальнику и доведении до подчиненных; поддержании надежной связи с подчиненными, взаимодействующими подразделениями и старшими начальниками; надежной защите командного пункта от любого оружия, а также от помех его радиотехнических средств и иных неблагоприятных факторов.

Непрерывность управления — это свойство системы управления, обеспечивающее возможность управляющего звена постоянно получать данные обстановки, воздействовать на подчиненный ему личный состав.

Непрерывность — это постоянное воздействие командира на ход боя всеми имеющимися в его распоряжении силами и средствами в для лучшего выполнения подразделениями поставленной задачи. В бою командир должен внимательно наблюдать за ходом боевых действий, непрерывно вести разведку противника; своевременно ставить или уточнять задачи подчиненным, а также приданным и поддерживающим подразделениям. Главным условием достижения непрерывности управления являются постоянное знание обстановки на поле боя, анализ и предвидение наиболее существенных изменений. Это поможет командиру умело использовать в ходе боя штатные и приданные огневые средства и рационально использовать результаты ядерного и огневого поражения противника.

В целях достижения непрерывности управления необходимо рационально выбирать место командного пункта, скрытно его размещать, маскировать и своевременно перемещать, особенно при ведении боя ночью, в условиях плохой видимости и на труднопроходимой местности. Командир обязан находиться на наиболее важном направлении в нужный момент и своевременно оказывать влияние на ход боя всеми имеющимися в его распоряжении силами и огневыми средствами. В трудные моменты боя командир личным примером, проявляя храбрость, инициативность и находчивость, должен повести за собой подразделения и выполнять поставленную задачу, невзирая ни на какие возможные препятствия и даже угрозу самой жизни, внушая эту решимость всем подчиненным.

Командир организуя ведение боя должен назначить себе заместителей помимо штатных. Если в ходе боя нарушится управление, заместитель командира берет командование на себя, а командир принимает меры для восстановления управления.

Оперативность управления — это способность опережать действия противника, быстро реагировать на изменение обстановки, принимая правильные решения, которые могут повлиять на итог боя. Главным условием оперативности управления является высокая боевая готовность системы управления.

Оперативность управления предполагает своевременное и быстрое выполнение всех запланированных действий, связанных с управлением подразделениями при подготовке и в ходе выполнения боевых задач; в не-

прерывном знании и изучении обстановки и быстром принятии решения при ее изменениях; в своевременном уточнении принятого решения и поставленных подразделениям задач; в умении командира применить наиболее целесообразный метод работы и выполнить поставленные задачи в сроки, обеспечивающие упреждение противника в действиях, в умении работать на штатных средствах связи. Особенно высокая оперативность в работе необходима при подготовке к выполнению боевых задач в короткие сроки и в интенсивности их выполнения.

Скрытность управления — это свойство, позволяющее хранить втайне от противника положения, состояния и деятельность всех элементов системы управления, а также той информации, которая в ней циркулирует. Скрытность управления достигается выполнением комплекса организационных, технических и воспитательных мероприятий.

Скрытность управления имеет важное значение. В настоящее время она имеет еще большее значение из-за увеличения роли внезапности действий, увеличения возможности разведки противника, а также применения ядерного и высокоточного оружия. Поэтому сохранение в тайне всех действий, связанных с подготовкой и ведением боя, является неременным условием скрытности управления. Оно достигается строгим соблюдением правил переговоров по техническим средствам связи, использованием различных шифровок и кодов; применением таблиц, позывных и сигналов, переговорных таблиц и кодирования карт, запретом открытых переговоров; надежной маскировкой командно-наблюдательных пунктов.

Сейчас, в наше время, когда боевые действия развиваются быстро, отличаются предельной напряженностью и резкими изменениями обстановки, только командир-единоначальник, наделенный большими полномочиями, способен организовать подчиненных на успешное выполнение поставленной задачи. Именно поэтому на командира взвода (отделения, танка) возлагается полная и личная ответственность за боевую готовность, подготовку взвода (отделения, танка), оружия, военной и специальной техники к бою и успешное выполнение боевой задачи в установленные сроки, а также за воспитание, воинскую дисциплину, психологическую подготовку и политико-моральное состояние личного состава.

Таким образом, сравнивая реальное состояние управления войсками с требованиями к нему, мы получаем возможность оценивать его качество. Соответственно и получаемые при этом оценки будут носить преимущественно качественный характер, хотя отдельные элементы системы управления при этом могут быть оценены и количественно.

Итак, качество управления войсками — это совокупность его свойств, которую можно оценить путем сравнения этих свойств с установленными требованиями к управлению. Это качественная степень соответствия управления требованиям к нему.

Для того чтобы количественно оценивать управление войсками в целом используется понятие «эффективность управления».

Существуют различные толкования понятия «эффективность» и, в общем, их можно объединить в два направления. Первое трактует эффективность как отношение полученного результата к затраченным на его достижение ресурсам. Такое понимание эффективности является наиболее обобщенным. Другое направление трактует эффективность как степень соответствия полученного результата поставленной цели, т.е. степень достижения цели. Это так называемая целевая эффективность. Затраты ресурсов при этом ограничиваются какой-либо заданной величиной. В теории управления войсками и в военной науке вообще чаще всего используется именно такое понимание эффективности.

Здесь следует вспомнить, что основная цель управления — обеспечить максимальную эффективность применения подчиненных войск при решении поставленных перед ними задач.

Таким образом, цель управления войсками выступает в виде «подцели» по отношению к цели применения войск. Иначе говоря, управление (и его эффективность) не является самоцелью, оно является одной из задач, хотя и крайне важной и ответственной задачей для достижения цели применения войск в операции, сражении, бою.

Исходя из такого понимания, под эффективностью управления войсками будем подразумевать количественную оценку влияния управления на достижение конечной цели боевых действий или на степень использования в конкретном способе боевых действий потенциальных боевых возможностей войск. Эффективность оценивается с использованием определенных показателей. Показатель — это количественная или качественная характеристика какого-либо свойства объекта. Оценка значений показателей осуществляется с использованием определенных критериев (критерий — это признак или условие, на основании которого производится оценка и выбор)

Литература:

1. Алтухов, П. К. Основы теории управления войсками.. — М.: Воен. издательство, 1971. — 226 с.
2. Абрамов, А. С., Карпов О. И. Управление подразделениями в мирное время.. — М.: Голден Би, 2007. — 256 с.
3. Общевоинские уставы Вооруженных сил Российской Федерации — М.: Эксмо, 2016. — 560 с.

Прогнозирование денежных потоков жилищно-коммунального хозяйства

Самохина Виктория Михайловна, кандидат педагогических наук, доцент

Технический институт (филиал) Северо-Восточного федерального университета имени М. К. Аммосова в г. Нерюнгри (Республика Саха-Якутия)

Жилищно-коммунальное хозяйство (ЖКХ) является важнейшей составляющей в системе жизнеобеспечения городов, охватывает все население страны и в связи с этим занимает исключительное положение в ряду прочих отраслей экономики.

Нынешнее состояние ЖКХ в России абсолютно критично, и крайне убыточно из-за недостатка денежных средств. Данное состояние связано с недостаточным финансированием, неправильным распределением денежных средств и несвоевременной оплатой гражданами услуг ЖКХ.

Подразделяют эффективность управления на абсолютную и относительную.

Под абсолютной эффективностью управления понимается тот вклад, который вносит система управления в достижение конечных целей боевых действий. Но количественно представить непосредственное влияние управления на ход и исход боевых действий, как правило, не представляется возможным, ведь сама система управления потерь противнику не наносит, своих войск от ударов противника не защищает, а имеет дело со сбором, переработкой и выдачей информации.

На ход и исход боевых действий система управления влияет опосредованно, через подчиненные войска, силы и средства, путем реализации принципов военного искусства, форм и способов военных действий.

Прогнозируя ход и исход будущих боевых действий, и даже анализируя итоги прошедших военных конфликтов, исследователи не всегда могут точно охарактеризовать числом ту долю в успехе (или неудаче), которую можно в чистом виде приписать управлению. Тем не менее, некоторые оценки результатов управления позволяют заключить, что в среднем до 40% реализуемого боевого потенциала войск можно будет непосредственно отнести за счет вклада системы управления, а для таких информационно ёмких систем, как системы ПВО — даже до 70% этого потенциала.

Хорошо организованный и непрерывный контроль войск в бою обеспечивает захват и удержание инициативы, скрытность подготовки и внезапность нападения на противника, эффективное применение имеющихся средств поражения и полное использование боевых возможностей подразделений и частей, своевременное осуществление мероприятий по защите от ядерного, химического, высокоточного и зажигательного оружия противника. Это позволяет в любых, даже самых сложных условиях обстановки добиваться успешного выполнения поставленных задач в установленные сроки.

Решение вышеназванной причины базируется, в первую очередь, на умелом управлении денежными потоками.

Управление денежными потоками является основным аспектом деятельности предприятия. Правильное управление денежными потоками организаций является важным показателем финансового состояния.

За основу создания эффективной системы управления денежными потоками на конкретном предприятии, а так же в масштабах отрасли, может быть принято математическое моделирование денежных потоков, которое позволяет решить задачу максимализации прибыли, контролировать платежеспособность, правильное распределением денежных средств.

Моделирование денежных потоков позволяет проанализировать причинно-следственные связи между показателями, сформировать прогноз, а так же определить оптимальные величины денежных потоков организации.

Вышеуказанные обстоятельства обуславливают актуальность настоящего исследования, в котором предлагается сделать прогноз поступления денежных средств за услуги теплоснабжения на основе математического моделирования.

В ходе исследования были использованы данные о поступлении денежных средств касс Теплосбыта за III квартал.

Для регрессионного анализа были рассмотрены факторы, влияющие на поступление денежных средств за услуги теплоснабжения (y): x_1 — место жительства, x_2 — тип застройки, x_3 — изношенность домов, x_4 — общая площадь квартиры, x_5 — количество прописанных, x_6 — льготы, x_7 — индивидуальные тепловые пункты, x_8 — сумма за отопление m^2 , x_9 — сумма за горячее водоснабжение (гвс).

Для того чтобы построить уравнение множественной регрессии сначала решим вопрос о спецификации модели. Суть проблемы спецификации заключается в отборе факторов. По методу исключения построим матрицу коэффициентов корреляции (табл. 1)

Таблица 1. Матрица коэффициентов корреляции

	y	x_1	x_2	x_3	x_4	x_5	x_6	x_7	x_8	x_9
y	1									
x_1	0,1	1								
x_2	-0,3	-0,1	1							
x_3	-0,1	0,2	0,3	1						
x_4	0,7	0,06	-0,3	-0,1	1					
x_5	0,4	-0,02	-0,6	-0,1	0,3	1				
x_6	0,1	-0,1	-0,1	-0,03	0,1	0,01	1			
x_7	0,1	-0,3	-0,2	-0,2	0,2	0,1	0,1	1		
x_8	0,7	0,06	-0,30	-0,1	0,96	0,3	0,1	0,2	1	
x_9	0,4	-0,01	-0,1	-0,06	0,3	0,96	0,01	0,1	0,3	1

По данной матрице, видно, что связь двух элементов превышает 0,8. То есть между факторами x_8x_4 и x_9x_5 есть мультиколлинеарность. Для того чтобы решить эту проблему исключим из модели факторы x_4 и x_5 , так как факторы x_8 и x_9 в больше связаны с зависимой переменной. Проверим факторы на значимость через критерий t-статистики (табл. 2).

Таблица 2. Расчетное значение t-статистики

	x_1	x_2	x_3	x_4	x_5	x_6	x_7
x_1	1						
x_2	-9,6	1					
x_3	14,0	22,6	1				
x_4	-11,3	-11,4	-2,6	1			
x_5	-25,5	-19,6	-15,4	5,0	1		
x_6	4,7	-26,2	-10,2	4,4	17,6	1	
x_7	-2,7	-11,2	-4,9	2,0	7,8	27,2	1

По исходной таблице 2 видно, что расчетное значение t-статистики для всех уравнений регрессии больше табличного значения (коэффициенты корреляции значимы).

Было рассмотрено 4 модели уравнения регрессии для выявленных факторов:

– линейное уравнение

$$y = 11380,998 - 707,684 \cdot x_1 - 802,214 \cdot x_2 - 236,664 \cdot x_3 - 515,136 \cdot x_4 - 4156,847 \cdot x_5 + 10,338 \cdot x_6 + 5,923 \cdot x_7$$

– степенное уравнение:

$$y = 86,745 \cdot x_1^{-0,071} \cdot x_2^{-0,075} \cdot x_3^{-0,015} \cdot x_4^{-0,040} \cdot x_5^{0,281} \cdot x_6^{0,656} \cdot x_7^{0,656}$$

– экспоненциальное уравнение:

$$y = 12805,91 \cdot e^{-0,023 \cdot x_1} \cdot e^{-0,117 \cdot x_2} \cdot e^{0,006 \cdot x_3} \cdot e^{-0,015 \cdot x_4} \cdot e^{-0,186 \cdot x_5} \cdot e^{0,001 \cdot x_6} \cdot e^{0,001 \cdot x_7}$$

– показательное уравнение:

$$y = 12805,87 \cdot 0,977^{x_1} \cdot 0,889^{x_2} \cdot 1,006^{x_3} \cdot 0,985^{x_4} \cdot 0,830^{x_5} \cdot 1,001^{x_6} \cdot 1,001^{x_7}$$

– гиперболическое уравнение:

$$y = 15823,359 + \frac{2487,973}{x_1} + \frac{2445,005}{x_2} + \frac{1646,237}{x_3} + \frac{1281,351}{x_4} + \frac{5774,161}{x_5} - \frac{4221798,610}{x_6} - \frac{1120551,730}{x_7}$$

Множественное уравнение линейной регрессии является качественной моделью, а адекватной, значимый коэффициент множественной корреляции имеет максимальное значение, а коэффициент детерминации составляет 87,75%. Это объясняется тем, что 88% вариации поступлений денежных средств за услуги теплоснабжения объясняется факторами, включенными в модель.

В дополнении определим частные коэффициенты эластичности. Результаты, которых представлены в таблице 3.

Таблица 3. Расчетные значения частных коэффициентов эластичности

Частные коэффициенты эластичности		Экономическая интерпретация
ε_1	-0,05993282	При перемещении места жительства из одного населенного пункта в другой, в среднем поступление средств за услуги теплоснабжения снижаются на 0,06%.
ε_2	-0,05936559	При перемещении места жительства в части типа застройки, в среднем поступление средств за услуги теплоснабжения снижаются на 0,06%.
ε_3	-0,015315737	При увеличении изношенности домов на 1%, в среднем поступление средств за услуги теплоснабжения снижаются на 0,02%
ε_4	-0,033936514	При увлечении числа льготников на 1%, в среднем поступление средств за услуги теплоснабжения снижаются на 0,03%
ε_5	-0,250305254	При увеличении индивидуальных тепловых пунктов на 1%, в среднем поступление средств за услуги теплоснабжения снижаются на 0,25%
ε_6	0,727963153	При увеличении начисленных средств за услугу отопление на 1%, в среднем поступление средств за услуги теплоснабжения увеличатся на 0,73%
ε_7	0,120081599	При увеличении начисленных средств за услугу гвс на 1%, в среднем поступление средств за услуги теплоснабжения увеличатся на 0,12%

На основе полученной множественной линейной регрессии построим прогноз денежных средств. Получен точечный (17248 тыс. руб) и интервальный прогнозы ($17056 \leq Y_p \leq 17440$). Проведена верификация прогноза. Она составила 95%.

Из исследования можно сделать вывод о том, что для прогнозирования подобных денежных потоков можно использовать линейную модель множественной корреляции, выбрав в качестве факторов выделенные нами значения. Правильно и грамотно сделанный прогноз позволит предприятию сэкономить финансовые ресурсы, правильно их перераспределить.

Литература:

1. Чашкин, Ю. Р. Математическая статистика. Анализ и обработка данных: Высшее образование — Феникс, 2010.
2. Шурыгин, А. М. Математические методы прогнозирования: учеб. пособие для вузов / А. М. Шурыгин. — М.: Горячая линия — Телеком, 2009.

Виды аутсорсинга и их использование в российской практике

Светогорова Валерия Викторовна, студент

Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова, филиал в г. Пятигорске

Существовая в условиях жесткой конкуренции, предприятия вынуждены привлекать более квалифицированных исполнителей, а также не забывать про инновации. В подобных условиях для обеспечения конкурентных преимуществ от предприятия часто требуется более глубокая специализация в своей ключевой сфере деятельности. В условиях конкурентного рынка внимание руководителя должно быть направлено на повышение эффективности деятельности предприятия. Одним из инструментов, позволяющих оптимизировать конфигурацию бизнес-системы, является аутсорсинг.

Сущность аутсорсинга как принципа управления заключается в том, что он представляет собой отказ от собственного бизнес-процесса и приобретение услуг по его реализации другой организацией. С другой стороны, аутсорсинг — это технология менеджмента, которая заключается в передаче сторонней компании некоторых бизнес-функций или частей бизнес-процесса предприятия, что позволяет оптимизировать структуру управления предприятий за счет сосредоточения на основной задаче и передачи непрофильных функций и корпоративных ролей внешним специализированным подрядчикам.

Аутсорсинг помогает компаниям функционировать и развиваться на рынке, сокращая свои издержки, быстрее адаптироваться к условиям внешней среды, повысить качество продукции и услуг, уменьшить риски. Применяя аутсорсинг, компания-заказчик получает возможность сконцентрироваться на тех бизнес-процессах, которые свойственны именно ей, т.е. на своей специфике.

Идея привлечения ресурсов специализированной фирмы для решения стоящих перед организацией задач не является новой. О ней говорили великие Г. Форд (идея самодостаточности и вертикальной интеграции) и его современник Альфред Слоун-мл. (его новацией в бизнесе стала методология аутсорсинга). Они реализовали идею аутсорсинга на практике. На рубеже XX—XXI столетий, спустя 70 лет, идея аутсорсинга была реанимирована в науке, и тенденция применения аутсорсинговых схем начинает массово поддерживаться. Причиной популярности аутсорсинга является то, что корпорации видят в нем способ получения дополнительной стоимости и метод обеспечения роста конкурентных преимуществ.

Важно, что аутсорсинг может быть взят на вооружение и акционерным обществом, и холдингом, состоящим из дочерних фирм, и концернами и другими субъектами хозяйственной деятельности, имеющими различный организационно — правовой статус, без участия сторонних субъектов в уставном капитале. Это другая технология кооперации, основанная не на акционерной зависимости, а на договорных основаниях. Хотя и нельзя отвергать си-

туацию, когда на каком-то этапе интеграции бизнеса аутсорсер на фондовом рынке приобретет какую-то часть акций публичной корпорации. Поэтому очень важно в корпоративном законодательстве специальным образом отразить особенности поведения продавца услуг по отношению к корпорации-покупателю.

В настоящее время классификация форм и видов аутсорсинга не устоялась, так как отношения между компанией-заказчиком и исполнителем в рамках конкретных соглашений могут иметь значительные различия, чему могут быть различные причины (появление новых форм взаимоотношений, быстрые темпы развития определенного сектора бизнеса, законодательные ограничения).

Под аутсорсингом все чаще понимается «офшорный аутсорсинг», однако, по оценке многих специалистов, в 2013 году наблюдался рост инсорсинговой активности, т.е. возврата производства из-за рубежа. Это связано с высоким уровнем безработицы во многих западных странах, ростом зарплат в популярных местах аутсорсинга таких как индийских Бангалора и Мумбаи, венгерского Будапешта, а также снижением международной конкурентоспособности фирм, пользующихся услугами контрагентов из других стран.

В российской литературе часто встречается деление аутсорсинга бизнес-процессов на производственный и непроизводственный, и также в отдельную категорию выделяют аутсорсинг информационных технологий (IT-аутсорсинг).

Производственный аутсорсинг затрагивает, в первую очередь, вспомогательное производство, которое обеспечивает основное производство технологическим оснащением, транспортом, электроэнергией, а также включает ремонт оборудования, изготовление вспомогательных продуктов. Передав функции вспомогательного производства на аутсорсинг, сократив соответствующие подразделения, организация высвобождает свои ресурсы и может глубже специализироваться на основной своей деятельности. Это в свою очередь приводит к развитию таких стратегически важных направлений, как научно-исследовательская деятельность, развитие интеллектуального капитала организации, и существенно сокращает расходы [1, с. 319].

Выделение отдельного направления IT-аутсорсинга связано с возрастающей ролью информационных технологий в осуществлении деятельности организаций и с многообразием IT-услуг. IT-аутсорсинг позволяет сконцентрировать ресурсы компании на профильном виде деятельности и за счет этого добиваться конкурентных преимуществ.

К применению IT-аутсорсинга крупный бизнес побуждает недостаточная экспертиза в области инфор-

мационных технологий, нехватка и недостаточная квалификация IT-персонала, отсутствие в своем арсенале передовых технологий, доступных внешним компаниям. IT-аутсорсинг оформляется долгосрочными контрактами, которые делятся от одного года до 10 лет.

Компания IDC, являясь ведущим поставщиком услуг в сфере информационных технологий, телекоммуникаций и потребительской техники, дает наиболее точное и полное описание сегментов рынка IT-услуг. Методика этой классификации уже в течение нескольких десятилетий оттачивается по всему миру. Согласно данной классификации к аутсорсингу IT-услуг относятся: аутсорсинг управления приложениями, аутсорсинг информационных систем, аутсорсинг обслуживания компьютеров и сетевого оборудования, хостинг обслуживания и администрирования программного обеспечения, хостинг инфраструктурных услуг [2, с. 126].

В зависимости от способа организации деятельности между компанией-заказчиком и исполнителем выделяют внешний и внутренний аутсорсинг. С применением внешнего аутсорсинга, выполнение выделенных функций передается внешнему исполнителю, при этом происходит сокращение доли компании в стоимости готового продукта, а также снижение уровня налоговой нагрузки. Внутренний аутсорсинг представляет собой перераспределение бизнес-функций внутри предприятия с сохранением контроля над качеством выполнения работ.

Для эффективного использования собственных ресурсов, а также разделения ответственности и рисков между заказчиком и исполнителем можно применять частичный и полный аутсорсинг. Для частичного аутсорсинга (или выборочного) характерна передача определенных выделенных функций или частей бизнес-процессов компании. При этом организация-клиент сохраняет свое влияние на планирование, управление и контроль, а также получает доступ к передовым технологиям. Полный аутсорсинг представляет собой передачу отдельных функций целиком и видов производственной деятельности, управления ими, а также возложение полной ответственности за их выполнение.

В соответствии с критерием значимости выделенных бизнес-процессов, можно выделить аутсорсинг основных функций и вспомогательных функций. К аутсорсингу вспомогательных функций относятся бизнес-процессы, которые не оказывают прямого воздействия на формирование и объем выручки предприятия, такие как уборка помещения, охранные и юридические услуги. А бизнес-процессы, оказывающие непосредственное влияние на выручку предприятия, следует рассматривать как аутсорсинг основных функций. К ним, в первую очередь, относятся заготовительные и производственные бизнес-процессы на предприятии.

Информационные технологии могут служить для компании, как в качестве основных функций, так и в роли вспомогательных, в зависимости от специализации предприятия и рода деятельности. Например, для ин-

тернет-магазина или для компании, предоставляющей мобильную связь и доступ в Интернет, от работоспособности и производительности программного обеспечения будет напрямую зависеть качество предоставляемых компаний услуг и количество клиентов. В тоже время, сопровождение программного обеспечения для бухгалтерии или для электронного документооборота, хоть и относится также к IT-аутсорсингу, в данном случае не будут являться для предприятия основным бизнес-процессом, поскольку эти функции не оказывают прямого воздействия на формирование выручки предприятия.

Несмотря на то, что российское законодательство не предусматривает наличие такого понятия как «аутсорсинг», заключение «контракта на аутсорсинг» не противоречит законодательству (п. 2 ст. 421 ГК РФ: «Стороны могут заключить договор, как предусмотренный, так и не предусмотренный законом или иными правовыми актами») [3].

Примером сложившихся взаимовыгодных отношений между аутсорсером и клиентом в России могут служить связи ПАО «ГАЗПРОМ» с ООО «БУРНЕФТЬ», ПАО «КАМАЗ» с производителями комплектующих, АО «ТАНДЕР» с рекламными агентствами и монтажными организациями торгового оборудования и др.

В настоящее время в России наблюдается тенденция к использованию принципов и технологии аутсорсинга, не только в деятельности частных компаний, но и в деятельности государства. Эффективность деятельности организации, в том числе и государственной, определяется эффективностью управления. У государственной власти имеется в наличии значительное число избыточных и неэффективно реализуемых полномочий, что снижает качество принимаемых решений. Применение аутсорсинга в государственном секторе получило распространение не только в России, но и в ряде других зарубежных стран, особенно широко эта технология менеджмента применяется в США и Великобритании.

В России порядок передачи на аутсорсинг функций предприятий государственного сектора определяется Федеральным законом №94-ФЗ «О размещении заказов на поставки товаров, выполнение работ, оказание услуг для государственных и муниципальных нужд», в котором в роли компании-аутсорсера выступает специализированная организация [4]. Однако в настоящее время еще не разработаны методы и критерии оценки эффективности передачи на аутсорсинг процессов в органах государственной власти.

Полномасштабно аутсорсинг в России еще не используется, но по сравнению с 2015 годом в 2016 году произошло усиление спроса на услуги сторонних квалифицированных специалистов. Рост числа контрактов с российскими специалистами неуклонно идет вверх. Объемы аутсорсинга в сфере IT выросли на 25%, а в сфере бухгалтерского обслуживания от 5% до 15%. В 2016 году, как никогда ранее, востребованы аутсорсерские компании с хорошим портфолио, так как всё большее

количество различных бизнес-процессов стараются перевести под присмотр специалистов узкого профиля.

Самой главной же проблемой аутсорсинга в России является, то, что деятельность аутсорсинговых компаний не регламентирована ни одним законом. В нормативных документах нет даже такого понятия. Это осложняет взаимодействие предпринимателей с аутсорсинговыми компаниями, отсюда и их боязнь доверять свои дела. Только в Налоговом кодексе говорится о том, что предприниматели для решения своих дел могут нанимать сторонние организации. Поэтому очень часто владельцы малого или

среднего бизнеса нанимают бухгалтера на удаленном доступе. С ним составляется срочный трудовой договор или договор найма, вся деятельность законодательно закреплена и опасаться нечего.

Несмотря на все проблемы, перспективы развития аутсорсинга бухгалтерского учета достаточно высоки. Спрос на эти услуги на рынке бизнеса постоянно растет. Успешно зарекомендовала себя на рынке этих услуг компания «Триумфо», которая оказывает все виды бухгалтерских услуг, полностью ведет бухгалтерскую отчетность и эффективно справляется с проблемами аутсорсинга в России.

Литература:

1. Аникин, Б. А. Аутсорсинг и аутстаффинг высокие технологии менеджмента: учебное пособие — М.: Инфра-М, 2011. — 319с.
2. Садов, Д. В. Аутсорсинг проектного офиса в государственных программах внедрения информационных систем: функциональный аспект / Садов Д. В., Ципес Г. Л., Товб А. С. // Управление проектами и программами. — 2012 — № 94 — С. 51.
3. Гражданский кодекс Российской Федерации от от 30.11.1994 N51-ФЗ (ред. от 09.03.2016) // Собрание законодательства РФ, 13.01.1997, п. 2 ст. 421.
4. Федеральный закон «О размещении заказов на поставки товаров, выполнение работ, оказание услуг для государственных и муниципальных нужд» от 21 июля 2005 г. N94-ФЗ.
5. Баклаева, Н. М. Финансовый менеджмент: Учебное пособие — Пятигорск: РИА-КМВ, 2016. — 260с.
6. Шадрин, В. Г. Аутсорсинг: управление процессами и формирование регионального аутсорсингового центра — М., 2014. — 244с.

Основные элементы стратегии позиционирования БАД на фармацевтическом рынке Российской Федерации

Сенина Мария Владимировна, магистрант;
Москвичева Мария Александровна, магистрант
Волгоградский государственный технический университет

В статье рассмотрены основные элементы стратегии позиционирования БАДов на фармацевтическом рынке Российской Федерации, а также сделаны выводы об общем уровне развития сегмента БАДов. Выявлено, что в соответствии с классическими представлениями, на фармацевтическом рынке процесс позиционирования представляет собой определение места биологически активных добавок по отношению к товарам конкурентов в сознании потребителей.

Ключевые слова: фармацевтический рынок, биологически активные добавки, сегменты фармацевтического рынка, стратегии позиционирования

В соответствии с классическими представлениями, на фармацевтическом рынке процесс позиционирования представляет собой определение места биологически активных добавок по отношению к товарам конкурентов в сознании потребителей [2], [6]. Позиционирование включает в себя основные элементы, такие как: а) польза для потребителя, которая связана с эмоциональной причиной для приобретения БАДа конкретного производителя; б) охват целевого сегмента фармацевтического рынка; в) конкурентная среда, к которой относят

тех производителей БАДов, которые стремятся выйти на ваш целевой рынок.

Во-первых, позиционирование относится в большей степени к долгосрочной стратегии, чем к краткосрочной тактике [14], [15]. Долгосрочная стратегия предполагает в себе качественное определенно направленное развитие организации, как во внутренней среде организации, так и во внешней, в том числе продвижение товара на рынке [5], [7]. В том случае, если производитель БАДов будет осуществлять краткосрочную стратегию позици-

онирования на фармацевтическом рынке [4], [8], то подобная стратегия окажется провальной. Для создания позиции на фармацевтическом рынке необходимо время [3]. Позиции предлагают средства и конкурентные преимущества. Применение рекламных коммуникаций [1], предполагает усиление конкурентных преимуществ, формируемых за счет позиционирования. Те позиции, которые будут хорошо разработаны — будут успешны, устойчивы и приспособлены к будущему развитию, а также защищены.

Во-вторых, позиционирование базируется на получаемой выгоде для потребителя. Сильные позиции показывают потребителю выгоду для него — указывая на особенности товара (например, низкие затраты на производительность, следовательно низкая цена для потребителя). Эффективные позиции явно показывают потребителю на «выгоду» товаров организации. Каждая организация находит «свою выгоду» для покупателя. Например, витамины «Компливит» побеждают на фармацевтическом рынке в ценовой конкуренции. Буквально

недавно компания «Фармамед» зашла на рынок с препаратом «Бак-чет бейби» и особенностью для покупателя является то, что это «Английский мульти-пробиотик нового поколения для детей С РОЖДЕНИЯ». Ни один БАД или лекарственное средство на фармацевтическом рынке Российской Федерации еще не позиционировал себя подобным образом как «Мульти-пробиотик»

В-третьих, позиционирование осуществляется в сознании потребителей. Позиционирование может строиться на общих ценностях для потребителя и стереотипах потребителя. В основе позиционирования могут также лежать эмоциональные ценности, а не рациональные [11], [12]. К таким относятся некие ощущения и эмоции связанные с использованием продукта/бренда — это эмоциональное позиционирование. Очень актуальна позиция, основанная на рациональном подходе [9], [10], в настоящее время это актуально для многих категорий, в особенности это касается финансов. Организация может сделать акцент на страну производителя, это может стать главным аспектом позиционирования.

Таблица 1. Стратегии позиционирования биологически активных добавок на фармацевтическом рынке Российской Федерации

Название стратегии	Содержание стратегии
Позиционная оборона	Предприятие, выбравшее путь позиционной обороны, проводит политику укрепления позиций товара: усиленная реклама, гибкая ценовая политика, защита качества и том подобное. Специалисты не считают такие методы лучшим решением, потому что в условиях динамичного рынка любой продукт рано или поздно выйдет из моды, устареет или будет заменен более удачным аналогом. В настоящее время компания «Санофи» проводит политику снижения цен на наиболее популярные препараты принадлежащие этой фирмы (например «Эссенцеале форте 100 капсул». Конкурирующие фирмы «Сандоз» и «Штада» имеющие на рынке препараты направленные на нормализацию микрофлоры кишечника так же снижают цены в условиях конкуренции и проводят усиленную рекламу на центральном телевидении.
Фланговая оборона	Выбирая метод фланговой оборонительной стратегии, предприятие делает все для защиты уязвимых мест самого предприятия на рынке.
Упреждающая оборона	Это агрессивный метод обороны, потому что в этом случае предприятие не ждет каких-либо действий от конкурентов, а само идет на опережение событий. Такие агрессивные методы на фармацевтическом рынке БАДов России не встречаются.
Контратака	Ответные действия на маневры конкурентов.
Мобильная защита	Делает все, чтобы не оставить конкурентам возможности захватить смежные области и часть потребительской аудитории Так же сюда относятся ребрендинг и переориентация. К такой защите вполне можно отнести препараты принадлежащие компании «Эвалар». Лекарственные средства и Бады компании «Эвалар» занимают значительное место в «шкафчике» аптеки, и о них можно смело сказать что в какую сторону не склонялась бы ваше заболевание без особых усилий мы можем найти препарат подходящий под описание от компании «Эвалар». Кстати, к такой же продукции относится и продукция «допельгерц».
Нападение	Предприятие задает на рынке темп и масштабы внедрения новинок: появление продукта на рынке, пути сбыта, новые образцы и разработки, новые технологии.
Сжимающаяся оборона	Освободить конкурентам наименее перспективные участки, а сэкономленные таким образом средства направить в другое русло.

На фармацевтическом рынке Российской Федерации выделяются три группы стратегий позиционирования биологически активных добавок:

1. Наступательная (стратегия прорыва). Наступательная стратегия предполагает планирование и управление ассортиментом биологически активных добавок. При этом увеличивается доля на целевом сегменте, усиливаются позиции на фармацевтическом рынке, увеличиваются издержки и маркетинг.

2. Оборонительная (стратегия выживания). Базируется на том, что БАДы, выставяемые как дорогие и качественные, защищаются от ценовой политики конкуренции более дешевыми, предназначенными для покупателей, спрос которых эластичен по ценам. Эту политику выбирают компании с удовлетворительной рыночной позицией и недостатком финансовых возможностей для активного наступления.

3. Стратегия сокращения и смены вида бизнеса. Такая стратегия предполагает проведение мероприятий, направленных на оздоровление финансового положения предприятия. Эта стратегия используется при необходимости повышения эффективности во время спадов и кардинальных изменений в экономике.

В результате проведенного анализа фармацевтического рынка Российской Федерации авторами статьи были выделены стратегии позиционирования биологически активных добавок (таблица 1), и определено содержание этих стратегий.

Таким образом, в результате изучения основных элементов стратегии позиционирования БАДов на фармацевтическом рынке Российской Федерации, авторами статьи были проанализированы стратегии позиционной обороны, фланговой обороны, упреждающей обороны, контратаки, мобильной защиты, нападения и сжимающейся обороны. На основе проведенного анализа было раскрыто содержание указанных стратегий и приведены примеры применения в практике позиционирования производителями БАДов на фармацевтическом рынке Российской Федерации. Выявлено, что позиционирование в целевом сегменте на фармацевтическом рынке Российской Федерации связано с выделением отличительных преимуществ БАДов, удовлетворением специфических потребностей покупателей, а также с формированием имиджа биологически активной добавки или компании-производителя в целом.

Литература:

1. Дубова, Ю.И. Тенденции и перспективы развития современного рекламного рынка в России: монография [Текст] / Ю.И. Дубова, А.В. Евстратов, А.Ю. Заруднева; ВолгГТУ. — Волгоград, 2015. — 96 с.
2. Евстратов, А.В. Основные направления и формы организации маркетинговой деятельности на региональном фармацевтическом рынке: диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук: 08.00.05 [Текст] / А.В. Евстратов. — Волгоград, 2005.
3. Евстратов, А.В. Основные направления деятельности субъектов фармацевтического рынка Российской Федерации [Текст] / А.В. Евстратов, В.С. Игнатъева // Экономика: теория и практика. — 2016. — № 1 (41). — С. 35–40.
4. Евстратов, А.В. Основные направления процесса импортозамещения на фармацевтическом рынке Российской Федерации [Текст] / А.В. Евстратов, Г.А. Рябова // Вестник Самарского государственного экономического университета. — 2016. — № 1 (135). — С. 49–54.
5. Евстратов, А.В. Ретроспективный анализ процессов слияний и поглощений на мировом фармацевтическом рынке [Текст] / А.В. Евстратов, В.С. Игнатъева // Вестник Самарского государственного экономического университета. — 2016. — № 11 (145). — С. 24–31.
6. Евстратов, А.В. Стратегический маркетинг: учебное пособие [Текст] / Евстратов А.В., Абрамов С.А.; Волгоградский государственный технический университет. — Волгоград, 2010. — 85 с.
7. Евстратов, А.В. Исследование процессов слияний и поглощений компаний на мировом фармацевтическом рынке [Текст] / А.В. Евстратов // Вестник Самарского государственного экономического университета. — 2016. — № 3 (137). — С. 32–37.
8. Евстратов, А.В. Процесс импортозамещения на фармацевтическом рынке РФ: возможности и перспектива [Текст] / А.В. Евстратов, Г.А. Рябова // Известия Волгоградского государственного технического университета. — 2016. — № 1 (180). — С. 64–69.
9. Кунев, С.В. Проблемы и пути развития российской фармацевтической отрасли в условиях внешнеэкономических ограничений [Текст] / С.В. Кунев, Л.В. Кунева // Современные проблемы науки и образования. — 2014. — № 6. — Режим доступа: <http://www.science-education.ru/ru/article/view?id=15317>.
10. Кунев, С.В. Формирование инвестиционной привлекательности фармацевтического производителя на основе инструментов маркетинга: системный подход [Текст] / С.В. Кунев, Л.В. Кунева // Современные проблемы науки и образования. — 2015. — № 1–1. — Режим доступа: <http://www.science-education.ru/ru/article/view?id=17205>.
11. Матвеева, О.П. Управление ассортиментом товаров аптечной организации: маркетинговый аспект: монография [Текст] / О.П. Матвеева, С.Ю. Шлячкова. — Белгород: Кооперативное образование. — 2007. — 211 с.

12. Матвеева, О.П. Управление ассортиментом товаров аптечных организаций: теоретический аспект [Текст] / О.П. Матвеева, С.Ю. Шлячкова // Вестник Белгородского университета потребительской кооперации. — 2007. — № 2. — С. 68–81.
13. Пушкарев, О.Н. Оптимизация структуры аптечной сети [Текст] / О.Н. Пушкарев, А.В. Евстратов // Вестник экономики, права и социологии. — 2016. — № 1. — С. 62–66.
14. Чебыкина, М.В. Конкурентная стратегия: этапы разработки, принципы формирования / М.В. Чебыкина // Современная наука: актуальные проблемы теории и практики. Серия: гуманитарные науки. — 2013. — № 9–10. — С. 78–79.
15. Чебыкина, М.В. Анализ современной модели конкуренции / М.В. Чебыкина // Известия высших учебных заведений. — 2013. — № 2 (16). — С. 90–94.

Юридическое оформление процесса приобретения запасов как один из аспектов аудита материально-производственных запасов

Скоробогатова Виктория Викторовна, кандидат экономических наук, доцент;
Дубинина Анна Владимировна, магистрант
Керченский государственный морской технологический университет (Республика Крым)

В современных условиях в РФ институт договорного права предусматривает два вида договоров, используемых для юридического оформления процесса приобретения: договор купли-продажи и договор поставки как его разновидность. Регулирование отношений, возникающих в процессе приобретения запасов, в РФ является достаточно специфическим. Выбирая тот или иной вид договора из указанных выше, предприятие должно учитывать сферу отношений, для регулирования которых планируется применять договор поставки и (или) договор купли-продажи.

В соответствии со ст. 454 Гражданского кодекса РФ, по договору купли-продажи одна сторона (продавец) передает или обязуется передать имущество (товар) в собственность другой стороне (покупателю), а покупатель принимает или обязуется принять имущество (товар) и уплатить за него определенную денежную сумму (цену). А ст. 506 Гражданского кодекса определяет, что по договору поставки поставщик-продавец, осуществляющий предпринимательскую деятельность, обязуется передать в обусловленный срок или сроки производимые или закупаемые им товары покупателю для использования в предпринимательской деятельности или в иных целях, не связанных с личным, семейным, домашним и иным подобным использованием.

Как видно из вышеизложенного, указанные определения нельзя считать абсолютно тождественными, учитывая следующее:

1) договор купли-продажи является реальным и предполагает переход права собственности на имущество в момент оплаты. Цена является фиксированной для всех покупателей, только если применительно к конкретной сделке не используются особые условия;

2) договор поставки — это обязательство о предоставлении имущества в указанный срок, который не со-

впадает с моментом заключения соглашения. По договору поставки не могут передаваться права на имущество, валюту, ценные бумаги, объекты недвижимости.

Также основные отличия договора поставки от договора купли-продажи заключаются в том, что поставщиком и покупателем по договору поставки могут быть только лица, ведущие предпринимательскую деятельность. Принципиальной является цель использования товара. По договору поставки он передается для хозяйственно-экономической деятельности. Оплата может быть произведена как при получении товара, так и, в соответствии с соглашением, по мере его реализации.

Кроме того, существуют значительные различия в таких категориях, как:

1) субъекты — в качестве продавца в договоре поставки может выступать только лицо, ведущее предпринимательскую деятельность;

2) оплата — договор купли-продажи предполагает передачу денежных средств в момент его заключения, а по договору поставки оплата может осуществляться по мере реализации товара;

3) цель использования — договор купли-продажи тех или иных объектов предполагает их использование в целях, не связанных с предпринимательскими. Договор поставки, напротив, обязывает покупателя приобретать товары в любых целях, за исключением семейного, личного, домашнего использования. Срок передачи товаров, время заключения договора поставки и его реальное исполнение никогда не совпадают.

Однако существует ряд категорий, присущих договору купли-продажи и договору поставки, которые подтверждают, что договор поставки является разновидностью договора купли-продажи.

Особое внимание следует обратить на фиксирование в договоре условий поставки, а именно: предмет, коли-

чество, ассортимент поставки; сроки и порядок поставки; качество поставляемых товаров; гарантии качества товаров и претензии в связи с недостатками поставленных товаров; комплектность поставляемых товаров. Рассмотрим перечисленные категории подробнее.

1) Предмет, количество и ассортимент поставки.

Предметом договора поставки могут быть продукция и изделия, объединенные как родовыми признаками (в таком случае их наименование должно быть указано в стандартах, технических условиях, документации к образцам (эталонам), прейскурантах или товароведных справочниках), так и индивидуальными признаками. Также существует специфическое требование законодательства относительно формулировки условия о количестве товаров и их ассортименте. Так, общее количество товаров, подлежащих поставке, их долевое соотношение (ассортимент, сортамент, номенклатура) по сортам, группам, подгруппам, видам, маркам, типам, размерам должны быть указаны в спецификации, которая является неотъемлемой частью договора поставки и договора купли-продажи.

Таким образом, исследуя предмет договора, аудитору следует обратить внимание на норму ГК РФ, которой предусмотрено, что предметом договора купли-продажи могут быть не только имеющиеся у подателя на момент заключения договора ценности, но также и ценности, которые будут созданы или приобретены продавцом в будущем.

В процессе аудита также следует учитывать косвенные ограничения относительно предмета договора купли-продажи, а именно перечень видов имущества, которое не может находиться в собственности граждан, общественных объединений, международных организаций и юридических лиц других государств на территории РФ.

2) Сроки и порядок поставки.

Допустимо заключение договора купли-продажи по приглашению сторон на любой срок (как краткосрочных, так и долгосрочных договоров). В то же время договор поставки будет считаться заключенным на один год, при условии, что в нем срок действия сторонами не определен.

Особое внимание аудитору следует обратить на ситуации, когда субъектами хозяйствования заключен долгосрочный договор поставки, однако количество поставки определено на период, меньший срока действия договора (например, на год или квартал). В таком случае обязательным условием договора поставки является порядок сроков поставки на следующие периоды до момента окончания срока действия договора. Если же такое условие отсутствует, то договор будет считаться заключенным на один год.

Если договором предусмотрена поставка товаров отдельными партиями, то по общему правилу периодом поставки продукции производственно-технического назначения является квартал, а изделий народного потребления — месяц.

Стороны имеют право отдельно прописать в договоре порядок поставки количества товаров, недополученных покупателем в установленный срок.

Условие договора, устанавливающее срок поставки, имеет исключительное значение, поскольку от правильности его формулировки, а значит, и толкования сторонами в дальнейшем будет зависеть правильность расчета срока исковой давности по договору.

Нарушение условия договора о сроке исполнения обязательств является основанием для инициирования покупателем применения штрафа, если он предусмотрен договором, а в случае, если одна из сторон договора является субъектом хозяйствования и относится к государственному сектору экономики, или нарушение связано с выполнением государственного контракта, или выполнение обязательства финансируется за счет государственного бюджета, то за нарушение сроков выполнения обязательства взимается пеня.

Качество поставляемых товаров должно соответствовать стандартам, техническим условиям, другой технической документации, устанавливающей требования по качеству. Причем сторонам договора поставки предоставлено право по взаимному согласию устанавливать в договоре более высокие требования к качеству товаров.

В тексте договора обязательно должны содержаться ссылки на номера и индексы документов о качестве. При невозможности получения документации по качеству товаров по договору поставки из общедоступных источников, ее копии, по требованию покупателя, должны предоставляться ему поставщиком вместе с экземпляром договора.

Обязанность удостоверения качества товаров возлагается на поставщика товаров по общему правилу, и может быть реализована путем направления вместе с товарами товаросопроводительного документа, удостоверяющего качество товаров. Нарушение поставщиком условия договора поставки по качеству товаров (поставка товаров более низкого качества, чем это предусмотрено договором) является основанием для отказа покупателя принимать и оплачивать товар.

Если устранение недостатков, связанных с поставкой товаров, возможно без возврата их поставщику, то покупатель наделен правом требования устранения недостатков поставщиком товаров в месте их нахождения. Если покупатель устраняет указанные недостатки собственными силами, то он имеет право требовать с поставщика возмещения расходов, понесенных для устранения недостатков.

3) Гарантии качества товаров. Претензии в связи с недостатками поставленных товаров.

Если недостатки поставленных товаров не могут быть обнаружены покупателем во время процедуры их обычного приема, то в процессе аудита следует учитывать специальные нормы действующего законодательства относительно сроков и порядка установления покупателем недостатков и выставления претензий.

Если в течение гарантийного срока обнаружены дефекты изделия, то они должны быть устранены поставщиком (производителем) за его счет, или же дефектные

товары подлежат замене. В случае доказательства поставщиком, что дефекты товара возникли вследствие нарушения покупателем (потребителем) правил эксплуатации или хранения изделия, первый освобождается от обязанности устранения недостатков товара. Размер штрафа за поставку изделий ненадлежащего качества аналогичный размеру штрафа за несоблюдение условия договора о комплектности товаров.

По договоренности сторон допустимо предусмотреть в условиях договора поставку с дополнительными к комплекту изделиями (частями) или без отдельных, не нужных покупателю, изделий (частей), входящих в комплект. При отсутствии норм по комплектности товаров в стандартах, технических условиях или прейскурантах, соответствующая норма определяется сторонами в договоре. В случае поставки некомплектных товаров на поставщика (производителя) возлагается обязанность доукомплектовать их в течение двадцати дней после получения требования от покупателя либо заменить их комплектными изделиями.

Аудитору стоит обратить внимание, что допустимым является изменение срока доукомплектования товаров по соглашению сторон договора с соответствующим указанием в тексте договора. В то же время покупатель может отказаться от оплаты поставленных неукомплектованных изделий до момента их доукомплектования, что не может трактоваться как нарушение покупателем условий договора поставки.

Нарушение условий договора поставки по комплектности товаров является основанием для инициирования покупателем применения штрафа, при условии, что в условиях договора определен его размер.

На основе анализа экономико-правовой сущности договора купли-продажи и договора поставки представляется возможным выделить совокупность хозяйственных

операций и фактов хозяйственной жизни субъекта хозяйствования (покупателя), составляющих процесс приобретения запасов по договорам купли-продажи:

- ведение переговоров, подготовка проекта договора и его заключение;
- транспортировка запасов до склада покупателя;
- оплата стоимости приобретаемых запасов;
- оприходование запасов, фиксирование должным образом неполной и некачественной поставки;
- определение размера убытков, причиненных действиями или бездействием поставщика, и ведение претензионно-исковой работы по их взысканию.

Исходя из указанного выше, аудитору следует изучить договор купли-продажи и его выполнение с учетом наличия двух групп условий: существенных условий договора купли-продажи, то есть тех, которые считаются существенными согласно законодательству (предмет, цена, срок действия договора), а также специальных условий, по которым договорились стороны договора купли-продажи.

Если перечисленные условия не учтены, то это может привести к неправильному формированию первоначальной стоимости приобретаемых запасов, некорректному определению момента их оприходования на баланс предприятия или учета на забалансовых счетах, неправильному документальному оформлению таких операций.

Таким образом, знание нормативных требований к качеству товаров и специфики выставления претензий по поставленным товарам ненадлежащего качества дает аудитору возможность оценить действия покупателя в процессе приобретения запасов по договору их поставки.

На основании вышеизложенного можно утверждать, что при аудите операций по приобретению запасов тщательное внимание аудитора должно быть уделено проверке содержания договора купли-продажи и договора поставки.

Литература:

1. Гражданский кодекс Российской Федерации, утв. Федеральным законом от 30.11.1994 № 51-ФЗ (ред. от 03.07.2016).
2. Налоговый кодекс Российской Федерации, ч. 1, утв. Федеральным законом от 31.07.1998 № 146-ФЗ; ч. 2, утв. Федеральным законом от 05.08.2000 № 117-ФЗ (ред. от 03.07.2016).

Обзор торгового сотрудничества России и Бразилии в аграрном секторе

Соболь Михаил Сергеевич, магистрант;
Быкова Анастасия Викторовна, магистрант
Санкт-Петербургский государственный экономический университет

Современное торгово-экономическое взаимодействие развивающихся стран в области сельского хозяйства выходит на новый уровень развития. С учётом текущего экономического кризиса в ценах на сырьё и производные товары, а также воздействия западных санкций на российскую

экономику, происходит усиление экспортно-импортных операций Российской Федерации и Бразилии в рамках торгового партнёрства. Особенное внимание следует уделить торговле мясом, субпродуктами и молочной продукцией, а также сахаром, кофе, чаем и пищевыми добавками.

Целью данного исследования является оценка значимости торгового сотрудничества России и Бразилии в сельскохозяйственном секторе для обеих стран. Задачами данного исследования являются:

1. Исследование динамической структуры и долевого соотношения экспортоориентированных отраслей двустороннего взаимодействия в аграрном секторе;

2. Построение матрицы SWOT-анализа с целью обобщения данных, которые были получены в результате проведённого исследования.

Сельское хозяйство играет важную роль в развитии экономик России и Бразилии. В 2015 году доля сельского хозяйства составила 4,6% ВВП России и 5,9% ВВП Бразилии, при этом занятость населения в сельском хозяйстве — 9,4% в России и 15,7% в Бразилии. [1]

Несмотря на динамичный рост внешнеторгового оборота, вес российской и бразильской продукции как в экспорте, так и в импорте указанных стран незначителен — оставаясь для Бразилии рынком сбыта для сельскохозяйственной и продовольственной продукции, Россия поставляет туда минеральные удобрения и химикаты, то есть товары с низкой степенью переработки.

По результатам первичного анализа данных торговой статистики относительно российского экспорта в Бразилию за период с III квартала 2011 года по II–III квартал 2016 года были получены следующие результаты, которые представлены на рис 1.

Согласно представленным на рис. 1 данным, свыше 80% российского экспорта в Бразилию приходится на удобрения. Следует отметить сезонность спроса — наибольший объём поставок до введения санкций против России приходился на III–IX кварталы года, но в 2014 году рост экспорта, в т.ч. удобрений наблюдается с начала года. Это можно объяснить тем, что Россия, являясь крупнейшим в мире экспортёром минеральных удо-

брений, осуществляла поиск новых рынков сбыта для продукции и наращивание объёмов торговли с существующими торговыми партнёрами.

По результатам данного анализа стоит уточнить следующие позиции номенклатуры торговых поставок удобрений в Бразилию. Их распределение представлено на рис. 2.

Во 2-м квартале 2014 года половину (48%) объёма экспорта удобрений из России в Бразилию составляли «смешанные» удобрения, содержащие два или три питательных элемента (азот, фосфор или калий), в то время как на азотные удобрения приходилось 17% экспорта, а на калийные — 35%. Ко 2-му кварталу 2016 года доля калийных удобрений в российском экспорте удобрений в Бразилию не изменилась и составила 18%, в то время как доля «смешанных» и азотных удобрений оказалось примерно одинаковой (40 и 42% соответственно). [3]

По результатам данного распределения можно сделать вывод, что основное взаимодействия с точки зрения Российской Федерации и Бразилии заключается в том, что наше государство поставляет товары химической промышленности для удобрения земли и производство продукции аграрного сектора. Следовательно, для дополнительного анализа была составлена матрица McKinsey.

Однако оценка значимости сотрудничества для двух стран не ограничивается рассмотрением поставок только одного государства. Логично исследовать и то, что и в каком объёме поставляет в Россию Бразилия с точки зрения аграрного сектора (сельского хозяйства). Для данного анализа необходимо рассмотреть рис. 3.

Статистические данные, представленные на рис. 3, подтверждают тезис о том, что Россия является рынком сбыта для бразильской сельскохозяйственной продукции — её доля в общем объёме экспорта в Россию в рассматриваемом периоде превышает 90%. Россия зна-

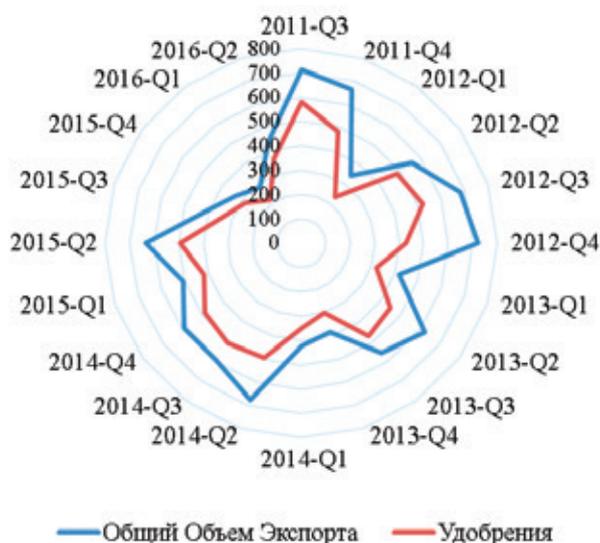


Рис. 1. Динамика доли экспорта российских удобрений в Бразилию от общего экспорта России в Бразилию, 2011–2016 гг.,% [2]



Рис. 2. Распределение товарной номенклатуры российского экспорта в Бразилию, 2 квартал 2016 г.,% [2]

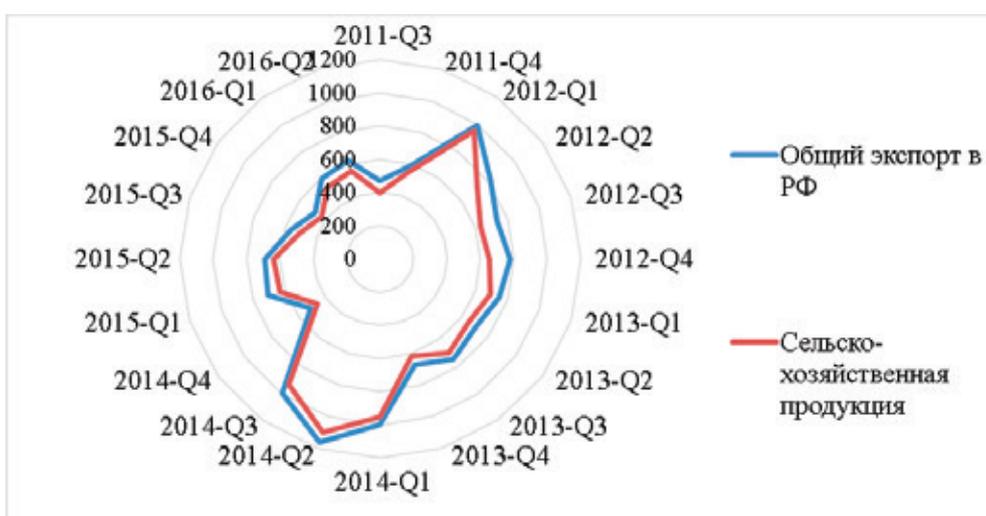


Рис. 3. Доля аграрной продукции в общем экспорте Бразилии в РФ, 2011–2016 г.,% [2]

чительно нарастила экспорт с/х продукции во время действия санкций и введения продовольственного эмбарго в отношении некоторых стран.

Если рассматривать с точки зрения долевого соотношения продукции сельского хозяйства, то наиболее востребованные для России бразильские продукты представлены на рис. 4.

Сравнивая распределение товарной номенклатуры бразильского экспорта в динамике, стоит сказать, что за 2 года доля экспортируемой мясной продукции значительно сократилась, что связано, прежде всего, со снижением покупательной способности населения и ёмкости рынка, с девальвацией рубля, а также с ужесточением фитосанитарных требований. Рост доли масленичных

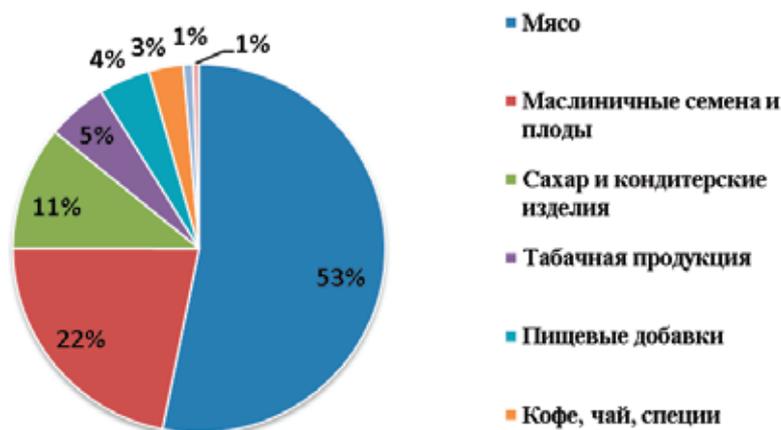


Рис. 4. Распределение товарной номенклатуры бразильского экспорта в РФ, 3 квартал 2016 г.,% [2]

Таблица 1. **Обобщение результатов исследования в виде SWOT-анализа возможностей и угроз при экспорте сельскохозяйственной продукции Бразилии в Россию**

		Сильные стороны	Слабые стороны
		развитость аграрного сектора; большие посевные площади; наличие современной техники и научных исследований в области сельского хозяйства; высокое качество сельскохозяйственной продукции, племенной крупный рогатый скот.	географическая удалённость от рынка сбыта; высокие транспортные тарифы и тарифные барьеры в России; высокая конкуренция; строгие требования фитосанитарных норм в России.
Возможности	потребность России в наращивании экспорта сельскохозяйственной продукции, в т.ч. из-за введения санкций и продуктового эмбарго в отношении некоторых стран; расширение сотрудничества в рамках БРИКС.	Стратегия при сопоставлении Сильных сторон и Возможностей Реализация совместных проектов в области сельского хозяйства.	Стратегия при сопоставлении Слабых сторон и Возможностей Создание совместных предприятий; Заключение торговых соглашений и развитие сотрудничества в рамках БРИКС.
Угрозы	зависимость от третьих стран при транспортировке продукции в Россию; действие в России программы импортозамещения; падение покупательной способности населения; снижение цен на некоторые виды с/х продукции.	Стратегия при сопоставлении Сильных сторон и Угроз Увеличение поставок с/х продукции, вес которой в общем импорте России из Бразилии значителен (например, говядины).	Стратегия при сопоставлении Слабых сторон и Угроз Увеличение поставок с/х продукции, производство которой невозможно в России из-за сложных климатических условий.

семян и плодов в общем объёме экспорта до 22% связан с низкой урожайностью и с последствиями введения санкций и контрсанкций.

В качестве заключения мы предлагаем читателю ознакомиться с выводами по матрицам McKinsey и с табл. 1, в которой представлен SWOT анализ по проделанной работе.

Литература:

1. The World Factbook — Central Intelligence Agency [Электронный ресурс] URL: <https://www.cia.gov/index.html>
2. Trade statistics for international business development [Электронный ресурс] URL: www.trademap.org/
3. World Bank Data [Электронный ресурс] URL: <http://data.worldbank.org/>

Формирование организационной культуры в реализации стратегии компании

Столбова Дарья Владимировна, студент;
Щёткина Валерия Николаевна, студент
Нижегородский государственный университет имени Н. И. Лобачевского

Варцаба Францишек Николаевич, магистр
Национальный педагогический университет имени М. П. Драгоманова (г. Киев, Украина)

Организационная культура является конкурентным преимуществом компании и, находясь в соответствии со стратегией, способствует достижению максимальной эффективности предприятия. Для формирования организационной культуры важно подобрать оптимальную методiku диагностики и изучения взаимодействия культуры и стратегии, чтобы помочь компаниям достичь эффективности в этом аспекте. Адаптированная анкета OSAI используется в качестве основного инструмента для оценки организационной

культуры. В данной статье проведен анализ типичного представителя отрасли производства. Данная работа даст возможность увеличить количество исследуемых отраслей и сделать вывод о влиянии географии на формирование организационной культуры.

Ключевые слова: организационная культура, стратегия

В данной статье главная роль отводится рассмотрению такого вопроса, как является ли OSAI наиболее подходящим методом для диагностики организационной культуры в рамках ее корреляции со стратегией?

Организационная культура со стратегией может обеспечить устойчивое конкурентное преимущество компании. Стратегия определяет действия персонала формально, в то время как культура влияет на работников в неформальной обстановке. Эти аспекты, в сочетании друг с другом, могут максимально повысить эффективность достижения целей, поэтому важно раскрыть это взаимодействие и научиться управлять им.

Первым шагом в установлении соответствия является диагностика существующей культуры компании. Для

этого существуют многочисленные методы. Формирование организационной культуры включает в себя дизайн будущей культуры, учитывающий точку зрения персонала, что чрезвычайно важно включить в анализ, так как это напрямую влияет на ценности, нормы, их отношения и их восприятие организации.

Ученые определяют три группы методов [3, с. 47]: метафорические, целостные и количественные [2]. Метафорический метод включает в себя анализ документов, воплощенных в факторы организационной культуры, отчетов и кодов. Он не может обеспечить достаточное объяснение фактической культуры компании. Качественные методы основаны на наблюдении за деятельностью компании, известный пример которого является метод Шейна [14], что

Таблица 1. Анализ существующих методов диагностики организационной культуры

Наименование	Основное	Плюсы	Минусы	Примечание
Опросник Хофстеда [13]	влияние национальных аспектов	кросс-культурная оценка	глобальный характер	с видом на оценку будущей культуры
Опросник Тромпена-арса [13]				
Опросник (DOCS) Денисона [8]	влияние на эффективность компании	всесторонний анализ	отсутствие типологий, трудоёмкость	недооценка предпочтений сотрудников
Профиль организационной культуры (ОСР) О'Рэлли	изучение мнения сотрудников о значениях, 54 параметра	идентификация сильных и слабых сторон культуры компании, подлинность	отсутствие типологий	не предназначено для прогнозирования культуры
Опросник (ОСИ) Кука и Зумал [7]	определение типа культуры, 120 утверждений	исследование групповых и индивидуальных показателей, высокая статистическая достоверность	риск недопустимого ответа	анализ текущей культуры без моделирования желаемой культуры
Опросник Поста и Конинга	анализ существующей культуры, 97 вопросов	статистическая достоверность	ненадежность ответов	ориентация на существующую культуру, неудобство в развитии новой культуры
Опросник (ОС) Глэйзера	оценка удовлетворенности сотрудников в прошлом и настоящем, открытые вопросы	точность данных	низкий уровень репрезентативности	невозможность создания культуры отличной от прошлой
Опросник (ОСАИ) Кэмерона и Куинна [6]	оценка выравнивания двух профилей: настоящего и будущего	оценка отдельных элементов, возможность сравнения культур	Универсальность	в соответствии с условиями проекта
«Культурное поле» Солломанидина [4]	оценка текущей культуры с акцентом на удовлетворенность персонала	приспособленность для России, надежность	отсутствие типологий, трудоёмкость	оценка текущей культуры, без возможности формирования следующей культуры

требует больших затрат времени. Количественные методы используют опросники для оценки текущей культуры. Такие методы позволяют в короткие сроки получать результаты, иметь объективность сравнительных характеристик, следовательно, являются более подходящими для исследования среди остальных. Сравнение методик представлено ниже (таблица 1). Тем не менее, сочетание методов нескольких групп позволит всесторонне описать культуру.

В данной работе наиболее оптимальным методом анализа является OSAI, который за короткое время позволяет оценить текущую организационную культуру, выяснить предпочтения сотрудников, а также определить параметры культуры, которые имеют отношение к поддержке стратегии.

Этот метод предлагает четыре типа культуры. Клановая культура предполагает восприятие коллектива и организации как одной семьи, в то время как адхократическая культура является сторонником индивидуальности, изменений, инноваций и предпринимательства. Рыночная культура ориентирована на результат, а иерар-

хическая культура определяет стабильность и последовательность.

Эта методология должна быть адаптирована для России, так как может существовать проблема в интерпретации вопросов респондентами и полученных результатов.

Компания ОАО «ПРОМИС» — типография для фармацевтических компаний.

Компания активно занимается развитием персонала и в целях указывает необходимость повышения удовлетворённости внутреннего потребителя и улучшения командной работы. В связи с чем, предприятие заинтересовано в проведении диагностики культуры компании и выявление параметров требующих дальнейшего развития и изменения, учитывающие пожелания сотрудников.

Была проведена диагностика культуры посредством опросника OSAI адаптированным Дятловым А.Н. и Плотниковым М.В [1]. Полученные данные были усреднены и суммированы в соответствии с принадлежностью к каждому типу культуры (таблица 2)

Таблица 2. Организационная культура компании ОАО «ПРОМИС»

Тип культуры	Настоящая	Желаемая	Разница
Клановая	4,72	6,85	2,13
Адхократическая	5,39	6,54	1,15
Рыночная	4,1	4,29	0,19
Бюрократическая	5,67	6,22	0,55

Исходя из полученных данных (таблица 2) наблюдается изменение приоритетов. Больше внимание требует клановая и адхократическая культуры. Что выявляет потребность в более подробном изучении сложившейся и желаемой культуры.

В настоящее время, компании присущи все четыре типа культуры, находящиеся приблизительно в одном диапазоне больше 3, что говорит о принятии (или приверженности) ценностей компании и разделении их. Ярко выраженного доминирующего типа нет, как и слабовыраженного. Следует отметить, что наибольший из показателей имеет бюрократическая культура, что обусловлено строгим соблюдением процедур, регламентов, правил, внедренной системой качества и ориентацией компании на фармацевтическую отрасль с жёсткими требованиями по производству картонной упаковки и нанесению дизайна. Однако преобладание бюрократического типа культуры может негативно отразиться на функционировании предприятия, его гибкости и адаптивности. В настоящий момент между гибкостью и стабильностью наблюдается равенство, с небольшим перевесом в сторону гибкости, потому необходимо быть предельно осторожным в вопросах касающихся изменений, культуры и дальнейшего развития компании. Усиление бюрократизированности приведёт к тому, что жизненный цикл организации пойдёт на спад.

Показатель адхократической культуры позволяет судить о гибкости организации, что способствует адаптации компании к изменяющимся внешним и внутренним условиям и позволяет развиваться. Компания открыта для изменений, нововведений, освоиванию новых методов, технологий, оборудования. Руководство приветствует инициативность персонала и отражает в своих задачах реализацию лучших идей сотрудников.

Черты клановой культуры так же присущи компании. Это выражается в хороших отношениях с руководством, в оказание взаимовыручки, помощи, за которой персонал беспрепятственно может обратиться. Кроме этого в компании развита система обучения, что обеспечивает развитие персонала и говорит о наличии акцента в управлении на значимость сотрудников. Однако это используется не на полную мощность, поскольку у персонала существует потребность в увеличении общности и совместных интересов.

Менее всего выражена рыночная культура, что несмотря на существование высокой конкуренции является объяснимым благодаря выбранной стратегии компании. Она узконаправленна на определённый сегмент, что является её преимуществом и усиленно разрабатывает дополнительные услуги специфического характера, направленные на удержание старых клиентов и привлечения новых.

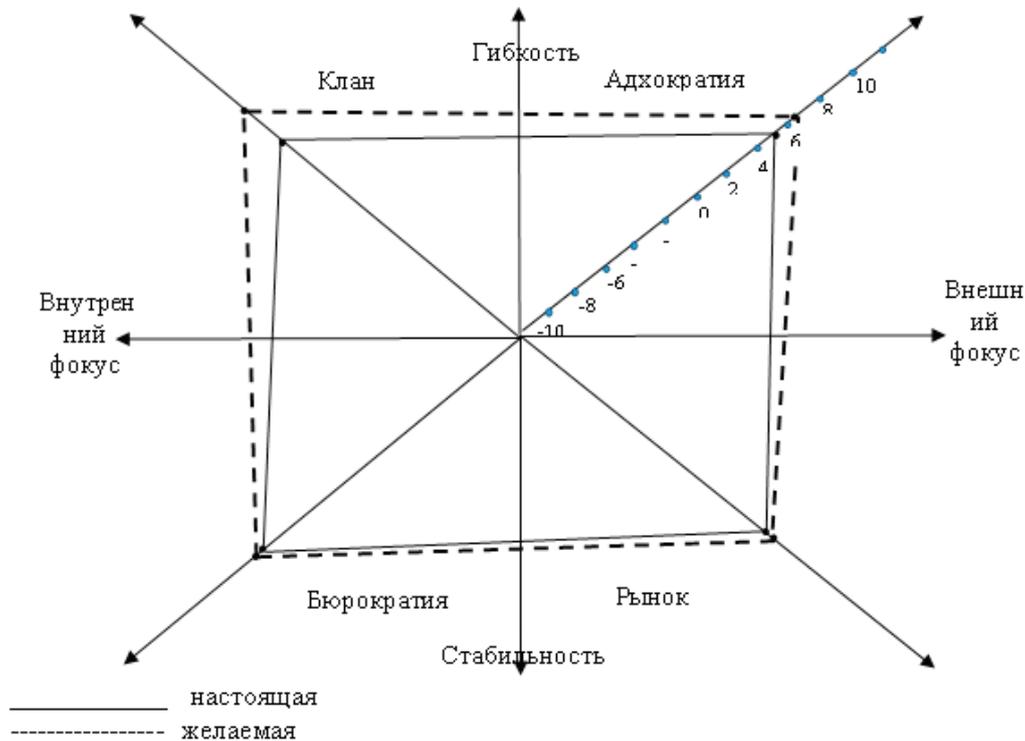


Рис. 1. Профиль организационной культуры ОАО «ПРОМИС»

Для более наглядного восприятия различия, следует отразить графически полученные данные.

Исходя из представленного графика (см. рисунок 1) можно выявить потребность коллектива в значительном увеличении клановой (семейной) культуры, не смотря на предоставляемые возможности компанией для неформального общения и дружественного морального климата, персонал ощущает нехватку в этом, а так же в осознании общности цели. Так же персонал открыт для нововведений, готов совершенствоваться и осваивать самые новые технологии и оборудование, ощущается необходимость в большей реализации идей сотрудников, поощрения этого фактора, а так же потребность в модернизации самого процесса работы, его разнообразии, стремлению к неординарным решениям.

Кроме этого усиление бюрократического типа, в меньшей степени по сравнению гибкими позволит сохранить баланс необходимый для поддержания высокого качества работы, но при этом увеличение гибких культур, станет позитивным фактором для развития компании.

Выполнение таких исследований в других городах позволит исследовать фактор географии, который влияет или не влияет на создание организационной культуры компании, а также расширить обзор отраслевого анализа, который будет суммировать все данные и определять типичную организационную культуру для всех компаний определенной отрасли либо разграничит их по региональному признаку и оценит возможное сотрудничество культуры и стратегии в определенных отраслях.

Литература:

1. Дятлов, А.Н. Общий менеджмент: концепции и комментарии: учебник / А.Н. Дятлов, М.В. Плотников, И.А. Мutowин. — М.: Альпина Бизнес Букс, 2007. — 400 с.
2. Первакова, Е.Е. Факторы влияния корпоративной культуры на эффективность бизнеса / Первакова Е.Е. // Проблемы экономики и менеджмента — 2012. — № 1 (5). — С. 52–64
3. Слинкова, О.К. Сравнительный анализ методик оценки предпринимательской, управленческой и организационной культуры / О.К. Слинкова, П.В. Харитонов; НИУ БелГУ // Вестник Новосибирского государственного университета. Сер. Социально-экономические науки. — 2012. — Т. 12, вып.1. — С. 47–54
4. Соломанидина, Т.О., Соломанидин В.Т. Управление мотивацией персонала (в таблицах, схемах, тестах, кейсах). — М.: ООО «Журнал «Управление персоналом», 2005. — 128 с.
5. Ahmadi, S., Salamzadeh, Y., Daraei, M., Akbari, J. (2012). Relationship between Organizational Culture and Strategy Implementation: Typologies and Dimensions. *Global Business and Management Research: An International Journal*. 4 (3&4), 286–299.
6. Cameron, K., Quinn, R. (2004). Diagnosing and changing organizational culture: based on the competing values framework. *The Jossey-Bass Business & Management Series*. 242.

7. Cooke, R., & Szumal, J. (2013). Using the Organizational Culture Inventory to understand the operating cultures of organizations. *Human Synergistics International*. 147–162.
8. Denison, D., Nieminen, L., Kotrba, L. (2014). Diagnosing Organizational Cultures: A Conceptual and Empirical Review of Culture. *Effectiveness Surveys. European Journal of Work and Organizational Psychology*. 23 (1), 145–161.
9. Erwee, R., Lynch, B., Millet, B., Smith, D., Roodt, G. (2001). Cross-cultural equivalence of the organizational culture survey in Australia. *Journal of Industrial Psychology*. 27 (3), 7–12.
10. Fang, T. (2003). Critique of Hofstede's Fifth National Culture Dimension. *International Journal of Cross Cultural Management*. 3 (3), 347–368.
11. Gupta, B. (2011). A comparative study of organizational strategy and culture across industry. *Benchmarking: An International Journal*. 18 (4), 510–528.
12. Klein, A. (2011). Corporate culture: its value as a resource for competitive advantage. *Journal of Business Strategy*. 32 (2), 21–28.
13. Persian, O. (2012). Comparison parameters of cultures by G. Hofstede and Trompenaars F.: similarities and differences. *Vestnik of Northern (Arctic) Federal University, Vol. Humanities and Social Sciences*, № 5, 51–55.
14. Schein, E. (2004). *Organizational culture and leadership*, 3rd ed, The Jossey-Bass Business & Management Series. 437.

Интеграция регионов Сибири в систему внешнеэкономических связей стран АТЭС

Тетерин Юрий Александрович, студент
Сибирский федеральный университет (г. Красноярск)

В современных российских условиях существует стереотип о том, что сырьевые богатства Сибири — это гарантия стабильного развития данных территорий. В современных условиях становится очевидным тот факт, что ресурсный потенциал в совокупности с производственным, научно-техническим и человеческим потенциалом лимитирован временными рамками его полной реализации. То есть, существует так называемое «окно реализации потенциала», когда имеющиеся предпосылки развития будут реализованы в виде создания прочных экономических взаимосвязей региона в национальном и международном масштабах, а также в виде создания объектов промышленности, всех видов инфраструктуры и общего повышения качества жизни населения региона.

Для Красноярского края «окно реализации потенциала», как и для Сибири в целом, открылось в период распада СССР и перехода нового государства (Российской Федерации) на капиталистическую модель хозяйствования. Данный переход создал предпосылки для преодоления плановой и сырьевой парадигмы развития региона и избавления его от роли «сырьевого придатка» государства. В виде противопоставления сложившейся парадигме, региональное развитие на современном этапе должно быть основано на следующих составляющих: 1) создание промышленных комплексов высокой переработки; 2) выстраивание новых и утраченных в период распада СССР цепочек максимальной добавленной стоимости; 3) обеспечение высокой степени диверсификации региональной промышленности; 4) обновление основных производственных фондов (ОПФ) промышленных предприятий, переход на новейшие технологические уклады; 5) повышение конку-

рентоспособности продукции региональной индустрии; 6) увеличение восприимчивости предприятий всех отраслей регионального хозяйства к модернизации и инновациям; 7) обеспечение высокой инвестиционной привлекательности региона; 8) выстраивание передовой промышленной, энергетической и транспортной инфраструктуры с ориентацией на внешние рынки; 9) переориентация промышленности региона на экспорт инновационной продукции и продукции высоких переделов, в совокупности с обеспечением товарной диверсификации экспорта (повышение его несырьевой доли); 10) создание механизма встраивания региона в систему международных внешнеэкономических связей [3]. Указанные выше составляющие — это воплощение реализованного потенциала края, которое необходимо для попадания во временные рамки «окна», и выведения региона на новый уровень социально-экономического развития. Однако сегодня существует ряд факторов (предпосылок) для скорого закрытия «окна реализации потенциала» для края: 1) давление антироссийских санкций на национальную экономику; 2) чрезмерная финансовая централизация государства на уровне федерального центра, ущемляющая интересы регионального развития; 3) рост конкуренции с другими «сырьевыми» регионами в глобальном масштабе; 4) низкая инвестиционная привлекательность региона; 5) низкий уровень региональной экономической безопасности; 6) применение офшорных схем и схем трансфертного ценообразования при деятельности крупных корпораций на территории края, т.е. бегство капитала и потеря инвестиционных ресурсов; 7) незначительный объем внутреннего рынка региона; 8) снижение мировых цен на энергоресурсы

цветные металлы; 9) недостаточность качества и мощностей предприятий обрабатывающей отрасли промышленности края; 10) высокий износ ОПФ; 11) отсутствие региональной комплексной инфраструктуры; 12) низкая инновационная активность; 13) постепенная утрата человеческого и научно-технического потенциала; 14) отсутствие (неэффективность) региональных институтов раз-

вития; 15) относительная географическая удаленность от бурно развивающегося азиатско-тихоокеанского региона (АТР) [5].

Анализ главного показателя регионального социально-экономического развития — валового регионального продукта (ВРП), позволяет дать оценку экономическому состоянию Красноярского края (таблица 1).

Таблица 1. Динамика показателя ВРП Красноярского края, млрд руб.*

Показатель	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Объем ВРП	439,7	585,8	734,1	737,9	749,1	1055,2	1188,7	1192,6	1256,7
Изменение к пред. году, в%	20,33	33,23	25,31	0,52	1,52	40,89	10,92	1,06	6,21

*составлено по материалам [1]

В рассматриваемом периоде показатель ВРП, с одной стороны, демонстрировал тенденцию к увеличению, с другой — рост характеризовался резкими скачками и падениями. Особый интерес вызывает период 2007—2009 гг., когда в пору мирового кризиса ВРП региона буквально «замер» на уровне 750 млрд руб. Однако уже в 2010 г. произошел прирост ВРП на 40,89%, что было связано не с резким скачком развития промышленности, а с началом реализации инвестиционного проекта Ванкорского нефтегазового месторождения компанией НК «Роснефть». В силу данного факта можно утверждать, что в отсутствие крупных государственных инвестиций региональная экономика не имела бы показателей, которые сегодня «симулируют» ее рост [3]. Подтверждает данную позицию факт того, что крупные инвестиции не вызвали положительного экономического эффекта в смежной отрасли — машиностроении. Отсюда, существует предположение о том, что исключительно внутригосударственное развитие края сегодня не дает положительных экономических эффектов для региона, таким образом, подставляя под угрозу его социально-экономическое развитие.

В этой связи возникает необходимость в определении приоритетных направлений социально-экономического развития края через его встраивание в систему международных внешнеэкономических связей и производственной кооперации, прежде всего со странами Азиатско-Тихоокеанского экономического сотрудничества (АТЭС).

Сегодня ориентация на азиатские страны (главным образом на Китай) — это ключевое направление развития национальной экономики в плане внешнеэкономического сотрудничества. Однако, в условиях санкций данное направление внешнеэкономического развития может быть охарактеризовано как вынужденное, что подтверждает структура экспорта и импорта РФ с различными группами стран (рисунок 1).

Если предположить, что Россия будет пытаться переориентировать свой экспорт на азиатский рынок, то это будет априори неэффективно. Страны ОЭСР — потребители львиной доли отечественного экспорта, а АТЭС — новый быстрорастущий рынок, но его объемы слишком малы для полной переориентации. При этом, в условиях санкций против РФ, когда экономические отношения

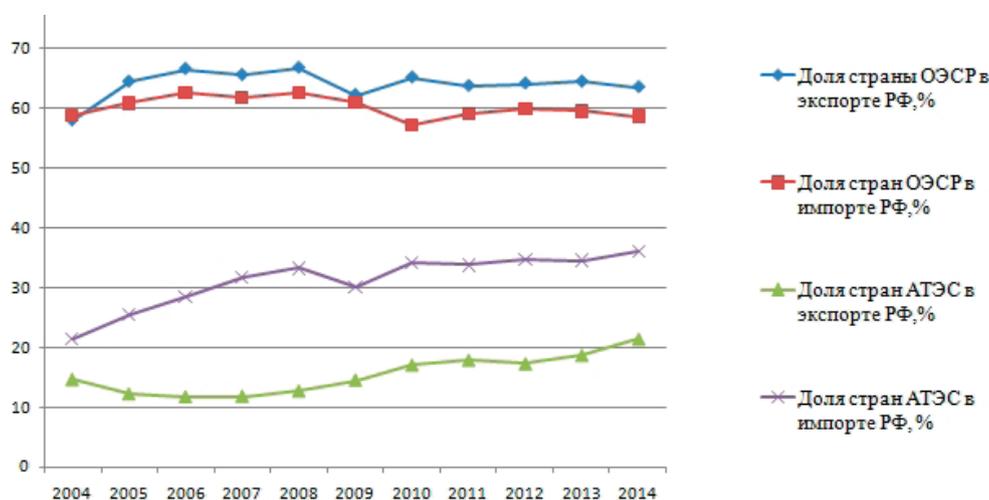


Рис. 1. Динамика доли стран ОЭСР и АТЭС в экспорте Российской Федерации [2]

с западными стран чересчур политизированы, экономические связи с ОЭСР могут быть сохранены только при условии их дальнейшей экономической целесообразности. В сложившейся ситуации главная задача России — оптимизация импортных потоков с точки зрения их экономической привлекательности и уменьшения стоимости совокупного национального импорта, а также выстраивание нового азиатского комплекса национального экспорта.

Рассматривая Красноярский край с позиции его «встраивания» во внешнеэкономические отношения

со странами АТЭС необходимо выявить явные конкурентные преимущества региона по сравнению с другими субъектами РФ, в первую очередь с регионами Дальневосточного Федерального Округа (ДФО), т.к. географически данные территории наиболее блики к азиатским рынкам. Потенциальный «разворот» экономики РФ на Восток, предполагает на начальном этапе стремительное развитие экспортно-сырьевых отношений. В этой связи, положение СФО по отношению к ДФО выглядит более перспективным (рисунок 2).

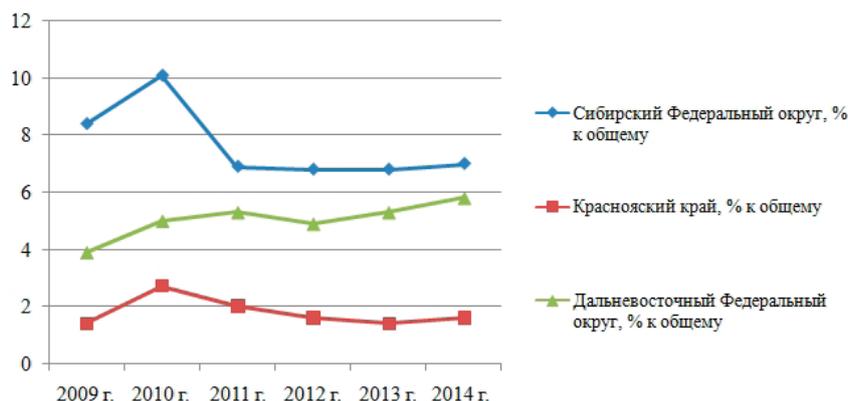


Рис. 2. Динамика долей экспорта СФО, ДФО и Красноярского края в структуре экспорта РФ [2]

Рассматривая Красноярский край на уровне экспортных показателей федеральных округов замечаем, что объем экспорта края составляет в рассматриваемом периоде от половины до трети объемов экспорта целого федерального округа (ДФО). Таким образом, можно предположить, что высокие объемы экспорта края могут быть заложены в качестве приоритетного фактора новой экспортной политики России со странами Азии с позиции определения регионов-участников.

Второе преимущество — лидерство СФО и края в частности в объеме показателя ВРП, который наиболее полно отражает развитие региональной экономики (таблица 2).

Стоит отметить, что за последние годы, разрыв между объемами ВРП Красноярского края и ДФО — более 2 раз, но мы должны понимать, что сравниваем субъект Федерации с целым Федеральным округом. Данный факт подчеркивает факт более интенсивного развития сибирских территорий, в особенности Красноярского края.

Третье преимущество территорий Сибири — динамика и объем привлеченных инвестиций в основной капитал (таблица 3).

Сравнивая СФО (в т.ч. Красноярский край) и ДФО, стоит отметить тот факт, что к 2013 г. показатель объема инвестиций в основной капитал сибирских территорий больше аналогичного показателя восточных территорий почти на 70%, тем самым, не при самом высоком и диверсифицированном инвестиционном потенциале, территории Сибири привлекают куда более значительные объемы инвестиций, нежели дальневосточные.

Таким образом, подводя итог анализу основных показателей Красноярского края с позиции его преимуществ и выявленных в процессе исследования узких мест, можно предположить, что скорейшая интеграция региона в систему экономических взаимосвязей с азиатскими странами — это выход из сложившейся ситуации, когда регион нуждается в реализации, имеющегося не одно десятилетие, комплексного потенциала.

Таблица 2. Динамика ВРП Сибири и Дальнего Востока, млрд руб.*

Федеральный округ (субъект Федерации)	2005 г.	2010 г.	2011 г.	2012 г.	2013 г.
Валовой региональный продукт					
Дальневосточный ФО	826,4	2110,7	2532,5	2700,3	-
Сибирский ФО	1951,3	4131,4	4802,9	5147,4	-
Красноярский край	439,7	1055,2	1188,7	1192,6	1256,7

* составлено по материалам [1]

Таблица 3. Динамика инвестиций в основной капитал, млрд руб.*

Федеральный округ (субъект Федерации)	2010 г.	2011 г.	2012 г.	2013 г.	2014 г.
Дальневосточный ФО	725,7	1013,9	940,1	814,4	н/д
Сибирский ФО	889,7	1214,7	1416,6	1377,7	н/д
Красноярский край	266,9	308,6	381,7	376,9	344,5

* составлено по материалам [1]

Решив или нивелировав проблемы регионального развития, Красноярский край может в полной мере вписать себя в экономическую карту Азии, предопределив интенсивное развитие экономики региона. При этом основ-

ными приоритетными направлениями встраивания региональной экономики в систему внешнеэкономических связей со странами азиатского региона, на наш взгляд, являются следующие (таблица 4).

Таблица 4. Приоритетные направления интеграции Красноярского края в систему внешнеэкономических связей АТР

Направление	Характеристика
Интеграция региона в глобальный инфраструктурный проект транспортно-торговой сети КНР — «Новый шелковый путь» (НШП).	Наличие инфраструктурного проекта мирового уровня вблизи границ края предоставляет уникальный шанс для изменения статуса края на динамичную территорию магистрали НШП. У края не просматриваются явные конкурентные преимущества для безусловного вхождения в этот проект мирового уровня, кроме одного — наличия в регионе «точек примыкания» к Северному Морскому пути, Дудинки и Игарки (территории арктической зоны края), и главное — единственного на всей азиатской части маршрута. При этом, проект «Новый шелковый путь» на сегодняшний день предусматривает южный морской маршрут и центральный сухопутный маршрут в Европу, однако, Северный морской путь пока не входит в проект, хотя и является кратчайшим (короче южного в 2 раза, а с учетом необходимого меридионального транспортного коридора от его крайней железнодорожной точки (ст. Урумчи) через Красноярский край — почти в 4 раза) [4,5].
Интенсификация внешней торговли региона, ориентированной на экспорт сырьевой и, что важнее, продукции высокой переработки.	
Интенсификация деятельности в плане отношений производства (капитала), т.е. процесса стимулирования корпоративных и корпоративных инвестиций [3].	

* составлено по материалам [3,4,5]

Вышеперечисленные направления можно назвать «триадой встраивания» («НШП» — внешнеторговые отношения — инфраструктурные и корпоративные инвестиции) Красноярского края в систему мирохозяйственных связей со странами азиатского региона [3]. При этом акцент должен быть сделан на формировании комплексного механизма

стимулирования инвестиций в регион с параллельным встраиванием промышленного комплекса с доминированием продукции высоких переделов, ориентированного на азиатский рынок, что в дальнейшем позволит региону минимизировать негативный эффект кризисных явлений в экономике России и выйти на путь самостоятельного развития.

Литература:

1. Официальный портал Федеральной службы государственной статистики. [Электронный ресурс]. Режим доступа: www.gks.ru
2. Официальный портал Федеральной таможенной службы. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://customs.ru/>
3. Тетерин, Ю. А. Руйга И. Р. Необходимость совершенствования региональных инвестиционных механизмов в условиях интеграции субъектов России в систему экономических связей с азиатскими странами (на примере Красноярского края). Экономика и предпринимательство. 2015. № 12–1. С. 404–411.
4. Руйга, И. Р. Формирование специализированных институтов развития Красноярского края в условиях встраивания региона в глобальный мегапроект «Новый Шелковый Путь» / И. Р. Руйга, Ю. В. Пиманов, П. Е. Анисимов, В. А. Богомолов, Э. К. Веккесер, А. В. Васильев // Фундаментальные исследования. — 2015. — № 11–6. — С. 1241–1248.
5. Руйга, И. Р. Формирование «Шелкового меридиана Сибири» в условиях реализации глобального мегапроекта Нового Шелкового Пути / И. Р. Руйга, Ю. В. Пиманов, П. Е. Анисимов, В. А. Богомолов, Э. К. Веккесер, А. В. Васильев // Экономика и предпринимательство. — 2015. — № 11–1 (64–1). — С. 186–194.

Анализ подходов к определению инновационной активности предприятия

Тимошина Ксения Владимировна, магистрант
Оренбургский государственный университет

В статье рассмотрены подходы разных авторов к определению инновационной активности предприятия, определены основные признаки и характеристики инновационной активности, сформулировано понятие «инновационная активность» предприятия.

Ключевые слова: инновационная активность, инновационная деятельность, сущность категории, подход к определению

Устойчивость экономического развития современного предприятия и повышение его конкурентоспособности обеспечивается внедрением достижений науки и техники. Инновационная активность предприятия отражает его реальные возможности в осуществлении инновационной деятельности и характеризует степень интенсивности реализации предприятием тех или иных инновационных проектов. Существует достаточно широкий спектр мнений о способах и методах стимулирования инновационной активности, в то время как вопрос однозначности трактовки самого термина «инновационная активность» остается открытым. Безусловно, отсутствие единого подхода к определению инновационной активности создает дополнительные трудности при оценке данной категории. Следовательно, вопросы рассмотрения категории «инновационная активность», определения ее сущности и основных характеристик являются актуальными и представляют интерес ввиду ее экономической значимости.

Проблема определения инновационной активности предприятия освещена в работах таких авторов, как О. В. Никитина, А. И. Богачев, А. А. Полякова, А. В. Полукеева, П. В. Зобов, Д. А. Томасова, О. Н. Мельникова и др.

Под инновационной активностью предприятий Богачев А. И., Полякова А. А. понимают их способность использовать и реализовать нововведения для обеспечения конкурентоспособности и удержания за собой доли рынков [1].

Как и ряд многих экономистов, Полукеева А. В. придерживается точки зрения, согласно которой применительно к отдельным предприятиям под инновационной активностью понимается интенсивность осуществления экономическими субъектами инновационной деятельности [2].

Подход Зобова П. В. к определению термина «инновационная активность» так же основан на выявлении степени интенсивности осуществляемых предприятием действий по разработке новой продукции, услуги, использованию новых технологии, позволяющих предприятию конкурировать на рынке [3]. Опираясь на понятие «уровень инновационной активности», автор на основе него подразделяет предприятия на три группы: лидеры (являются инициаторами инноваций), последователи (инновации которых являются реакцией на деятельность ли-

деров) и аутсайдеры (осуществляют инновации крайне редко или не осуществляют совсем).

По мнению Томасовой Д. А. инновационная активность раскрывается через «взаимодействие финансовых, экономических, политических, социальных и управленческих отношений, возникающих по поводу целесообразности разработки и внедрения инноваций в определенном хозяйствующем субъекте» [4].

Чернова А. С. определяет инновационную активность фирмы как комплексную характеристику ее инновационной деятельности, главным аспектом которой является восприимчивость к новациям, основанная на компетенции в вопросах прогресса в данном виде деятельности [5].

Под инновационной активностью Мельников О. Н. и Шувалов В. Н. понимают созидательную деятельность (творческую энергию) производителей товара или услуги, выраженную в достижении диктуемых спросом приращений новизны технико-технологических, экономических, организационных, управленческих, социальных, психологических и других показателей предлагаемых рынку процессов, товаров или услуг, производимых специалистами в конкурентоспособное время [6].

Матузова И. В. в своих работах отмечает, что инновационная активность является динамической, целенаправленной деятельностью по созданию, освоению в производстве и продвижению на рынок продуктовых, процессных, организационных и управленческих нововведений с целью получения инновационно-активным предприятием коммерческой выгоды и конкурентных преимуществ. С этой точки зрения инновационно-активным считается то предприятие, которое осуществляет разработку и применение новых или усовершенствованных продуктов, технологических процессов и иных видов инновационной деятельности [7].

Поляков В. В., характеризуя инновационную активность, акцентирует внимание на эффективности использования инновационного потенциала предприятия, и под инновационной активностью понимает комплексную характеристику инновационной деятельности фирмы, включающую степень интенсивности осуществляемых действий и их своевременность, способность мобилизовать потенциал необходимого количества и качества [8].

Сравнительный анализ компонентов категории «инновационная активность» приведен в таблице 1.

Таблица 1. Сравнительная характеристика компонентов категории «инновационная активность»

Характеристика	Богачев А. И., Полякова А. А.	Полукеева А. В.	Зобов П. В.	Томасова Д. А.	Чернова А. С.	Мельников О. Н., Шувалов В. Н.	Матузова И. В.	Поляков В. В.
Целенаправленность							✓	
Динамичность							✓	
Новизна			✓				✓	
Результативность			✓			✓	✓	
Интенсивность		✓	✓					✓
Комплексность					✓			✓
Инновационная деятельность		✓			✓	✓	✓	✓
Инновационный потенциал								✓
Инновационный климат				✓		✓		
Восприимчивость к новациям					✓			
Обеспечение конкурентоспособности	✓		✓			✓		

Обобщение и анализ различных подходов к определению категории «инновационная активность» позволяют выделить наиболее существенные ее особенности, к которым можно отнести:

- целенаправленность деятельности хозяйствующих субъектов относительно разработки, создания и освоения новых технологий в производстве инновационного продукта;

- интенсивность деятельности по коммерциализации идеи и получения коммерческой выгоды от реализации проекта.

Также важно отметить признаки инновационной активности, характерные для инновационно-активных организаций:

- новизна как принципиальное свойство инновационно-ориентированной организации, конкретная форма проявления которой зависит от уровня организации финансово-хозяйственной деятельности промышленного предприятия;

- динамичность, выраженная в асимметрии отношений субъекта и объекта управления. Активность субъекта управления в свою очередь обусловлена тем, что он сам является источником преобразований, происходящих как с ним, так и вызываемых им в объекте;

- результативность — в ходе осуществления инновационной деятельности по реализации инновационного процесса предприятие на выходе получает готовый продукт, обладающими какими-либо характерными свойствами.

На рисунке 1 отражена взаимосвязь основных признаков и понятий, характеризующих инновационную активность предприятия

По результатам анализа можно сделать вывод, что исследователи акцентируют внимание на разных аспектах характеристики понятия «инновационная активность». Компоненты, составляющие данную категорию, и учитываемые в процессе исследования так же различаются в зависимости от подхода каждого автора.

При рассмотрении инновационной активности в качестве комплексной характеристики инновационной деятельности необходимо акцентировать внимание на наиболее важных ее аспектах. Во-первых, основу инновационной активности непосредственно составляет инновационная деятельность предприятия по разработке и внедрению новшества, а также коммерциализации инновации. Во-вторых, инновационный климат как фактор влияния внешней среды на инновационную активность непосредственно определяет масштабность и результативность инновационной деятельности. В-третьих, уровень инновационного потенциала напрямую определяет интенсивность инновационной деятельности, а, следовательно, и степень инновационной активности.

По результатам проведенного анализа особенностей, признаков и основных характеристик инновационной активности целесообразным представляется определение категории «инновационная активность» как комплексной динамической характеристики целенаправленной деятельности предприятия по планированию, организации и реализации инновационного процесса по созданию и выпуску конкурентоспособного продукта, интенсивность которой зависит от уровня инновационного потенциала предприятия и восприимчивости к новациям, а результативность — от состояния инновационного климата. Предложенную трактовку можно считать универсальной ввиду



Рис. 1. Признаки и понятия, характеризующие инновационную активность предприятия

того, что она учитывает наиболее важные и основные характеристики инновационной активности предприятия.

Таким образом, нами проанализированы различные подходы к определению инновационной активности пред-

приятия. Выявлены наиболее существенные ее особенности и признаки, на основе обобщения данных о которых сформулировано универсальное определение категории «инновационная активность»

Литература:

1. Богачев, А.И. Инновационный потенциал и инновационная активность Российских предприятий А.И. Богачев, А.А. Полякова // Политематический электронный научный журнал Кубанского Государственного Аграрного Университета. — 2010. — № 64. — С. 156–165
2. Полукеева, А.В. Показатели инновационной активности предприятий А.В. Полукеева// Экономинфо. — 2014. — № 22. — С. 74–77.
3. Зобов, П.В. Инновационная активность предприятия: понятие и инструменты оценки П.В. Зобов // Вестник торгово-технологического института. — 2012. — № 3(6). — С. 46–51.
4. Томасова, Д.А. Понятие и инструментарий оценки инновационной активности организаций Д.А. Томасова// Экономика, экология и общество в 21 столетии. Сборник научных трудов 16-й Международной научно-практической к. — 2014. — С. 198–200.
5. Чернова, А.С. Сущность инновационной активности предприятий А.С. Чернова// Молодой ученый. — 2015. — № 1. — С. 311–312.
6. Мельников, О.Н. Инновационная активность как фактор повышения конкурентоспособности предприятия О.Н. Мельникова, В.Н. Шувалов// Российское предпринимательство. — 2010. — № 9(69). — С. 100–104.
7. Матузова, И.В. К вопросу о содержании и сущности категории «инновационная активность» И.В. Матузова // Транспортное дело России. — 2012. — № 4. — С. 104–106.
8. Поляков, В.В. Мониторинг инновационных процессов в научно-технической сфере В.В. Поляков // Инновации. — 2013. — № 5. — С. 62
9. Малышева, Л.А. Анализ подходов к оценке инновационной активности Российских предприятий Л.А. Малышева, И.В. Шестаков // Вестник Пермского национального исследовательского политехнического университета. — 2012. — № 14 — С. 101

Инвестиционный климат как фактор экономического развития Карачаево-Черкесской республики на современном этапе

Узденов Муслим Ханapieвич, студент

Научный руководитель: Тамбиева Халимат Муссаевна, кандидат экономических наук, доцент
Карачаево-Черкесский государственный университет имени У. Д. Алиева

Обеспечение стабильного функционирования экономики как на макро-, так и на микроуровне предполагает наличие постоянного притока финансовых средств (инвестиционных ресурсов). В условиях рыночной экономики особо актуальна проблема привлечения дополнительных внешних инвестиций.

Инвестиционный климат страны является наиболее обобщенной характеристикой инвестиционных процессов в субъектах РФ и представляет собой сложившуюся в течение ряда лет совокупность различных социально-экономических, природных, экологических, политических и других условий определяющих масштабы, объем и темпы привлечения инвестиций в основной капитал региона. В каждом регионе РФ с одной стороны объективно существуют некоторые заданные условия и предпосылки для осуществления инвестиционной деятельности (например, в виде природных богатств, географического положения, состояние производственной инфраструктуры и политической стабильности и др.) и, с другой стороны, имеет место субъективная деятельность инвесторов по использованию этих объективно существующих условий и предпосылок. Таким образом, степень благоприятности инвестиционного климата региона определяется совокупным воздействием объективных и субъективных факторов инвестирования.

Одним из важнейших условий обеспечения экономического роста региона служит сбалансированная инвестиционная политика государства, стратегически нацеленная на поддержание экономической и политической стабильности в долгосрочной перспективе.

В последние годы инвестиционная ситуация в России постепенно изменяется к лучшему, однако пока рано считать, что эти улучшения носят устойчивый характер. Так, экономические и политические события последних лет внесли свой, отнюдь не положительный, вклад в инвестиционную составляющую экономики России. Успешное развитие российской экономики невозможно без решения целого круга проблем отраслевого, регионального, институционального и инструментального характера, что и является приоритетной задачей современной инвестиционной политики, призванной обеспечить интеграцию страны в мировую хозяйственную систему [3].

С целью оценки ключевых факторов создания благоприятного инвестиционного климата в регионах России, выявления лучших практик и реализации эффективных мероприятий по повышению уровня инвестиционного климата в субъектах РФ; а также создания информативной

базы данных для потенциальных инвесторов в 2013 Агентством стратегических инициатив был запущен проект «Инвестиционный портал регионов России».

На портале размещена контактная информация корпораций развития и ответственных представителей региональных властей, данные об инвестиционных площадках и мерах поддержки бизнеса на всех уровнях.

Инвестиционная карта портала представляет собой многофункциональный аналитический инструмент, позволяющий выбирать регион или проводить сравнение регионов субъектов с точки зрения инвестиционной привлекательности по нескольким показателям.

Региональные страницы содержат общую информацию о субъекте РФ, наиболее привлекательных отраслях промышленности, расходах на ведение бизнеса, транспорте и логистике, инвестиционной инфраструктуре, науке и образовании, финансах и банках региона [4].

Идея создания проекта достаточно интересна, однако, на практике, к сожалению, теряет свою эффективность из-за отсутствия полной информации. Так, в разделе «Инвестору» нет данных за последние 2 года. В современных условиях, когда информация является одним из главных инструментов управления финансами, указанное условие представляет серьезную проблему, так как не удастся прогнозировать дальнейшее развитие страны, а, следовательно, и ее регионов.

Согласно исследованию Агентства стратегических инициатив по состоянию инвестиционного климата в субъектах РФ в 2015 г. Карачаево-Черкесская республика входит в III группу и занимает 40-е место (см. рис. 1).

Категория регуляторной среды включает следующие элементы:

- эффективность процедур регистрации предприятий;
- эффективность процедур по выдаче разрешений на строительство;
- эффективность процедур по регистрации прав собственности;
- эффективность процедур по выдаче прочих разрешений и лицензий;
- эффективность процедур по подключению электроэнергии.

По данному критерию Карачаево-Черкесская республика получила 4 балла (В) по пяти бальной шкале (А—>Е).

В своем Послании к Федеральному Собранию Президент страны Владимир Владимирович Путин отметил, что «необходимо дать инвесторам ясный сигнал на каких территориях выгоднее, разумнее работать, создавать те или иные производства».

III ГРУППА					
Субъект РФ	Рейтинг по интегральному индексу	Рейтинг по направлениям			
		Регуляторная среда	Институты для бизнеса	Инфраструктура и ресурсы	Поддержка малого предпринимательства
Ярославская область	III	C	B	D	B
Вологодская область	III	B	C	D	B
Камчатский край	III	B	D	D	A
Мурманская область	III	B	B	C	D
Липецкая область	III	D	B	D	B
Брянская область	III	B	B	B	D
Ивановская область	III	C	B	C	C
Астраханская область	III	B	C	C	C
Алтайский край	III	C	B	D	C
Республика Карачаево-Черкесия	III	B	D	B	D
Республика Башкортостан	III	B	D	B	D
Республика Саха (Якутия)	III	D	C	D	A
Республика Номин	III	B	C	C	D
Удмуртская Республика	III	C	B	D	B
Республика Карелия	III	B	C	D	C
Самарская область	III	E	B	C	B
Нижегородская область	III	D	B	D	B
Свердловская область	III	C	D	D	A
Приморский край	III	C	C	C	D
Республика Ханасия	III	D	C	C	C
Саратовская область	III	B	C	E	C

Рис. 1. Данные Национального рейтинга состояния инвестиционного климата в субъектах Российской Федерации в 2015 г.

Никакие льготы и преференции, устанавливаемые региональными властями, не дадут желаемого результата, если на муниципальном уровне инвестор сталкивается с волокитой и нерасторопностью чиновников в вопросах выделения земельных участков, согласования строительства, подключения к инженерной инфраструктуре. В результате для получения разрешения на строительство инвестор около года вынужден обивать пороги различных инстанций.

В разделе «Институты для бизнеса» рассмотрены такие составляющие региональной политики как:

- эффективность институтов, обеспечивающих защищенность бизнеса;
- нагрузка на бизнес, связанная с проведением проверок;
- степень прозрачности ведения бизнеса;
- эффективность работы организационных механизмов поддержки бизнеса;
- качество информационной поддержки инвесторов и бизнеса.

Как указано в рейтинге, по указанному показателю КЧР получила оценку 2 балла. Это означает критический уровень развития институтов для бизнеса в регионе, вернее их неразвитость, что в значительной степени можно продемонстрировать на официальных федеральных и региональных сайтах, где данные обновляются с временным лагом в 2–3 года. В совокупности с небольшим опытом государственных гарантий защиты российских и иностранных инвесторов от некоммерческих рисков определяет высокую степень неопределенности перспектив осуществления инвестиционной деятельности в республике.

Третий раздел «Доступность ресурсов и качественной инфраструктуры» включает:

- качество и доступность инфраструктуры;
- качество территориального планирования;
- доступность земельных ресурсов;
- качество и доступность финансовой поддержки
- качество и доступность трудовых ресурсов.

Значение «4 балла» по данному показателю определяется исходя из того, что Карачаево-Черкесская Республика отличается уникальностью природно-сырьевых ресурсов, занимает выгодное экономико-географическое положение. Республика граничит с Кабардино-Балкарской Республикой, Ставропольским и Краснодарскими краями. Это создает необходимые объективные предпосылки для обеспечения благоприятного инвестиционного климата в регионе.

Среди субъективных можно отметить следующие положительные факторы:

- высокая доля трудоспособного населения 59% (на 1 января 2015 г.);
- наличие ряда крупных успешно реализуемых инвестиционных проектов, три из которых — с использованием государственной поддержки. Прежде всего, это первый создаваемый в рамках туристического кластера Северного Кавказа проект по строительству всесезонного горного курорта «Архыз», определивший принципиально новую планку развития туристической отрасли республики, во вторых инвестиционный проект в отрасли экономики с высокой долей добавленной стоимости «Строительство фабрики по переработке шерсти и производству

пряжи с использованием инновационных технологий», и в третьих достаточно динамично развивающееся в республике производство транспортных средств на базе реализуемого проекта первой в России частной компании «ДерВейс» [1].

Категория эффективности поддержки малого и среднего бизнеса (МСБ) включает:

- уровень развития малого предпринимательства в субъекте РФ;
- качество организационной, инфраструктурной и информационной поддержки малого предпринимательства;
- эффективность нефинансовой поддержки МСБ;
- эффективность финансовой поддержки МСБ.

По данному показателю КЧР также находится на уровне отметки «D». Инфраструктуру господдержки субъектов МСБ Карачаево-Черкесской Республики, образуют Гарантийный фонд поддержки предпринимательства Карачаево-Черкесской Республики, Фонд микрофинансирования субъектов малого и среднего предпринимательства Карачаево-Черкесской Республики, Минэкономразвития России, Агентство стратегических инициатив, Россий-

ский Банк поддержки малого и среднего предпринимательства (МСП Банк), ОАО «Лизинговая компания Карачаево-Черкесской республики.

Эффективным антикризисным решением могла бы оказаться государственная финансово-кредитная поддержка по предоставлению гарантий по кредитам, лизинга и микрозаймов по низким процентным ставкам. Однако и здесь подобного рода поддержка в республике охватывает лишь 7% от общего числа субъектов МСП.

Таким образом, Карачаево-Черкесская республика обладает всеми составляющими роста инвестиционной активности: выгодным географическим расположением, уникальными природными и климатическими условиями, богатыми полезными ископаемыми, а также — значительным потенциалом трудовых ресурсов. Задача регионального законодательства состоит в обеспечении эффективного использования этого потенциала, создании таких условий, которые будут гарантировать бизнесу выгодное вложение средств. В настоящее время система обеспечения благоприятного инвестиционного климата в КЧР не эффективна.

Литература:

1. Об Инвестиционной декларации Карачаево-Черкесской Республики: Указ Главы Карачаево-Черкесской республики от 07.05.2013 года, № 124-У.
2. Савенкова, Е. В. Финансовые проблемы инвестиционного процесса в России: региональный аспект // Экономические науки. — 2016. — № 1(134). — URL: http://ecsn.ru/files/pdf/201601/201601_130.pdf.
3. Хисматулов, И. Р., Игнатъева О. А. Особенности инвестиционного климата России на современном этапе // Современные исследования социальных проблем. — 2012. — № 1. — URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-investitsionnogo-klimata-rossii-na-sovremennom-etape>.
4. Национальный рейтинг состояния инвестиционного климата в субъектах РФ // Агентство стратегических инициатив. URL: <https://asi.ru/investclimate/rating/> (дата обращения: 25.10.2016).

Упрощенная система налогообложения как способ оптимизации налогообложения малого бизнеса

Филенкова Екатерина Васильевна, магистрант;

Кравцова Оксана Васильевна, аспирант

Волгоградский кооперативный институт (филиал) Российского университета кооперации

В статье раскрыты вопросы упрощенной системы налогообложения как способа оптимизации налогообложения малого бизнеса

Ключевые слова: налогообложение малого бизнеса, упрощенная система налогообложения, оптимизация налогообложения

Одна из целей субъектов малого бизнеса — выработка оптимальных решений в хозяйственной деятельности при использовании специальных налоговых режимов, что позволяет осуществлять легальные операции с минимальными налоговыми потерями.

Оптимизация налогообложения малого бизнеса при применении специальных налоговых режимов — это система различных схем и методик, позволяющая выбрать оптимальное решение для конкретного случая «хозяйственной» деятельности организации [1].

Рассмотрим такой путь оптимизации налогообложения как переход на упрощенную систему налогообложения. В соответствии с п. 1 ст. 248 НК РФ в данном режиме при определении доходов из них исключаются суммы налогов, предъявленные налогоплательщиком покупателю [2].

По итогам 2015 года за двенадцать месяцев организация ООО «Прэсто» получило доход в размере 12955 тыс. рублей. Однако, торговая организация ООО «Прэсто» может перейти на льготный режим налогообложения только в период с 1 октября по 30 ноября 2016 года.

Для этого необходимо рассчитать прогноз выручки с помощью метода экстраполяции, используя уравнение тренда (формула 1).

$$\tilde{y}_t = a + b \cdot t, \tag{1}$$

где,

a — параметр уравнения тренда,

b — коэффициент приращения,

t — параметр времени (формула 2).

$$t = k - (n + 1) / 2 \tag{2}$$

k — порядковый номер года, который рассчитывается по формуле 3:

$$k = n - m \tag{3}$$

m — число параметров в уравнении тренда.

Рассчитаем значение параметров a и b по формулам 4 и 5:

$$a = \frac{\sum y_t}{n} \tag{4}$$

$$b = \frac{\sum (y_t \cdot t)}{\sum t^2} \tag{5}$$

Рассчитаем значение параметров a и b для выручки.

$$a = \frac{\sum y_t}{n} = 23277,$$

$$b = \frac{\sum (y_t \cdot t)}{\sum t^2} = -3418,5,$$

$y_t = 23277 - 3418,5 \cdot t$ — математическая модель тренда выручки предприятия ООО «Прэсто».

$$y_t = 19858,5$$

Определим уровень выручки на ООО «Прэсто». Данные занесем в таблицу 1.

Таблица 1. Данные для расчета прогноза выручки на ООО «Прэсто»

Год	y	k	t	t*t	y*t	y t	y-y t	(y-y t) ²
2011 г.	30157	1	-2	4	-60314	39661	43	1849
2012 г.	27016	2	-1	1	-27016	24583	320,5	102720
2013 г.	18725	3	0	0	0	95054,	-1133,5	1284822
2014 г.	17210	4	1	1	17210	-5572	770	592900
2015 г.	15711	5	2	4	31422	-20650	-4939	24393721
Итого:	380219			10	-581498	47527		26376012

Рассчитаем точечный прогноз суммы выручки на период 2016–2017 гг.:

2016 год: 20650 тыс. руб.;

2017 год: 12021,5 тыс. руб.

Предельная сумма выручки не превысит данные:

2016 год: $(30157 + 27016 + 18725 + 17210 + 15711) / 5 = 21763,8$ тыс. руб.;

2017 год: $(27016 + 18725 + 17210 + 15711 + 21763,8) / 5 = 20083$ тыс. руб.;

Так как предельная сумма доходов не превысила 79,74 млн рублей, значит, было бы целесообразно перейти на специальный режим налогообложения. В этом случае организация освобождается от уплаты налога на доходы физических лиц, налога на имущество, и она не признается налогоплательщиком налога на добавленную стоимость.

По первому способу, применив упрощенную систему налогообложения, организация может признать объектом налогообложения доходы, которые облагаются по ставке 6%.

Тогда исчисленная сумма налога, будет равна $(14340 \text{ тыс. руб.} \cdot 6\%) = 760,4 \text{ тыс. руб.}$ Так как сумма

налога уменьшается на сумму страховых взносов, но не более чем на 50% от общей суммы налога, то сумма налога, подлежащая уплате в бюджет будет равна 380,2 тыс. руб. Значит, прибыль будет равна 13959,8 тыс.рублей.

Применив второй способ, согласно которому объектом налогообложения являются доходы, уменьшенные на величину расходов, налоговая ставка устанавливается в размере 15%, рассчитаем сумму налога, подлежащую уплате в бюджет.

В данном случае налог на добавленную стоимость будет учитываться в составе расходов. Рассчитаем прогноз налога на добавленную стоимость с помощью метода экстраполяции. Для этого необходимо спрогнозировать суммы налоговой базы с помощью метода экстраполяции.

Определим уровень налоговой базы по НДС на ООО «Прэсто». Данные занесем в таблицу 2.

Рассчитаем точечный прогноз суммы налоговой базы по налогу на добавленную стоимость на период 2016–2017 гг.:

2016 год: 719 тыс. руб.;

2017 год: 703,75 тыс. руб.

Таблица 2. Данные для расчета прогноза налоговой базы на добавленную стоимость на ООО «Прэсто»

Год	y	k	t	t*t	y*t	y t	y-y t	(y-y t) ²
2011 г.	960,30	1	-2	4	-1920,6	742	218,3	47654,9
2012 г.	474,20	2	-1	1	-474,2	738,55	-264,35	69880,9
2013 г.	651,50	3	0	0	0	731,65	-80,15	6424,02
2014 г.	854,4	4	1	0	854,4	728,2	126,2	15926,4
2015 г.	727,5	5	2	4	1455	719	8,5	17436,8
Итого:	3667,9			2	-85,4	3659,4		157323

Предельная сумма налоговой базы не должна превышать величину фактической суммы налоговой базы по налогу на добавленную стоимость за пять лет:

2016 год: $(960,3+474,2+651,5+854,4+727,5)/5=733,6$ тыс. рублей,

2017 год: $(474,2+651,5+854,4+733,6)/4=678,4$ тыс. рублей;

Следовательно, можно рассчитать сумму налога на добавленную стоимость со ставкой 18%, используя максимальные показатели налоговой базы.

2016 год: $733,6$ тыс. рублей * 18% = 132,1 тыс. рублей;

2017 год: $678,4$ тыс. рублей * 18% = 122,1 тыс. рублей;

Рассчитаем прогноз расходов, используя данные отчета о прибылях и убытках. Занесем их в таблицу 3.

Таблица 3. Данные для расчета на ООО «Прэсто» прогноза себестоимости

Год	y	k	t	t*t	y*t	y t	y-y t	(y-y t) ²
2011 г.	29987	1	-2	4	-59974	29996,8	-9,75	95,0625
2012 г.	26980	2	-1	1	-26980	26595,8	384,25	147648
2013 г.	18680	3	0	0	0	19793,8	-1113,8	1240439
2014 г.	17132	4	1	1	17132	16392,8	739,25	546491
2015 г.	14062	5	2	4	28124	15823,8	-1761,8	3103939
Итого:	92779			10	-41698	92779		5038612

Рассчитаем точечный прогноз суммы себестоимости на период 2016–2017 гг.:

2016 год: 15823,8 тыс. руб.;

2017 год: 12459 тыс. руб.

Предельная сумма себестоимости не должна превышать величину фактической суммы себестоимости за четыре года:

2016 год: $(29987+26980+18680+17132+14062)/5=17941,8$ тыс. руб.;

2017 год: $(26980+18680+17132+14062+17941,8)/5=18959,16$ тыс. руб.

Значит, сумма налога с использованием ставки 15% и налоговой базы доходы за вычетом расходов будет равна: $(21763,8-132,3-17941,8)*15\%=253,4$ тыс. ру-

блей. Сумма минимального налога равна 217,6 тыс. руб. Исследуемая организация ООО «Прэсто» должна уплатить в бюджет 253,4 тыс. руб.

Значит, прибыль будет равна 3136,3 тыс. рублей.

Для определения эффективности применения упрощенной системы налогообложения торговой организацией ООО «Прэсто», произведем сравнение в таблице 4 применяемой системы налогообложения ООО «Прэсто» и использование льготного режима налогообложения.

То есть, учитывая произведенные расчеты, для организации на ООО «Прэсто» будет выгодно перейти на упрощенную систему налогообложения, применив второй способ, используя налоговую ставку, равную 15%. В данном случае общая налоговая нагрузка на ООО «Пр-

Таблица 4. Сравнительные характеристики использования действующей системы налогообложения на ООО «Прэсто» и применения льготного режима налогообложения

Показатель	Действующая система налогообложения на ООО «Прэсто»	Оптимизация налогообложения на ООО «Прэсто» путем применения льготного режима налогообложения	
		Налоговая база «доходы», 6%	Налоговая база «доходы за вычетом расходов», 15%
Общая сумма налоговых платежей, тыс. руб.	616,3	380,2	253,4
Общая налоговая нагрузка	2,72	1,7	0,85

это» будет наименьшей, сумма налоговых платежей будет также меньше.

Таким образом, наиболее выгодным путем оптимизации налоговых платежей для организации будет являться пе-

реход на специальный режим налогообложения — упрощенную систему налогообложения с использованием налоговой ставки 15%, объектом налогообложения являются доходы, уменьшенные на величину расходов.

Литература:

1. Сафонова, М. Ф. Планирование налоговых затрат как элемент учетно-налоговой системы экономического субъекта // Аудиторские ведомости. 2016. N7. С. 64–76.
2. Филенкова, Е. В., Кравцова О. В. Разработка и принятие налоговых решений субъектами малого бизнеса с учетом регионального аспекта // Молодой ученый. — 2016. — № 20. — С. 571–574.

Перспективы реализации политики импортозамещения на отечественном фармацевтическом рынке

Халатян Севак Грачинович, кандидат экономических наук, доцент
Ростовский государственный экономический университет «РИНХ»

В статье проанализированы фундаментальные аспекты обеспечения социально-экономической безопасности страны в области лекарственного обеспечения, посредством реализации политики импортозамещения. Выявлены ключевые проблемы снижения зависимости от импортных фармацевтических препаратов и изделий, Определены наиболее актуальные пути решения имеющихся в фармацевтической отрасли проблем.

Ключевые слова: фармацевтическая промышленность, фармацевтический рынок, экономический кризис, целевая государственная программа, развитие отрасли

Отечественная фармацевтическая отрасль имеет хороший потенциал развития. Из-за возникновения угрожающих тенденций, приводящих к сохранению зависимости от импортной продукции, на фоне экономического кризиса и снижения реальных доходов населения и покупательной способности национальной валюты, возникает объективная необходимость активизации мер для реализации политики импортозамещения на фармацевтическом рынке. По сути, с нашей точки зрения, импортозамещение в фармотрасле представляет собой реализацию совокупности мероприятий и процессов, способствующих сокращению импорта фармацевтической продукции путем их замещения на внутреннем фармацевтическом рынке страны, идентичными отечественными фармацевтическими средствами, отвечающим современным потребностям населения, по доступным ценам и в соответствии требованиям отечественных и международных стандартов, в том числе стандартам GMP. Для наилучшего обеспечения населения страны жизненно важными и необходимыми лекарственными средствами, а главное качественными препаратами и по доступным ценам, необходима экономически обоснованная стратегия импортозамещения не только готовых лекарственных препаратов, но и фармацевтических субстанций, вакцин и изделий медицинского назначения. В рамках ориентации на импортозамещение на фармацевтическом рынке

страны, представляется применение идентификация следующих методологий оптимизации бизнес-процессов в цепи поставок фармацевтической продукции. В-первых, следует придерживаться принципа сотрудничества посреднических предприятий и государственных органов с отечественными производителями; применение конечной стадии производства лекарственных препаратов в нашей стране; создавать производственные мощности в стране, начиная с «фундамента».

В целях грамотной реализации политики импортозамещения, продукция национальных фармацевтических производителей должна поступать в основном на внутренний рынок, при этом экспортная составляющая должны быть в пределах от пяти до десяти процентов от совокупного объема производства. Отечественные фармацевтические предприятия-производители на внутреннем рынке должны предлагать свою продукцию по ценам, которые значительно ниже цены импортных аналогов (20–30%). Одновременно с этим, закупочная деятельность по приобретению импортных лекарственных препаратов должна осуществляться в соответствии с потребностей населения, несмотря на наличие на рынке аналогичных фармацевтических средств и препаратов отечественного производства. Подобная методология способствует как повышению качества российских лекарственных средств, так и станет драйвером развития конкурентных преиму-

ществ, всей фармацевтической отрасли в целом, и фармацевтического производства, в частности.

Современные проблемы импортозамещения на отечественном фармацевтическом рынке довольно актуализированы тем, что отечественные лекарственные средства по эффективности не уступают зарубежным аналогам, имеют хорошее качество и конкурентные преимущества в ценовом аспекте. Однако, «стереотипное мышление» потенциального «клиента-обывателя» находится в плоскости, согласно которой, отечественная фарминдустрия и отечественные фармацевтические препараты значительно уступают по действенности и качеству, импортным аналогам, что на наш взгляд, является ошибочной точкой зрения клиентов. Во многом, подобное мнение сформировано под воздействием мощной маркетинговой политикой и рекламой, направленной на увеличение продаж импортных препаратов и создание общественного мнения, относительно отсталости отечественной фармацевтической индустрии, не способной, якобы, производить качественные и эффективные фармацевтические «продукты». Однако, выше исследуемое мнение, также сформировано в течение многих десятилетий, когда в двадцатом веке, фармацевтическая индустрия Советского Союза была отсталой и на фармацевтических заводах не производились действенные препараты в области кардиологии, иммунологии или онкологии. Несомненно, большинство специалистов, ученых, бизнесменов, да и просто населения, еще в девяностых годах не верили в то, что российская фармацевтическая индустрия будет ускоренно формироваться практически «с нуля». На сегодняшний день, значительный объем новейших отечественных фармацевтических «продуктов» производится на российских предприятиях, которые имеют соответствующие сертификаты и лицензии, свидетельствующие о качественном происхождении готовой продукции. Новые разработки подвергаются также клиническим исследованиям, которые, также соответствуют мировым стандартам и уровню.

Ретроспективный взгляд в прошлое, во времена СССР, позволяет сделать вывод, что на тот момент, говорить об инновационной составляющей в данной отрасли не приходится. Преобладающее большинство фармацевтических новинок (лекарственные средства и изделия медицинского назначения) в СССР были разработаны и произведены в Восточной Европе. Фундаментальной основой и толчком развития отечественной фармацевтической отрасли, в определенной степени, стали разработка стратегии «Фарма-2020», и начиная с 2011 года — реализация Государственной Федеральной целевой программы «Развитие фармацевтической и медицинской промышленности на период до 2020 года и дальнейшую перспективу» [2]. Воплощение в жизнь Государственной программы в ее умеренном оптимистическом сценарии развития к 2020 году, с учетом нынешних экономических условий в стране, позволит увеличить долю отечественной фармацевтической продукции и изделий медицинского назначения, реализуемых на россий-

ском фармацевтическом рынке, до сорока процентов в денежном выражении. Рост удельного веса отечественных фармацевтических изделий и препаратов на российском рынке в стоимостном выражении хотя бы до пятидесяти процентов — способствует уменьшению совокупных издержек на закупки фармацевтической продукции для государственных нужд от 10 до 20%, по сравнению с приобретением идентичной импортной продукции, что также приведет к снижению зависимости от курса валют и волатильности на финансовых рынках при трансформации как внешних, так и внутренних макроэкономических показателей и геополитических условий.

Разработка в рамках данной Госпрограммы инновационных фармацевтических препаратов и изделий приведет к тому, что российские фармацевтические производители смогут свести к минимуму зависимость от реализации устаревших и малоэффективных лекарственных средств, что в свою очередь сформирует фундаментальную основу модернизации и трансформации структуры всего фармацевтического рынка страны. Таким образом, будет наблюдаться тенденция увеличения современных, недорогих, и эффективных воспроизведенных фармацевтических препаратов и абсолютно новых инновационных лекарственных средств и изделий медицинского назначения. Исходя из такого сценария, можно предполагать, что подобное изменение структуры фармацевтического рынка, приведет снижению стоимости фармацевтической продукции отечественного производства до 30–40%. Результатом «воплощения в жизнь» и непосредственной реализации Государственной программы в России будет, собственно, модернизация основных предприятий-производителей в фармацевтической отрасли по международным стандартам и правилам наилучшей производственной практики, что исключительно положительно скажется на качественной составляющей производимой продукции отечественной фармацевтической промышленностью и последующему вытеснению с отечественных рынков импортных и некачественных лекарственных препаратов и изделий. Участники Госпрограммы, в частности организации и предприятия, будут иметь возможность инициировать в России разработку и непосредственное производство высокотехнологичной фармацевтической продукции, повысить уровень отечественной фармацевтики до мирового и успешно конкурировать с зарубежными производителями, как на внутреннем, так и на внешнем рынках. В результате реализации Государственной программы в части фармацевтической промышленности также значительно снизится зависимость от зарубежной сырьевой составляющей.

Исключительно важно подчеркнуть тот факт, что в современных условиях экономического кризиса в стране, существует объективная необходимость ориентации на макроэкономические показатели экономической ситуации в стране. В целом, также необходимо отметить, что в большей степени, по мнению ученых, Евстра-

това А.В. и Рябовой Г.А., «фармацевтический рынок по темпам среднегодового роста является одним из наиболее динамично развивающихся рынков в современной экономике» [1]. Речь, в первую очередь идет относительно падения покупательской способности населения, и как следствие, последующее снижение затрат населения на наиболее важные товары повседневного спроса в целом, и дальнейшая экономия на приобретении фармацевтических препаратов, а именно, переориентация на более дешевый сегмент, и более дешевые аналоги препаратов с идентичным действующим веществом. Несомненно, в ракурсе нашего внимания, также находится такой важный фактор развития отечественной фармацевтической отрасли, как дальнейшая перспектива реакции рынка на кризисные явления, что ставит вопрос об оптимизации государственных издержек на здравоохранение и лекарственное обеспечение, в том числе относительно переориентации государственных закупок на фармацевтическую продукцию отечественных производителей. Разумеется, столь значительные колебания курсов валют и снижение курса отечественной валюты, стимулирует падение продаж в коммерческом сегменте в долларовом эквиваленте, за счет большого удельного веса импортной фармпродукции на российском рынке. Необходимо принимать во внимание и то, что спрос на фармацевтическую продукцию и лекарственные препараты является неэластичным, в связи с этим — на наш взгляд, потребление фармпродукции в перспективе значительно не снизится, и мы будем наблюдать все же некую стабильность спроса на данную продукцию. Однако все больше людей, у которых снижаются реальные доходы, неизбежно будут экономить, и приобретать более дешевые аналоги дорогим лекарственным препаратам. И здесь свою нишу может

занять отечественная фармацевтическая продукция, не уступающая по качеству импортным препаратам, и реализуемая по более низким ценам. В подобной ситуации, с нашей точки зрения, отечественная фармацевтическая индустрия должна активизировать все усилия по наращиванию научно-исследовательских работ и расширять производственные возможности, тем самым вытеснять иностранных производителей с рынка. Экономический и геополитический кризис, и желание Правительства поддерживать и развивать отечественное фармацевтическое производство — являются мощными стимулами для формирования устойчивого понимания необходимости импортозамещения в исследуемой нами, фармацевтической отрасли.

Таким образом, представляется возможным заключить, что в условиях реализации Государственной программы сформируется устойчивая «почва», которая способствует решению проблем, связанных с разработкой и организацией производства медицинских изделий в сегменте высокотехнологичного и инновационного оборудования, а также изделий, которые обеспечивают в необходимом объеме национальную безопасность — это, например одноразовые медицинские изделия для хирургических операций, оборудование для проведения мероприятий по реанимации, тестовые-системы и др. Исходя из проведенного анализа, можно утверждать, что переход отечественной фармацевтической отрасли на инновационную модель развития поможет увеличить объемы отечественных произведенных медицинских изделий и фармацевтических препаратов в несколько раз, что в свою очередь минимизирует зависимость российской фармацевтической отрасли и экономики от импортной продукции.

Литература:

1. Евстратов, А. В., Рябова Г. А. Основные тенденции и перспективы развития фармацевтического рынка Российской Федерации // Молодой ученый. — 2014. — № 19. — С. 299–304.
2. Федеральная Целевая Программа «Развитие фармацевтической и медицинской промышленности Российской Федерации на период до 2020 года и дальнейшую перспективу». Электронный источник, режим доступа: <http://fcp.economy.gov.ru/cgi-bin/cis/fcp.cgi/Fcp/ViewFcp/View/2013/350> (дата обращения: 19.11.2016 г.).

Исследование проблем в организационно-правовой структуре компании Приморского края ОАО «Владхлеб»

Царев Владислав Евгеньевич, студент;
Вершина Дарья Андреевна, студент
Дальневосточный федеральный университет

В центре внимания научной работы лежит исследование проблем в организационно-правовой структуре компании ОАО «Владхлеб» г. Владивостока. В данной статье будут выявлены проблемы и пути совершенствования организационно-правовой структуры компании.

Ключевые слова: экономика, организация деятельности, бизнес, организационно-правовая структура

Введение

В Российской Федерации значительная часть организаций действует и развивается в условиях жесткого ограничения финансовых ресурсов. Ведущей задачей, решаемой на общегосударственном уровне при возникновении подобной проблемы, выступает поиск путей максимально продуктивной эксплуатации имеющихся ограниченных ресурсов и наиболее подходящей организационно-правовой формы предприятия. Проблема является наиболее острой в момент проведения реформ, которые затрагивают социальные и экономические стороны устройства окружающего общества.

Организационно-правовые формы, которые преобладают в настоящее время в Российской Федерации оказываются крайне неэффективными на предприятии по ряду параметров. Предусмотренные законодательством формы коммерческих организаций также не могут быть эксплуатированы полноценно. В современных условиях наибольшее значение приобретает выбор предпринимателем организационно-правовой формы предприятия в зависимости от вида и содержания предусмотренной к реализации деятельности. Указанное особенно важно в условиях постоянно изменяющегося гражданского законодательства, которое предлагает нам новые формы союзов для ведения некоммерческой деятельности и крестьянского хозяйства, которые в большей степени отличаются от предшествующих. Каждый инициатор коммерческой деятельности обязан всесторонне проанализировать и изучить проблемы выбора организационно-правовой формы и специфику каждой из них [4, с. 176]. Данные вопросы в статье будут рассмотрены на примере Владивостокской компании ОАО «Владхлеб», организационно-правовая форма которой — открытое акционерное общество.

Проблемы в организационно-правовой структуре компании ОАО «Владхлеб»

Под открытым акционерным обществом (ОАО) принято понимать коммерческую организацию, капитал которой разбит на акции. Ценные бумаги находятся у самих участников, которые они могут продавать, менять или дарить.

Никаких разрешений на данный вид деятельности не требуется. Участники данного общества имеют риски только в пределах своих долей. Доли, в свою очередь, прописаны в ценных бумагах. Помимо этого, участники не отвечают личным имуществом по своим обязательствам [3, с. 503].

Первостепенная разница между обществом с ограниченной ответственностью (ООО) и открытым акционерным обществом (ОАО) заключается в следующем: акционерное общество обязано ежегодно публиковать свою бухгалтерскую отчетность [3, с. 813].

Безусловно, предприятие «Владхлеб», выбрав за основу такую организационно-правовую форму, как общество с ограниченной ответственностью (ООО) обзавелось рядом преимуществ, таких как:

1. Возможность выполнения мобилизации финансовых ресурсов при их дефиците;
2. Свободная продажа и передача акций;
3. Потеря акционерами в случае банкротства фирмы только той суммы, которая первоначально была внесена ими при покупке акций;
4. Возможность быстрого и легкого перевода денежных средства из одной отрасли в другую;
5. Увеличение организационной и стратегической устойчивости компании за счет точного и строгого разделения функциональных обязанностей обладания и управления организацией [1].

Несмотря на представленный перечень преимуществ компания располагает рядом проблем, возникающих в подобного рода организационно-правовой структуре.

Ещё в 90-е года XX столетия в ходе регистрации устава у предприятия появляется множество трудностей и препятствий, связанных с бюрократическими процедурами [1]. Что тогда, что и сейчас, бюрократическая система Российской Федерации пребывает настолько неблагоприятном положении, что представляет угрозу для благополучного развития общества. Бюрократия все еще является основополагающей проблемой таких процессов, как регистрация бизнеса и его дальнейшее функционирование на начальных этапах развития.

Компания «Владхлеб» не стала исключением. При формировании общества открытого типа организация столкнулась со несколькими серьезными бюро-

кратическими барьерами. Длилось это вплоть до конца 1994 года [1].

Как известно, главной особенностью акционерного общества, которая выделяет его из ряда других юридических лиц, является эмиссия акций, как ценных бумаг, в процессе создания общества. Выпуск акций, в том числе и первичный, требует обязательной государственной регистрации [1, с. 17–18]. На этой стадии у компании так же возникли большие проблемы. Это было связано с огромным количеством бюрократических барьеров ввиду активного развития бюрократизма в стране [1].

В 2012 году компания столкнулась с ещё одной, вполне серьёзной, проблемой. И ввиду того, что компания выбрала такую организационно-правовую форму, как ОАО, отсюда последовал ещё один неприятный момент. Дело в том, что финансовое положение организации «Владхлеб» в 2012 году резко ухудшилось, так как цены на муку выросли на 46%. Учитывая необходимость обеспечения предприятия постоянным запасом сырья, учитывая условия работы с поставщиками строго по предоплате, а также ужесточение требований технических регламентов для хлебопекарной отрасли, совет директоров порекомендовал принять такое решение: не распределять прибыль по итогам 2012 года, дивиденды не выплачивать. Гендиректор «Владхлеба» Дмитрий Шинкаренко полностью поддержал эту идею, подкрепляя это тем, что ввиду перебоев с поставками муки, предприятие было вынуждено держать большой запас сырья (на 3 месяца) для бесперебойной работы, что, конечно же, требовало больших финансовых вложений [1]. Данный случай характеризует один из основных недостатков такой организационно-правовой формы, как ОАО — возникновение проблем при выплате дивидендов.

Стоит также отметить ещё один немаловажный недостаток любого открытого акционерного общества («Владхлеб» не является исключением): обязанность раскрывать годовой отчёт общества, годовую бухгалтерскую отчётность. И следствие — постоянный рост конкуренции. Дмитрий Шинкаренко заостряет внимание на том, что в настоящее время активными темпами происходит вытеснение продукции компании развивающимися торговыми сетями в городе и крае. В целях сохранения объемов производства и реализации продукции предприятие в 2012 году начало работу по выходу на рынок Дальневосточного региона. На данный момент, в 2015 году, продукция компании активными темпами распространяется за пределы Приморского края. Уже сейчас можно заметить на прилавках многих магазинов городов Хабаровского края, Камчатского края, Амурской, Магаданской и Сахалинской областей продукцию «Владхлеба» [1].

Пути совершенствования организационно-правовой структуры компании ОАО «Владхлеб»

Множество форм собственности характеризует экономику страны как разностороннюю и гибкую систему.

Большую роль играет побуждение исследования основных теоретических и практических вопросов продуктивного развития и улучшения различных организационно-правовых форм. Уровень значимости разрешения данной проблемы возвышается ввиду необходимости принятия мер по выводу экономики страны из состояния кризиса [4, с. 63–64]

Как правило, формы собственности не исключают, а дополняют друг друга. Организационно-правовые формы предприятий ссылаются на определенный тип отношений собственности, который формирует в итоге конкретный хозяйственный строй и его детализированную структуру.

Масштабы производства отечественной продукции и обеспечения продовольственной безопасности России повышается за счет совершенствования организационно-правовых форм путем государственного вмешательства с учетом повышения конкурентоспособности отраслей экономики страны. Таким образом расширяется внутренний рынок страны, и на этой основе происходит сокращение импорта продукции [2 с. 73]. Проблема совершенствования подразумевает структурирование и уточнение функций подразделений, определение соответствующих прав и функциональных обязанностей каждого руководителя и подчиненного, устранение иерархичной многоступенчатости, дублирования функций и вытекающих из этого сложных информационных потоков. Первостепенной задачей в данном случае является повышение эффективности управления.

Организационно-правовая структура нацелена, в первую очередь, на установление четких взаимосвязей между отдельными подразделениями фирмы и распределение между ними функциональных прав и ответственности. [1, с. 117]

Итак, после того, как были перечислены и проанализированы основные проблемы в организационно-правовой структуре компании «Владхлеб», необходимо найти пути их решения.

Преодоление проблем формирования и регистрации ОАО и эмиссии ценных бумаг (первые две основные проблемы, с которыми столкнулась компания), в принципе, требовало затрат лишь времени и сил. Так как основная проблема компании заключалась в жестких бюрократических барьерах. Пройти данные барьеры — это самое первое испытание, с которым сталкивается любая компания при формировании своей организационно-правовой формы. Спустя пару лет, в 1994 году, компания «Владхлеб» смогла преодолеть этот начальный этап [1]. В следствии, организацией было сформировано общество открытого типа, а так же была пройдена обязательная государственная регистрация по выпуску акций.

Если две первые проблемы, по факту, зависели лишь от неэффективной бюрократической системы государства и решались незамысловатыми путями, то следующее препятствие — возникновение проблем при выплате дивидендов, имело уже другой, более серьёзный, характер.

Данная проблема возникла по причине того, что финансовое положение компании резко ухудшилось, ввиду того, что цены на муку увеличились на 40%. Заместитель министра сельского хозяйства Николай Дранкович объяснил это двумя причинами: 1. стремительный рост цен на зерно; 2. падение курса национальной валюты [1].

В данной ситуации решению поддается лишь первый пункт, так как второй зависит от множества политико-экономических факторов, изменение которых лежит на национальном и международном уровнях. Компания «Владхлеб» напрямую взаимодействует с несколькими оптовыми компаниями, торгующими сырьём для пекарни. В 2012 году произошло так, что цены у поставщиков выросли моментально на 40%. Компания совсем не ожидала такого поворота событий и вошла в критическое финансовое положение. Но всегда можно найти какой-либо компромисс между поставщиком и заказчиком, дабы сгладить сложившуюся неблагоприятную для заказчика ситуацию, и повернуть всё в положительную сторону для обеих сторон. Наиболее эффективный способ — предложить поставщику наиболее выгодное обоюдное соглашение. Например, изменить условия платежа, доставки, отгрузки и тому подобное, которые будут более приемлемы именно для поставщика. Тем самым, издержки компании немного повысятся, безусловно, но при этом, у «Владхлеба» появляется прекрасная возможность договориться о значительной скидке на стоимость сырья, учитывая то, что сотрудничают компании уже на протяжении долгого времени. Таким способом можно, хоть и не решить, но в значительной степени сгладить критическое финансовое положение компании. И в следствии, возможен такой расклад, что совет директоров решит в конечном счёте распределить прибыль по итогам года и выплатить дивиденды акционерам и участникам.

Ещё одна проблема, с которой столкнулась компания «Владхлеб», и сталкивается любая другая организация, зарегистрировавшая себя как ОАО — обязанность раскрывать годовой отчёт общества, годовую бухгалтерскую отчётность (согласно Гражданскому Кодексу Российской Федерации).

Из этого следует, что всевозможные отчетные документы со статистическими показателями хранятся на сайте компании и доступны в открытом доступе в сети Ин-

тернет. Конкурентоспособность продукции, в том числе и компании «Владхлеб», тем самым падает. Всё это происходит ввиду появления новых развивающихся огромных торговых сетей, которые вытесняют продукцию компании «Владхлеб» с рынка г. Владивостока и Приморского края в целом, так как имеет в своём распоряжении полную базу данных и расходах и доходам других компаний.

В данном случае присутствует лишь один путь выхода из данной ситуации, которому, собственно, компания «Владхлеб» следует последние несколько лет — распространение продукции компании за пределы Приморского края, на рынок Дальневосточного региона. Тем самым происходит расширение сферы влияния организации. Если продукт конкурентоспособен по своей сути, то пробиться на другие рынки и занять свою нишу у него не составит труда.

Заключение

Из всего вышесказанного следует следующий вывод: мониторинг развития отрасли на ближайшую перспективу в целом располагает положительными результатами и позволяет утвердить благоприятные условия для дальнейшего расширения сферы деятельности ОАО «Владхлеб».

К числу возможных факторов риска, способных оказать влияние на развитие хлебопекарной деятельности компании ОАО «Владхлеб», следует отнести:

1. Снижение спроса на производимый компанией вид продукции;
2. Возможное возникновение проблем в целом отрасли;
3. Рост конкуренции на внутреннем рынке ввиду стремительного развития и освоения отрасли;
4. Рост цен на сырьё, предоставляемое поставщиками.

Основным фактором предполагаемого сокращения объемов реализации продукции компании ОАО «Владхлеб» является конкуренция со стороны местных небольших производственных организаций, расположенных в г. Владивостоке.

Для сокращения риска возникновения данных факторов ОАО «Владхлеб» проводит гибкую ценовую политику и укрепляет связи с партнерами.

Литература:

1. Золотов, Б. А. Организационное проектирование: учебно-методическое пособие / Б. А. Золотов, В. И. Золотова — Владивосток: Издательство Дальневосточный федеральный ун-т, Шк. экономики и менеджмента. — Владивосток: Дальневосточный федеральный ун-т, 2014. — 126 с.
2. Макарова, О. А. Корпоративное законодательство и пути его совершенствования / О. А. Макарова. — Москва: Издательство Правоведение, 2010—98 с.
3. Раицкий, К. А. Экономика организации / К. А. Раицкий — Москва: Издательство Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2013. — 1012 с.
4. Федорова, Н. Н. Организационная структура управления предприятием: Учебное пособие / Н. Н. Федорова — Москва: Издательство ТК Велби, 2010. — 256 с.
5. Официальный сайт ОАО «Владхлеб» — Электронный ресурс. Режим доступа: <http://www.vladhlebu.ru>

Развитие каналов распределения в электронной коммерции

Чеботарева Наталья Викторовна, ассистент;

Машков Андрей Сергеевич, студент

Донской государственный технический университет (г. Ростов-на-Дону)

Основными вопросами в процессе хозяйственной деятельности предприятия являются снабжение, производство и сбыт готовой продукции. Под сбытом подразумевается доведение готовой продукции до потребителя, это ключевое звено в функционировании предприятия, заключительный этап в его деятельности. Если система сбыта на предприятии не налажена должным образом, то предприятие несет убытки, теряет потенциальных и постоянных клиентов.

С развитием сети Интернет в мире возникают новые тенденции в системах распределения. [2] Глобальная сеть дает возможность компаниям взаимодействовать с клиентами из любой точки мира, упростить информационный обмен, предоставить максимально подробную информацию без каких-либо значительных материальных затрат. Интернет дает возможность продвижения, ведения переговоров, осуществления заказа, оплаты, информирования. Однозначно Интернет обладает несравнимо большей конкурентоспособностью по сравнению с традиционными каналами распределения. Поэтому бизнес стремительно уходит в Интернет, и в этой сфере его контролирует тот, кто владеет сетевой инфраструктурой. Без доступа к глобальному рынку традиционные экономические факторы теряют конкурентоспособность. [5]

Таким образом, в мировой экономике возникло четыре основных тенденции развития электронной коммерции [8]:

1. Рост глобального экономического значения бизнес-сетей.
2. Разделение информационных и товарных потоков, глобализация сделок.
3. Появление новых интернет-отраслей экономики.
4. Глобальное перераспределение информационных и материальных потоков.

Западные экономисты прямо указывают на то, что электронная коммерция сегодня — это «один из последних участков, где бизнес может получить преимущества и место для будущей глобальной конкуренции». [1] Согласно исследованию Ассоциации компаний интернет-торговли (АКИТ), по результатам первого полугодия 2016 года российский рынок интернет-торговли достиг объема 405 млрд рублей и показал рост на 26% по сравнению с первым полугодием 2015 года. [3] Важно отметить, что такому развитию электронной коммерции также способствует и трансформация традиционных форм денег в электронную. [9] Причиной расцвета электронных денег стала объективная потребность общества в быстром, недорогом и удобном инструменте удаленных расчетов.

Появление новых денег и развитие электронной коммерции — это результат развития технологий, глобализации и повсеместного использования интернета. Интернет создает идеальное пространство, где множество новых электронных валют успешно сосуществуют с национальными. Виртуальное пространство дает неограниченные возможности электронному рынку, оно самоорганизующееся, неконтролируемое и расширяющееся до бесконечности. В современных условиях значительное число экономических субъектов стало осуществлять свою деятельность в виртуальной среде, что способствует расширению способов взаимодействия между субъектами посредством технических устройств — персональных компьютеров и смартфонов. Виртуальная экономика становится достаточно прибыльной сферой. Большинство предпринимателей, создавая интернет-магазины, стремятся предложить покупателям различные формы оплаты, что безусловно является их конкурентным преимуществом.

Интернет — это канал распределения XXI века.

Итак, для начала разберемся, что же такое канал распределения? Согласно определению Канке А. А., канал распределения — это совокупность организаций и отдельных лиц, которые принимают на себя или помогают передать другому право собственности на конкретный товар или услугу на пути от производителя к потребителю. [6] Использование каналов распределения дает предприятиям ряд преимуществ: сокращение финансовых затрат на распределение продукции, возможность инвестирования сэкономленных средств, более эффективную реализацию продукции, повышение доступности продукции и доведение её до целевых рынков, сокращение объемов работ по распределению продукции.

В электронной коммерции выделяют три канала распределения, прямые, косвенные и смешанные. [7]

Структура **прямого канала** предполагает продажу товара производителем непосредственно потребителю, минуя всяких посредников. Система электронных запасов позволяет производителю объединить нескольких своих поставщиков. Система электронной поддержки ассортимента позволяет компании агрегировать более широкий ассортимент, чем тот, который возможен в физической точке продажи. Характерными особенностями прямых каналов распределения являются:

- сравнительно небольшой объем сбыта;
- тесный контакт изготовителя с потребителем;
- гибкая ценовая политика;
- отличное знание продавцом свойств продаваемого товара;

– устойчивое финансовое положение производителя (у производителя хватает средств для организации собственной системы сбыта);

– широкие возможности технического обслуживания продаваемых изделий;

– высокая прибыль (по сравнению с прибылью при использовании других каналов распределения);

– высокое качество и информативность обратной связи с потребителями.

Косвенный канал всегда подразумевает использование посредников. Обычно в косвенных каналах наблюдается сочетание использования Интернета с традиционными каналами. Такие каналы предусматривают сначала перемещение товаров от производителя к посреднику, а потом от посредника к потребителю. Косвенные каналы распределения организуют компании, которые готовы отказать от полного контроля над сбытом и пойти на некоторое ослабление контактов с потребителями, получая взамен снижение расходов на сбыт, выход на новые рынки и более интенсивный сбыт на уже освоенных рынках.

Среди особенностей косвенных каналов распределения можно выделить:

– относительно высокий объем сбыта;

– сравнительно низкий уровень контактов производителя с потребителями;

– несколько менее гибкая, чем в прямых каналах распределения ценовая политика (обычно требует согласования действий посредников с производителем);

– наличие недостатков в знании продавцом свойств продаваемого товара;

– в некоторых случаях относительно слабое финансовое состояние производителя или недостаточное знание им рынка сбыта своей продукции;

– низкие или средние возможности технического обслуживания продаваемых изделий;

– сравнительно низкая прибыль производителя (на единицу проданного товара).

Смешанным канал называется тогда, когда в нем объединены усилия нескольких производителей и их посредников, предоставляющих свои товары и услуги потребителю в едином пакете. Такими каналами пользуются производители информационных продуктов и услуг.

Количество посредников в цепочке движения товара от производителя к потребителю определяет количество уровней в канале распределения. Прямой канал распределения является каналом нулевого уровня. Канал, в котором между производителем и потребителем находится, например, предприятие розничной торговли, считается одноуровневым. Если товар от производителя поступает сначала оптовику, а от него в магазины и далее потребителям, такой канал будет двухуровневым и т.д.

В интернет наибольшее распространение получили одноуровневые каналы распределения и каналы нулевого уровня. Тем не менее, инфраструктура интернет-бизнеса постоянно растет, что не может не сказаться на организации сбыта товаров и услуг интернет-компаний.

В ближайшее время можно ожидать более широкое распространение в сети многоуровневых каналов распределения.

Использование сети Интернет как канала распределения привело к появлению новых видов посредников, таких как информационные посредники (infomediaries). Эти организации не принимают на себя права владения товаром, а выполняют функции агента, ведущего переговоры с другими участниками канала. Информационные посредники включают брокеров и агрегаторов. Брокеры могут выполнять функцию предоставления потребителям информации о наличии и цене товаров. При принятии потребителем решения о приобретении товара брокеры отсылают его на сайт производителя или торгового представителя для заключения сделки.

Также одним из новых каналов распределения является дропшипинг (Dropship) — реализация товаров производителя посредником. [8] Ключевым отличием является то, что купленный товар отправляется покупателю напрямую от производителя, розничной реализацией товара занимаются партнеры компании, которые обеспечивают «витрину» (интернет-магазин или интернет-аукцион), маркетинг, продвижение, прием заказов от конечных покупателей, оформление сделок и, конечно же, прием оплаты за проданный товар. Данные о сделанных заказах и плату за них партнер передает компании-производителю, которая берёт на себя все заботы по упаковке и пересылке товара покупателю. Сам же партнер не имеет ни собственного склада, ни товарного запаса. Прибыль посредника формируется за счёт разницы между оптовой ценой, которую он платит производителю, и розничной ценой, по которой продаёт товар клиенту.

Проблемы использования интернет как канала распределения для потребителей связаны с доверием. [4] Создать интернет-магазин гораздо проще, чем построить обычный физический магазин, поэтому многие мелкие компании могут создать кажущиеся очень привлекательными виртуальные магазины. Однако в таких магазинах потребители лишены возможности использовать привычные им сигналы качества (местоположение магазина, интерьер, атмосфера, репутация), поэтому не совсем доверяют качеству предлагаемых им товаров и услуг, опасаются сообщать информацию о себе, что затрудняет процедуру сбыта.

Эти вопросы должны осознаваться компаниями и организациями, принимающими решения об использовании интернет-среды, и учитываться при планировании маркетинговых коммуникаций.

Внедрение интернет-канала распределения на предприятии позволяет увеличить объемы продаж продукции. В условиях глобальной конкуренции электронная коммерция позволяет неограниченно наращивать продажи в стране, не имея в ней никакого физического присутствия. Электронный бизнес транснационален и трансграничен, тем самым охватывает все большую целевую аудиторию.

Литература:

1. Бергер, Э. Дж. Е-коммерция и цепи поставок: ломка прежних границ. Управление цепями поставок / под ред. Дж. Л. Гатторны. М.: Инфра-М, 2008.
2. Губарь, О. В., Дмитриева В. Д., Попов М. В. Институционализация инновационной среды интернет-формата // Коллективная монография. Потенциал и перспективы экономического развития России в условиях модернизации / Под ред. Г. Б. Клейнера, О. Ю. Мамедова, В. В. Сорокожердьева. — Москва: Современная экономика и право, 2012. — С. 206–243 (2,4 п.л./0,8 п.л.).
3. Интернет-торговля. Итоги 1 полугодия 2016 [Электронный ресурс] / Ассоциация компаний интернет торговли /URL: http://www.akit.ru/analitika_1p2016/ (дата обращения 17.11.2016).
4. Калинина, А. Э. Интернет-бизнес и электронная коммерция. Волгоград: ВолГУ, 2004.
5. Котлер, Ф. 300 ключевых вопросов маркетинга: отвечает Филипп Котлер. М.: Олимп-Бизнес, 2006.
6. Макаренко, М. В., Канке А. А. Закупочная и распределительная логистика. М.: ГУУ, 2003. 170 с.
7. Наумов, В. Н. Развитие принципов маркетинга взаимодействия для управления каналами сбыта // Проблемы современной экономики. 2008. № 2. С. 222–226.
8. Петрик, Е. А. Интернет-маркетинг: учеб. пособие. М.: Изд-во Московская финансово-промышленная академия, 2004. 299 с.
9. Чеботарева, Н. В. «Систематизация и развитие теоретических подходов к сущности электронных денег // Гуманитарные и социально-экономические науки. 2014 № 3.

Особенности бухгалтерского учета для субъектов малого предпринимательства

Чинахова Светлана Едвартовна, кандидат экономических наук, доцент;
Елина Ирина Андреевна, магистрант
Тольяттинский государственный университет

Данная статья написана на довольно актуальную тему, поскольку организации в настоящее время, относящиеся к представителям малого бизнеса, могут пользоваться некоторыми «поблажками» в части ведения бухгалтерского учета. Наиболее актуален этот вопрос для тех юридических лиц, которые используют налоговые специальные режимы. Что представляет собой понятие «упрощенный бухгалтерский учет»? Значительно облегчить ведение бухгалтерского учета на УСН, а так же налоговый и кадровый учет может этот метод. Поэтому стоит попробовать применить этот метод представителям малого бизнеса, чтобы минимизировать риски и сэкономить время.

Целью работы является более подробное изучение особенностей бухгалтерского учета для субъектов малого предпринимательства.

Ключевые слова: бухгалтерский учет, особенности бухгалтерского учета, малые предприятия, малый бизнес, упрощенный бухгалтерский учет

Для начала необходимо выяснить то, что бухучет должны вести все организации, эта обязанность никак не связана с тем, какой налоговый режим они применяют. Наиболее простым вариантом бухучета могут воспользоваться только те юридические лица, которые зарегистрированы как субъекты малого бизнеса. По видам, на которые классифицируется бизнес, различают, малое, среднее и крупное предпринимательство, мы уже писали ранее [7, с. 45].

Напомним про некоторые изменения, а именно: с июля 2015 года предельные размеры выручки по каждой группе были увеличены ровно в 2 раза. Поэтому есть смысл проанализировать показатели деятельности своей компании

и определить, к какому типу бизнеса она относится. С увеличением предельных объемов выручки для малых фирм с 400 до 800 млн рублей ваша организация вполне может попасть именно в эту группу.

Возможность вести упрощенный вариант бухучета закреплена за малым бизнесом законом «О бухгалтерском учете» № 402-ФЗ от 06.12.2011 г. и другими нормами законодательства, утверждающими изменения к нему [2].

Закон не содержит описаний конкретных моментов, которыми могут руководствоваться малый бизнес. Для того чтобы понять, что не должны делать представители малого бизнеса, следует отметить иные акты, которыми регламентируется бухгалтерским учетом.

Для начала отметим, что малое предпринимательство имеет право не применять ряд ПБУ или определенных его положений. К примеру, субъекты малого бизнеса могут не применять такие стандарты как налог на прибыль и положение об условных активах или обязательствах. Субъекты малого бизнеса имеют право списывать проценты по кредитам и займам в иные доходы, независимо от статьи расходов заемных средств, а другие остальные представители малого бизнеса, наоборот о расходах по кредитам или займам обязаны отдельно учитывать заемные средства, которые потрачены на приобретение активов по инвестициям.

Субъектам малого бизнеса по данным ПБУ 22/2010 (об исправлении и обнаружении ошибок) разрешено устранять все найденные ошибки в базисном периоде, при этом не имеет значения то, существенная ошибка или нет. Также нет необходимости в перспективном пересчете определенных показателей [1].

Что же означает упрощенный бухгалтерский учет для малых предприятий?

Субъекты малого бизнеса имеют право использовать не все счета плана счетов — иначе говоря, отбросить лишние счета. Приведем пример. Те кто занимается производством, учет затрат рекомендуется вести на 20 счете «Основное производство», а при желании приписать к нему субсчета, как говорится для более детального описания информации о деятельности. А другие же счета (23 «Вспомогательные производства», 25 «Общепроизводственные расходы», 26 «Общехозяйственные расходы», 28 «Брак в производстве»), можно убрать. Таким же методом пересматриваются счета и по другим группам операций.

Где же должна отражаться вся информация? Для конкретных субъектов малого бизнеса достаточным будет вести только Книгу учета хозяйствования. Это является одним из самых простых вариантов хозяйствования. Если довольно много операций, то к Книге учета хозяйствования следует предусмотреть специальные необходимые регистры на определенную группу имущества. При ведении бухгалтерского учета субъектам малого бизнеса необходимо помнить 2 момента:

1. Бухгалтерский учет необходимо вести в объеме, который будет позволять выводить остатки по счетам и составлять бухгалтерскую отчетность, плюс хорошо информировать существующее руководство.

2. Каждый субъект малого бизнеса может стать крупной организацией, так как жизнь не стоит на месте, а цель любого бизнеса — получение и максимизация прибыли. Поэтому чтобы в будущем не коснулись сложности с составлением необходимой полной бухгалтерской отчетности и обеспечением сравнимости базисных показателей с цифрами предшествующих периодов, запускать бухгалтерский учет нельзя — вести его следует качественно.

Теперь про упрощенную бухгалтерскую отчетность для представителей малого бизнеса. У «малышей» есть три варианта, как формировать бухгалтерскую отчетность.

Во-первых, можно формировать отчетность по общим правилам. То есть составлять баланс и все приложения к нему, а также пояснения. А также прикладывать к отчетности аудиторское заключение (если фирма подлежит обязательному аудиту, что для малого бизнеса редкость).

Во-вторых, допускается составление только двух основных форм: бухгалтерского баланса и отчета о финансовых результатах. Вторая форма в приказе Минфина России от 2 июля 2010 г. № 66н (далее — приказ № 66н) до сих пор называется «отчет о прибылях и убытках». Однако в Федеральном законе от 6 декабря 2011 г. № 402-ФЗ «О бухгалтерском учете» (далее — Закон № 402-ФЗ) используется именно термин «Отчет о финансовых результатах». Хотя по сути это тот же отчет о прибылях и убытках.

При этом разрешено приводить укрупненные показатели. То есть только по группам статей, без дополнительной расшифровки. Например, всем организациям нужно разделять дебиторскую задолженность как минимум на краткосрочную и долгосрочную. «Малышам» достаточно заполнить в балансе строку 1230 и все. Что касается остальных приложений, то тут такая ситуация. В отчетах об изменениях капитала и о движении денежных средств организация вправе приводить только наиболее важную информацию, без знания которой нельзя оценить финансовое положение организации или результаты ее деятельности. Соответственно, если по мнению бухгалтера отражать в данных отчетах нечего, то их можно не заполнять. Что касается пояснений, то их заполняют только если есть, что уточнять и расшифровывать. Хотя, как мы уже сказали, включать в состав бухгалтерской отчетности для ИФНС и Росстата пояснения в табличной либо текстовой форме можно на свое усмотрение.

Иначе говоря, субъекты малого бизнеса могут не сдавать в ИФНС и Росстат отчет об изменениях капитала и отчет о движении денежных средств — пени и неустойки за данные действия не платят. Тем более санкций же за то, что не заполнены пояснения к документации, вообще быть не может. То есть пояснения не являются обязательным элементом.

В-третьих, для малых предприятий предусмотрены упрощенные формы баланса и отчета о финансовых результатах. Их данные приведены в приложении № 5 к приказу № 66н. Различие этих форм от социально приятных показателей укрупнены. То есть актив баланса состоит всего лишь из одного раздела, а не двух как в данных полной отчетности. А сам итоговый показатель и есть баланс. Пассив также существенно укрупнен: в пассиве имеется один раздел, а не три. Сам показатель лишь шесть плюс итоговый, то есть сам баланс. Если решить заполнять упрощенные формы, можно обнаружить то, что показатели еще более укрупнены. Поэтому почти все строки включают в себя несколько строк из основной формы отчетности. Нужно отметить тот код строки, которому соответствует самый большой удельный вес. Это прописано в пункте 5 приказа № 66н. Также необходимо отметить,

что сдавать бухгалтерскую отчетность надо в налоговую инспекцию и подразделение Росстата по месту нахождения фирмы. Предоставить данную отчетность необходимо не позднее 3 месяцев после окончания отчетного года. Так как 31 марта выпадает, например, на рабочий день, то это и есть самый крайний срок. Представить отчетность в ИФНС и Росстат можно как в электронной форме через Интернет, так и на бумаге в письменной форме. Никаких конкретных требований на данный счет в законодательстве нет.

Для субъектов малого бизнеса также существует главный момент в возможности ведения упрощенного бухгалтерского учета: такие юридические лица имеют право использовать кассовый метод (признавать доходы или расходы по факту их оплаты). Где же здесь положительный момент? Это довольно удобно для тех, кто пользуется упрощенной системой ведения бухгалтерского учета. В данном случае субъекты малого бизнеса используют только один метод и для ведения бухгалтерии, и для исчисления налога.

Субъекты малого бизнеса формируют отчетные бухгалтерские формы как по основным правилам, куда включают баланс, отчет о финансовых результатах и иные документы в виде приложений к ним, так и по «наиболее простым» — только баланс и отчет о финансовых результатах. Если выбирать последний вариант, значения показателей в таблицах отчетных форм разрешается показывать укрупнено. Также не обязательны и пояснения — они требуются только в определенных случаях, когда есть информация для пояснения.

Субъекты малого бизнеса используют упрощенные формы отчетности: определенные бланки предусмотрены для баланса и отчета о финансовых результатах (не такие как для основных предприятий). Данные бланки различаются по стандартным формам и в них отражаются больше показателей, чем в упрощенной системе. Например, если баланс состоит из 2 коротких разделов: актив имеет 4 показателя, а пассив — 5. Формы унифицированы, их можно

увидеть среди приложений к Приказу Минфина № 66н от 02.07.2010 г [4].

Таким образом, для малых предприятий есть особая «поблажка»: такие фирмы могут вести учет в регистрах без использования стандартной для бухучета двойной записи. Но здесь немного главных ограничений. Во-первых, двойная запись взаимосвязана с кассовым учетом. То есть, если делается выбор в пользу кассового метода, то в любом случае ведете бухгалтерский двойной записью — иного варианта не может быть. Если же отказываться от двойной записи, то учет ведется методом начисления. Во-вторых, льготу в виде неприменения двойной записи необходимо использовать с высокой осторожностью: малая организация может вырасти, а вот восстановить бухгалтерский учет за иные годы будет довольно сложно, как в плане финансовых затрат, так и в плане трудовых ресурсов.

Таким образом, на основании вышеизложенного можно отметить, что особенностей бухгалтерского учета для малого предпринимательства множество.

Во-первых, это сокращенная система налогообложения, которая действует в соответствии с НК РФ в редакции 2016 года [3].

Во-вторых, бухгалтерский учет должен вестись в объеме, который будет позволять выводить остатки по счетам и составлять бухгалтерскую отчетность, плюс обеспечивать руководство необходимым объемом информации.

В-третьих, любой объект СМП может вырасти в более крупную организацию — жизнь не стоит на месте, а цель любого бизнеса — расширение деятельности и наращивание объемов прибыли.

В-четвертых, проверка бухгалтерской отчетности, также осуществляется в облегченном порядке.

Таким образом, все перечисленные особенности ведения бухгалтерского учета на малом предприятии облегчают работу, как главного бухгалтера, так и руководителя малого предприятия.

Литература:

1. ПБУ 22/2010 «Исправление ошибок в бухгалтерском учете и отчетности».
2. Федеральный закон «О бухгалтерском учете» от 06.12.2011 № 402-ФЗ (действующая редакция, 2016).
3. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 05.08.2000 № 117-ФЗ (ред. от 03.07.2016) (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.10.2016).
4. Приказ Минфина России от 02.07.2010 № 66н (ред. от 06.04.2015) «О формах бухгалтерской отчетности организаций» (Зарегистрировано в Минюсте России 02.08.2010 № 18023).
5. Лапуста, М. Г., Старостин Ю. Л. Малое предпринимательство М. ИНФРА-М, 2014.
6. Оноприенко, В. И. «Малые предприятия: Опыт, проблемы» М.: Профиздат, 2014.
7. Певзнер, А. Г. «Новое о малых предприятиях» М.: АО «Факт», выпуск 2, 2016.
8. Серегин, А. С. «Эффективность малого бизнеса». М.: Экономика, 2015.
9. Новости Малого Бизнеса. Электронный журнал. Выпуск № 44 от 02.11.15.

Классификация затрат для калькулирования и оценки стоимости запасов и реализованной продукции

Чинахова Светлана Едвартовна, кандидат экономических наук, доцент;
Фокеева Мария Валерьевна, магистрант
Тольяттинский государственный университет

В современных условиях рыночной конкуренции одной из первоочередных задач управленческого персонала производственных предприятий является постоянное повышение эффективности производственного процесса путем оптимизации затрат и снижения себестоимости продукции. Затраты и себестоимость продукции являются важнейшими экономическими категориями, так как их уровень во многом определяет величину прибыли и рентабельности производства. В связи с этим, для принятия управленческих решений, возникает необходимость применения экономически обоснованной классификации затрат по определенным признакам. Классификация затрат имеет важное значение для со-

вершенствования управленческого учета, планирования, выявления путей и резервов снижения себестоимости продукции.

В экономической литературе существует множество подходов к классификации затрат. Проблемы классификации затрат на производство являются объектом исследования таких современных отечественных экономистов как: Карпова Т. П., Демина И. Д., Вахрушева О. Б., Гудович Г. К., Асаул А. Н., Глущенко И. Н. и других ученых.

Для того чтобы исследовать подходы к вопросу о классификации производственных затрат, необходимо рассмотреть определение термина «затраты на производство» различных экономистов (Таблица 1).

Таблица 1. Обзор определений термина «затраты на производство»

Автор	Определение термина «затраты на производство»
Карпова Т. П.	Затраты на производство — совокупность расходов предприятия на производство продукции (работ и услуг) и ее реализацию, выраженных в денежной форме [8].
Демина И. Д.	Стоимостное выражение живого и овеществленного труда на производство и реализацию продукции (выполнение работ, оказание услуг) является затратами организации [7].
Гудович Г. К.	Затраты на производство — это часть затрат предприятия, которые израсходованы на изготовление продукции, выполнение работ и оказание услуг за отчетный период времени [6].
Асаул А. Н.	Затраты — это объем ресурсов, используемых на производство и сбыт продукции, трансформирующихся в себестоимость продукции, работ или услуг [3].
Глущенко И. Н.	Затраты — это ресурсы — материальные, трудовые, денежные, использованные в отчетный период на производство [5].

Таким образом, исследование данной категории позволило сделать вывод о том, что в науке и практике под затратами на производство понимают денежное выражение затрат, которые непосредственно связаны с производством и реализацией выпускаемого продукта.

Для целей финансового учета в соответствии с ПБУ 10/99 «Расходы организации» по экономическим элементам затраты на производство делятся на [2]:

- материальные (за вычетом стоимости возвратных отходов);
- затраты на оплату труда;
- отчисления на социальные нужды;
- амортизация;
- прочие затраты.

Следует отметить, что перечни экономических элементов затрат в нормативных документах по бухгалтерскому учету и налогообложению не совпадают. В Налоговом Кодексе РФ (гл. 25, ст. 252) расходы группируются по четырем элементам [1]:

- материальные расходы;
- расходы на оплату труда;
- суммы начисленной амортизации;
- прочие расходы.

Предприятия, работающие в условиях рыночной конкуренции, не могут ограничиться группировкой затрат по элементам, предусмотренной финансовым и налоговым учетом. Для обеспечения роста прибыльности и рентабельности производства путем оптимизации затрат, необходима реорганизация работы бухгалтерских подразделений путем выделения бухгалтеров, занимающихся управленческим учетом затрат на производство продукции. В рамках такой системы затраты на производство будут учитываться следующим образом (Рисунок 1).

В рамках управленческого учета руководство организации самостоятельно принимает решение, в каких разрезах классифицировать затраты на производство. Универсальной системы классификации затрат подходящей любой организации не существует, так как все предпри-



Рис. 1. Схема классификации затрат на производство

ятия отличаются размерами, особенностями технологии, техники и организации производства, номенклатурой, возможностями организации учета, а так же целями управленческого учета затрат.

Целями управленческого учета затрат по различным признакам могут быть:

- калькулирование и оценка готовой продукции, выполненных работ, оказанных услуг;
- принятие управленческих решений и планирование затрат;
- контроль и регулирование затрат.

В экономической литературе встречается множество вариантов классификации затрат. Рассмотрим классификацию затрат для целей калькулирования и оценки стоимости произведенной продукции отдельными современными отечественными экономистами.

Варианты классификации затрат на производство для калькулирования и оценки произведенной продукции экономистами Карповой Т.П., Демной И.Д. и Вахрушевой О.Б. представлены в таблице 2.

Карпова Т.П. помимо группировки затрат по экономическим элементам, предусмотренной финансовым учетом, в рамках управленческого учета предлагает классифицировать затраты предприятия еще по четырем направлениям: по экономической роли в технологическом процессе, по способу включения в себестоимость продукции, по временным периодам и по отношению к себестоимости.

По роли в технологическом процессе изготовления продукта и целевому назначению затраты подразделяются на: основные — непосредственно связанные с процессом производства (затраты на сырье, материалы и полуфабрикаты, вещественно входящих в продукт; стоимость топлива и энергии, израсходованных на технологические цели и т.д.); и накладные — затраты, образующиеся в связи с организацией, обслуживанием производства, продажей товаров и управлением.

По способу включения в себестоимость затраты организации делят на: прямые — затраты на производство конкретного вида товара (сырье, материалы, заработная плата производственных рабочих и т.д.); косвенные — связанные с выпуском нескольких видов товаров (затраты по управлению и обслуживанию производства).

Для калькулирования себестоимости, оценки активов и исчисления прибыли предприятия важную роль играет распределение затрат между запасами и реализованной продукцией. Это является предпосылкой для разделения затрат на входящие — от которых ожидается доход в будущем и истекшие — которые принесли доход и потеряли способность принести его в будущем. К входящим относят затраты, формирующие стоимость незавершенного производства и продукции на складе. К истекшим относят затраты формирующие себестоимость реализованной продукции.

Поскольку в себестоимость продукции включаются не все затраты отчетного периода, а лишь непосредственно относящиеся к ней, имеет смысл разделение затрат на затраты отчетного периода — то есть не включаемые в себестоимость расходы и затраты, включаемые в себестоимость.

Более широкий перечень затрат сгруппированных по определенным признакам дает кандидат экономических наук, профессор Вахрушева О.Б.

Помимо предложенных Карповой Т.П. критериев деления затрат, Вахрушева О.Б. предлагает в рамках управленческого учета для целей исчисления себестоимости продукции группировать затраты: по составу, по участию в процессе производства, по отношению к планированию.

По составу затраты подразделяют на одноэлементные (материалы, заработная плата, амортизация и т.п.) и комплексные — состоящие из нескольких элементов (общепроизводственные, общехозяйственные расходы).

По участию в процессе производства выделяют производственные — связанные с производством продукции и внепроизводственные — расходы на продажу.

Таблица 2. Варианты классификации затрат для калькулирования и оценки произведенной продукции

Классификационный признак затрат	Карпова Т. П.	Вахрушева О. Б.	Демина И. Д.
По экономическому содержанию	По экономическим элементам	По элементам и статьям калькуляции	По элементам и статьям калькуляции
По экономической роли в технологическом процессе	Основные и накладные	Основные и накладные	Основные и накладные
По составу		Одноэлементные и комплексные	Одноэлементные и комплексные
По способу включения в себестоимость продукции	Прямые и косвенные	Прямые и косвенные	Прямые и косвенные
В зависимости от периодичности возникновения			Текущие и единовременные
По участию в процессе производства		Производственные и внепроизводственные	Производственные и непроизводственные затраты
По эффективности			Производительные и непроизводительные затраты
По возможности нормирования			Нормируемые и ненормируемые
По временным периодам	Входящие и истекшие	Входящие и истекшие	Затраты предшествующих периодов, расчетного (отчетного) периода и будущих периодов
По отношению к планированию		Планируемые и непланируемые	
По отношению к себестоимости	Включаемые в себестоимость и затраты отчетного периода	Включаемые в себестоимость и затраты отчетного периода	Включаемые и не включаемые

По отношению к планированию на предприятии выделяют затраты: планируемые — производительные расходы организации, предусмотренные сметой затрат на производство и непланируемые — непроизводительные расходы, которых можно было избежать (потери от брака, простоев).

Наиболее объемную классификацию затрат из представленных предлагает автор учебника «Управленческий учет» Демина И.Д. Данная классификация дополнительно включает группировку затрат: в зависимости от периодичности возникновения, по эффективности, по возможности нормирования.

В зависимости от периодичности возникновения затраты подразделяются на текущие (имеющие периодичность возникновения: затраты на сырье и материалы, заработную плату основных производственных рабочих) и единовременные (однократные затраты: на подготовку и освоение новых производств и т.п.).

По эффективности различают производительные и непроизводительные затраты. Производительными являются

затраты на производство продукции определенного качества при эффективной технологии и организации производства. Непроизводительные затраты возникают вследствие нарушения технологии и организации производства (потери от простоев, оплата сверхурочных работ и т.д.).

По возможности нормирования затраты подразделяются на нормируемые и ненормируемые. Нормируемые затраты определяются в организации исходя из особенностей технологического процесса включаются в нормативную базу материальные затраты, заработная плата производственных рабочих и т.д.). По ненормируемым затратам нормы не устанавливаются. Это связано либо с большими трудозатратами, либо с качественными характеристиками таких затрат (потери от простоев, оплата сверхурочных работ и т.д.).

Руководство предприятия самостоятельно выбирает систему классификации затрат исходя из специфики производства, перечня и мест возникновения затрат, сформированной системы учета и контроля. Экономически обоснованная классификация затрат имеет важное значение

для анализа и управления себестоимостью продукции на предприятии. Она дает возможность для оперативного анализа затрат включаемых в себестоимость продукции, для обеспечения управленческого персонала информацией, необходимой для анализа и управления себестоимостью продукции.

Изучение теоретических аспектов классификации затрат позволит в дальнейшем выработать классификацию затрат подходящую для конкретных предприятий с учетом их размеров, особенностями технологии, техники и организации производства, номенклатурой, возможностями организации учета, а так же целями управленческого учета затрат.

Научная новизна проведенного исследования состоит в теоретическом обосновании и исследовании подходов

к классификации затрат для калькулирования и оценки стоимости запасов и реализованной продукции.

Практическая значимость исследования состоит в том, что сформулированные в работе теоретические положения направлены на совершенствование анализа и управления себестоимостью на основе обеспечения экономически обоснованной классификации затрат для калькулирования и оценки стоимости запасов и реализованной продукции.

Результаты, полученные в ходе исследования, способствуют развитию теории и практики формирования системы классификации затрат для калькулирования и оценки стоимости запасов и реализованной продукции на предприятиях.

Литература:

1. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 05.08.2000 N117-ФЗ (ред. от 03.07.2016) (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.09.2016);
2. Приказ Минфина России от 06.05.1999 N33н (ред. от 06.04.2015) «Об утверждении Положения по бухгалтерскому учету «Расходы организации» ПБУ 10/99» (Зарегистрировано в Минюсте России 31.05.1999 N1790);
3. Асаул, А. Н. Управление затратами и контроллинг: учебник / А. Н. Асаул [и др.]. — Кызыл: Тувинский государственный университет, 2014. — 236 с.
4. Вахрушева, О. Б. Бухгалтерский управленческий учет: учебное пособие / Вахрушева О. Б. — М.: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2011. — 252 с.
5. Глущенко, И. Н. Управленческий учет: учебное пособие / Глущенко И. Н., Устич Д. П. — М.: Учебно-методический центр по образованию на железнодорожном транспорте, 2015. — 324 с.
6. Гудович, Г. К. Учет затрат, калькулирование и бюджетирование в отраслях производственной сферы: учебное пособие / Гудович Г. К. — Липецк: Липецкий государственный технический университет, ЭБС АСВ, 2011. — 104 с.
7. Демина, И. Д. Управленческий учет: учебник / Демина И. Д. — Саратов: Вузовское образование, 2016. — 232 с.
8. Карпова, Т. П. Управленческий учет (2-е издание перераб. и доп.): учебник для вузов / Карпова Т. П. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015. — 351 с.

Теоретические и концептуальные основы исследования качества жизни населения

Чупров Илья Владимирович, магистрант

Северный (Арктический) федеральный университет имени М. В. Ломоносова (г. Архангельск)

Главной задачей любого государства, является создание комфортных условий жизни своих граждан. Для этого необходимо понимать фундаментальные основы потребностей человека, учитывать его интересы, культуру общества и постоянно стремиться к повышению качества жизни.

Понятие «качество жизни» тесно взаимосвязано с категориями «уровень жизни», «индекс развития человеческого потенциала», «человеческий капитал» и др. Появление таких категорий напрямую связано с проблемами экономического роста и развития общества. В разные исторические периоды, с учетом развития социологиче-

ских, философских и экономических наук, указанные категории претерпевали изменения во взглядах ученых, эволюционировали, корректировались, но и в настоящее время продолжают совершенствоваться, обрести новыми методиками исследований. Появляются новые технологии, которые позволяют более точно изучать сложности человеческой природы. Исследователи, как зарубежные, так и отечественные, всё больше начинают уделять внимание понятию «качество жизни населения». Создано большое количество литературы, научных трудов, что показывает заинтересованность общества в исследовании, оценке и самом повышении качества жизни.

Современные концепции качества жизни населения берут свое начало у древних философов и развиваются на протяжении всей человеческой истории. Однако, более четкие границы и прикладной характер, начали проявляться в 20-м веке и главной парадигмой, долгое время, считалось осознание, что человек это лишь средство для достижения экономической цели.

В отечественной науке понятие «качество жизни» практически не использовалось, хотя часть исследований и были направлены на определение данного термина. «Качество жизни» рассматривалось как часть более полного комплексного подхода, состоящего из качества и образа жизни. В частности, Н.М. Римащевская доказывала в своих исследованиях, что образ, уровень, и качество жизни следует определять как «характеристики общественного организма, которые лежат в разных плоскостях, частично пересекаясь, но не покрывая и не подменяя друг друга». Предполагалось, что указанные характеристики могут быть объединены в комплекс определяющий состояние народного благосостояния.

Новый взгляд начал развиваться в 60-х годах 20 века, формировались новые подходы к роли человека в экономической сфере, когда человек выходит на первый план, становится целью, а не средством экономической деятельности.

Международные организации и исследовательские центры начинают фокусировать свое внимание на проблемах развития человека, его потенциала, уровня и качества жизни в разных странах. Резкое обострение социальных противоречий и невозможность их решения на основе традиционных экономических методов, объективно привели к появлению новых методов, новых теорий, направленных на исследование, а затем и на решение возникших проблем.

В рамках всероссийской научно-практической конференции «Реальная социальная политика в условиях государственной модернизации: опыт, проблемы, перспективы» в выступлении А.Б. Докторовича и А.И. Щербакова было отмечено: «В наступившем веке главными целями экономического развития должны быть не темпы роста внутреннего валового продукта и объема промышленного производства, не снижение уровня инфляции и другие, несомненно, важные макроэкономические показатели развития, а социальная, экономическая и информационная безопасность общества, устойчивое повышение жизненного уровня и качества жизни всего населения страны, создание условий, необходимых для нормального развития каждого человека и всего человеческого потенциала, существенное повышение удовлетворенности социальных ожиданий всех социальных групп населения» [1]. А.Б. Докторович и А.И. Щербаков выделили наиболее приоритетные факторы социально-экономического развития, влияющие на жизнь человека, это — безопасность, условия, способные дать человеку возможность адаптироваться

в быстроменяющемся мире, человеческий потенциал, динамика повышения качества жизни, и степень удовлетворенности социальных ожиданий всех социальных групп населения.

Стоит отметить, что общепризнанных, научно обоснованных методик и критериев оценки качества жизни пока не создано. В развитых европейских странах анализ и оценка качества жизни основываются на исследовании доходов населения, структуры и качества питания, условий проживания, а бедность оценивается долей продовольственных расходов, достаточных для физического выживания [2]. Кроме этого нет общего подхода к таким понятиям как «качество жизни» и «уровень жизни». Часть ученых объединяют эти понятия, используя как взаимосвязанные. Сам термин «качество жизни» возник в силу ограниченности термина «уровень жизни». Практика показала, что сам по себе высокий уровень экономики не спасает общество от нищеты, необходимо высокое качество предоставляемых обществу услуг в сфере здравоохранения, образования, жилищных условий и т.д. Следовательно, мы исходим из того, что эти понятия стоит различать. В сравнении «уровень жизни» является более узкой категорией, чем «качество жизни».

В 80-е и 90-е гг. XX века в отечественной науке доминировал подход, по которому качество жизни рассматривалось как совокупность качественных характеристик товаров, потребляемых населением, благ и услуг (качество питания, здравоохранение, образование, жилищные условия и т.д.). Таким образом, качество жизни определялось качеством услуг, питания и других благ, а само содержание качества жизни определялось понятием «высококачественная жизнь». При таком положении понятий, определение «степени или высоты качества жизни» теряет смысл, а категории населения с небольшим достатком, вынужденные довольствоваться благами и услугами невысокого качества, вообще не рассматривались, так как их жизнь не попадала под определение «качественная жизнь».

При таком рассмотрении теории нарушалась методология, принцип единства научного знания, т.е. понятия в экономических науках не соответствовали таким наукам как социология и философия.

«Уровень жизни» определяет потребление человека, и определяется через социально-экономические показатели, такие как доходы, образование, здравоохранение, жилищные условия и т.д.

«Качество жизни» — это комплекс, который более широко охватывает условия жизнедеятельности человека и включает в себя как «уровень жизни», так и другие составляющие, например, экология, социальное благополучие, политический климат, психологический комфорт. Для оценки качества жизни необходимы не только статистические данные, сухие выдержки цифр, определяющие сколько человек потребляет и чем пользуется, но и субъективные оценки, т.е. насколько сам человек считает, соответ-

ствуется ли его жизнь норме, которую он сам для себя определил. Субъективные оценки важны, потому что они дают возможность дифференцировать статистические данные по районам, социальным группам, дают возможность увидеть настроение в обществе, отношение к государству, к своему региону, к различным социальным институтам.

Отечественная наука рассматривала понятие «качество жизни», как социологическую категорию, которая выражает качество удовлетворения материальных и культурных потребностей людей (качество питания, качество и модность одежды, комфорт жилища, качество здравоохранения, образования, сферы обслуживания, окружающей среды, структуры досуга, степень удовлетворения потребностей и содержательном общении, знаниях, творческом труде, уровень стрессовых состояний, структура расселения и др.) [3]. Такой подход является не в полной мере корректным, так как излишне сконцентрирован на качестве предметов потребления.

С экономической точки зрения, «качество жизни» рассматривается как «совокупность характеристик существования и жизнедеятельности современного человека, включающую в себя как материальные, так и основные внешние условия его жизни, отраженные в массовом сознании населения» [4], такое определение дает заведующий лабораторией ИМЭИ Минэкономразвития России Н. А. Денисов.

Из всех научных изысканий, философских и социологических теорий, можно выделить главенствующий подход, в основе которого лежит утверждение, что цивилизованное общество должно стремиться не к количеству оказываемых услуг, а к повышению их качества. Учитывая сложность настоящего периода, связанного с экономическим кризисом, следует обратить внимание на вывод западных ученых, что в период радикальных преобразований или экстремальных ситуаций, понятие качества жизни у человека формируется не рациональным, а эмоциональным способом.

Наиболее полным и точным определением в рамках нашего исследования можно дать следующее: «качество жизни» — это комплексная характеристика условий жизнедеятельности населения, которая выражается в объективных показателях и субъективных оценках удовлетворения материальных, социальных и культурных потребностей и связана с восприятием людьми своего положения в зависимости от культурных особенностей, системы ценностей и социальных стандартов, существующих в обществе. [5]

В общенаучном представлении понятие «качество» — философская категория, выражающая существенную определенность объекта, благодаря, которой он является именно этим, а не иным [6]. Или же «качество» — комплекс характеристик, которые относятся к способности объекта, соответствовать предполагаемым потребностям.

Рассматривая понятие «качество жизни», мы сталкиваемся с необходимостью раскрыть термин «потреб-

ность». Потребность — внутреннее состояние психологического или функционального ощущения недостаточности чего-либо [7]. Понимание потребности человека имеет важное значение, с точки зрения применения инструментов и методов их удовлетворения.

В начале 20 века потребности рассматривались в контексте взаимозависимого противопоставления между объектом и субъектом. Если существует человек, значит существуют потребности, нет человека — нет потребностей. Здесь потребность рассматривается не в конкретном предметном смысле, а более широко, как например, потребность в отдыхе, утолении голода или жажды. В данном контексте потребности рассматривал Н. Д. Кондратьев: «Состояние нарушенного соответствия или равновесия между отдельными частями организма (или и их функциями) или между организмом и внешней средой и вытекающее отсюда состояние искания путей и восстановления этого равновесия мы и обозначим общим понятием потребности» [8].

Раскрывая потребности человека, мы находим его интересы, которые формируют человека как личность. Во второй половине 20 века отечественная наука оставалась на позиции, с которой понятие «интересы» применялось к большим группам людей. Классовый подход определял, что индивидуальные интересы, должны исходить из общественных или государственных, и, соответственно, интересы личности не входили в предмет изучения экономических наук. Современная наука стоит на том, что интересы, например, в духовной сфере, могут быть в виде ценностей, которые определяют социальное поведение, а уже здесь начинается точка отсчета в формировании культуры, традиций, норм морали, что в свою очередь создает индивидуальное представление человека о качестве жизни.

При смене парадигмы, когда человек стал рассматриваться как субъект хозяйствующей деятельности, как цель экономического развития, потребности и интересы стали изучаться более активно.

Поэтому качество жизни необходимо рассматривать (в широком смысле), как удовлетворение целого комплекса потребностей и интересов. Наличие интересов говорит об эмоциональной стороне человека, которую необходимо учитывать, когда речь заходит об анализе или статистике, проводимой с целью установить качество жизни населения в том или ином регионе. Учет интересов, при рассмотрении качества жизни, имеет важное практическое значение. Когда мы учитываем потребности, подразумеваем главенствующую роль государства по их удовлетворению, учитывая интересы, государству отводится задача создать условия для самореализации человека.

Сложность в изучении «качества жизни» заключается в огромном многообразии потребностей и интересов человека, что в свою очередь определяет большое количество методик изучения, а так же сложность построения систем анализа. Ни одну из существующих ме-

тодик нельзя назвать идеальной, более того большинство, как отечественных, так и зарубежных, ученых сходятся во мнении, что создать метод анализа качества жизни с общим интегральным показателем, фактически невозможно. В данном отношении очень важен опыт экспертов, которые под эгидой ООН подготовили доклад в 1954 году «О вопросе международного определения и измерении жизненного уровня». В ходе подготовки доклада появилось четкое представление, что измерить уровень жизни, состоящей из материальных и не материальных аспектов, очень сложно. А после доклада 1966 года «Индекс уровня

жизни», было решено отказаться от создания единого интегрального показателя, в силу того, что не созданы условия для сбора объективной информации.

Стоит отметить, что отказываться от составления рейтингов стран и регионов по качеству и уровню жизни, не стоит, так как эта информация может помочь в составлении прогнозов, подготовки стратегии действий для реального улучшения жизни людей. Но необходимо учитывать возможные погрешности, и стараться уходить от субъективных мнений при составлении результатов.

Литература:

1. Докторович, А. Б., Щербаков А. И. Социальная политика для современной России: концепция развития человека и методология системного анализа // Всероссийская научно-практическая конференция «Реальная социальная политика в условиях государственной модернизации: опыт, проблемы, перспективы». — 2002: РАГС, 2002. — С. 8–32.
2. Сеницкая, Н. Я. Развитие человеческого потенциала как стратегическая цель региональной социальной политики: Монография. — Архангельск: Поморский университет, 2004. — 298 с.
3. Ильичев, Л. Ф., Федосеев П. Н., Ковалев С. М., Панов В. Г. Качество жизни // Философский энциклопедический словарь. — М.: Советская энциклопедия, 1983. — С. 840.
4. Денисов, Н. А. Сопоставление качества жизни начисления регионов России на основе интегрального показателя // Уровень жизни регионов России. № 2. — М., ВЦУЖ., 2002, с. 23.
5. Уровень и качество жизни. Проблемы измерения и интерпретация // Федеральный образовательный портал ЭСМ. URL: http://ecsoman.hse.ru/data/978/946/1223/Belyaeva_4.pdf (дата обращения: 16.11.2016).
6. Качество // Словари и энциклопедии на Академике. URL: <http://dic.academic.ru/dic.nsf/enc3p/151618> (дата обращения: 16.11.2016).
7. Потребность // Глоссарий.ru. URL: http://www.glossary.ru/cgi-bin/gl_sch2.cgi? RPywhtuxyo (дата обращения: 16.11.2016).
8. Кондратьев, Н. Д. Основные проблемы экономической статистики и динамики. — М.: Наука, 1991. — 591 с.

Анализ стратегии развития электронного университета в Республике Узбекистан

Шаисламова Муаззамхон Рахимходжаевна, старший преподаватель
Ташкентский университет информационных технологий (Узбекистан)

Быстрое развитие и распространение новейших информационных и телекоммуникационных технологий приобретает сегодня характер глобальной информационной революции, которая оказывает растущее влияние на политику и экономику, управление и финансы, науку и культуру, и другие сферы жизнедеятельности общества в рамках государственных границ и в мире в целом. Стремительное внедрение современных компьютерных технологий и коммуникационных служб, быстрое распространение локальных и глобальных коммуникационных сетей создают принципиально новое качество мирового информационного обмена и инструментов воздействия на массовое сознание, усиливая значение социально-пси-

хологических и культурно-информационных аспектов глобализации.

Современный Узбекистан является частью мирового экономического сообщества, поэтому происходящие интеграционные процессы на международном рынке требуют от хозяйствующих субъектов не только вхождения в информационное общество на национальном, но и на мировом уровне.

Первый президент Республики Узбекистан И. А. Каримов отметил «Опыт самых развитых государств постоянно напоминает нам известную истину — мир не стоит на месте, реформирование и демократизация общества, модернизация и обновление страны — это не разовый, од-

номоментный, а непрерывно продолжающийся процесс. Тем более если учесть, что мы живем в XXI веке — веке глобализации и Интернета, когда первостепенное значение приобретает уровень интеллектуального труда, растут масштабы и острота конкурентной борьбы на мировом рынке».

В современных условиях стремительного развития технологий и постоянного увеличения объема информации возрастают требования к образовательному и профессиональному уровню специалистов. Если раньше образование получали на всю жизнь, то сегодня необходимо учиться в течение всей жизни. Способность к непрерывному обучению становится основным качеством, определяющим конкурентоспособность человека на рынке труда. Деятельность современного высшего учебного заведения имеет многопрофильный характер, и создание системы обучения на основе информационных технологий является сложной комплексной задачей, требующей решения многих организационных и технологических задач.

Электронное образование сегодня занимает прочную позицию, наряду с традиционными способами и формами, дополняя классические способы обучения. На мировом рынке образовательных услуг, доля электронных форм обучения ежегодно только растет. Тенденция к развитию дистанционных систем обучения во всем мире не является временным явлением, связанным с популярностью компьютерных и Интернет — технологий. Реалии современного мира диктуют необходимость непрерывного профессионального совершенствования, дополнительного образования и освоения быстро обновляющихся специальных знаний. Столь интенсивное систематическое обучение современному человеку трудно совместить с полной занятостью в своей профессиональной деятельности. Единственным решением в такой ситуации становится электронная форма обучения или повышение квалификации. В этом причина столь быстрой интеграции дистанционного образования в традиционные образовательные системы во всех странах. По расчетам аналитиков, объем рынка электронного обучения к концу 2015 года составит 107 миллиардов долларов. Высокие темпы внедрения систем электронного образования в мире объективно обусловлены развитием современных информационно-коммуникационных технологий.

Сегодня Узбекистан стоит на пороге создания конкурентоспособной, динамически развивающейся экономики, основанной на знаниях, ключевую роль в подготовке рабочей силы республики для деятельности в условиях информационной экономики будут играть инвестиции в образование и, особенно, в информационно-компьютерные технологии.

Первый президент Республике Узбекистан И. А. Каримов одним из первых среди лидеров стран СНГ определил необходимость коренного, поэтапного реформирования системы образования. Реформирование системы образования подразумевает поиск новых, наиболее эф-

фективных образовательных технологий, способствующих повышению качества и эффективности образования. Среди них необходимо выделить использование информационных технологий и электронное обучение. Информационные технологии внедряются во все области образования учебного процесса, административного управления, научную сферу.

Система образования Республики Узбекистан призвана обеспечить каждому гражданину свободный и открытый доступ к образованию на протяжении всей его жизни, с учетом его интересов, способностей и потребностей. Задачу равного права и непрерывности образования государство решает через многоступенчатую систему образования и определяет как отдельный важный этап системы повышения квалификации и переподготовки кадров.

Конституция Республики Узбекистан гарантирует гражданам право на образование. Это право реализуется в соответствии с Законом Республики Узбекистан «Об образовании». А в скором будущем с учетом потребностей и возможностей личности оно может быть реализовано и в Электронной форме. Но для этого необходимы разработки высококачественных электронных учебных материалов, соответствующих отечественным программам и стандартам.

«Закон об Образовании» Республики Узбекистан закрепляет правовые основы обучения и профессиональной подготовки граждан и определяет обязательность внедрения «в учебный процесс прогрессивных форм обучения и новых педагогических технологий, технических и информационных средств обучения» (Статья 26 Закона.).

В Положении о высшем образовании отмечается, что одной из основных задач высшего образования является, задача по введению в практику интерактивных методов обучения, новых педагогических и информационных технологий, методик и средств самообразования и индивидуализации обучения, системы дистанционного образования.

При фонде «Истеъдод» первого президента Республики Узбекистан 26 августа 2003 года был организован центр дистанционного обучения.

Деятельность центра дистанционного обучения направлена на развитие и модернизацию систем науки и образования Республики Узбекистан, удовлетворения потребностей общества, создания условий для внедрения и развития информационных технологий, подготовку квалифицированных, морально и культурно совершенных кадров.

Государственная политика в области информатизации направлена на создание национальной информационной системы с учетом современных мировых тенденций развития и совершенствования информационных ресурсов, информационных технологий и информационных систем.

Одним из направлений реализации Концепции развития информатизации в Республике Узбекистан от 12 мая 2005 г. № 11 является Электронное образование.

Основные задачи данного направления:

- внедрение и использование компьютерной техники и информационных технологий в учебных процессах;
- обеспечение доступа учебных учреждений к сети Интернет;
- формирование образовательных информационных ресурсов, в том числе электронных библиотек, электронных методических пособий и учебников;
- внедрение системы дистанционного обучения.

Реализация этих задач будет способствовать повышению качества процесса образования в общеобразовательных, средних профессиональных и высших учебных заведениях.

Эффективное применение новых технологий в образовательном процессе способствует не только значительной экономии финансовых, в том числе валютных ресурсов, но и отличается значительной экономической эффективностью по сравнению с традиционным обучением, снижая стоимость обучения и повышая его результативность, что исключительно важно и соответствует политике ресурсосбережения нашего государства. Электронное образование способствует повышению эффективности процесса обучения за счет применения разнообразных наглядных (визуальных), текстовых и звуковых средств материалов.

Новые интерактивные методы обучения позволяют выработать индивидуальный подход к студенту с учетом его способностей. Более того, диалоговый режим «студент-преподаватель», «студент-студент» являясь компонентом электронного обучения, способствует активизации процесса обучения и повышает его интенсивность. Все это приводит к быстрому усвоению и запоминанию материала. При этом студенты получают возможность работать с текстами лекции, конкретных ситуаций, другими материалами электронного учебника, используя средства анимации, голосового сопровождения, гиперссылок, просматривая их, по необходимости, вновь и вновь.

При использовании информационных технологий, возможностей администрирования дистанционных методов обучения повышается эффективность управления процессом обучения, так как совершенствуется возможность контроля в процессе всего обучения. С внедрением информационных технологий в процессе управления обучением создаются все новые информационные банки данных, в том числе по содержанию образования, педагогическим технологиям, аналитическим материалам.

Во исполнение закона Республики Узбекистан «Об информатизации», министерствами народного образования и высшего и среднего специального образования был разработан и принят целый ряд нормативных документов и программ, осуществлены мероприятия по формированию информационной сети, созданию информационных ресурсов и применению ИКТ в образовательном процессе.

Министерствами и ведомствами, общественными объединениями Узбекистана проводится целенаправленная работа по развитию информационно-коммуникационных

технологий и услуг в сфере образования, духовно-нравственного воспитания молодежи. В данном направлении приняты меры по объединению и систематизации создаваемых в Интернете информационных ресурсов образовательной и молодежной направленности в единую информационную сеть «ZiyoNET», к которой подключены все образовательные учреждения страны.

К Национальной сети «Электронное образование» подключено более 160 объектов учреждений высшего образования, что позволило создать необходимые условия для внедрения в систему образования методов дистанционного обучения, широкого комплекса иных информационно-коммуникационных услуг для учащихся и молодежи республики.

В целях дальнейшего развития и широкого внедрения во всех отраслях экономики и сферах жизни страны современных информационно-коммуникационных технологий, обеспечения ускоренного развития информационных ресурсов, систем и сетей, а также стимулирования расширения спектра оказываемых интерактивных государственных услуг субъектам предпринимательства и населению принято Постановление Президента Республики Узбекистан от 27 июня 2013 г. № ПП-1989 «О мерах по дальнейшему развитию Национальной информационно-коммуникационной системы Республики Узбекистан».

В соответствии с вышеуказанным постановлением утверждена Комплексная программа развития Национальной информационно-коммуникационной системы Республики Узбекистан, включающая реализацию в течение 2013–2020 годах 17 проектов по развитию телекоммуникационных технологий, сетей и инфраструктуры связи республики на общую сумму 2,1 трлн сум; и 28 мероприятий и проектов по созданию комплексов информационных систем и баз данных, системы «Электронное правительство».

Министерство высшего и среднего специального образования в Узбекистане работает над внедрением информационно-коммуникационной технологии в работу вузов. Началась реализация проекта, которым предусмотрен создание так называемого «электронного университета», который поможет в дальнейшем провести сокращение бумажного оборота документами и расширить возможности информационно-коммуникационных систем в функционировании учебных заведений. При этом система будет устроена таким образом, что специалисты министерства смогут в любое время запрашивать и оперативно получать из вуза статистическую информацию, необходимую для принятия административных решений. Кроме того, внедрение «электронного университета» предполагает расширение интерактивных услуг, представляемых в системе высшего образования. В 2014 году уже внедрена первая — не поступившие абитуриенты могут получить документы по почте, запросив их через Единый портал интерактивных услуг.

Создание единой образовательной информационной среды в Республики Узбекистан позволит повысить качество образования, обеспечить равные возможности на

получение образования всех уровней и ступеней, интегрировать информационное пространство Республики Узбекистан в мировое образовательное пространство. Использование средств новых информационных технологий

кардинально преобразует систему образования, позволит подготовить подрастающее поколение к жизни и профессиональной деятельности в новых условиях формирующегося глобального информационного общества.

МОЛОДОЙ УЧЁНЫЙ

Международный научный журнал
Выходит еженедельно

№ 25 (129) / 2016

РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ:

Главный редактор:

Ахметов И. Г.

Члены редакционной коллегии:

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

Фозилов С. Ф.

Яхина А. С.

Ячинова С. Н.

Международный редакционный совет:

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

Руководитель редакционного отдела: Кайнова Г. А.

Ответственные редакторы: Осянина Е. И., Вейса Л. Н.

Художник: Шишков Е. А.

Верстка: Бурьянов П. Я., Голубцов М. В., Майер О. В.

Статьи, поступающие в редакцию, рецензируются.

За достоверность сведений, изложенных в статьях, ответственность несут авторы.

Мнение редакции может не совпадать с мнением авторов материалов.

При перепечатке ссылка на журнал обязательна.

Материалы публикуются в авторской редакции.

АДРЕС РЕДАКЦИИ:

почтовый: 420126, г. Казань, ул. Амирхана, 10а, а/я 231;

фактический: 420029, г. Казань, ул. Академика Кирпичникова, д. 25.

E-mail: info@moluch.ru; <http://www.moluch.ru/>

Учредитель и издатель:

ООО «Издательство Молодой ученый»

ISSN 2072-0297

Подписано в печать 7.12.2016. Тираж 500 экз.

Отпечатано в типографии издательства «Молодой ученый», 420029, г. Казань, ул. Академика Кирпичникова, 25