



IV Международная научная конференция

# ЭКОНОМИЧЕСКАЯ НАУКА И ПРАКТИКА



Чита

Главный редактор: *И. Г. Ахметов*

Редакционная коллегия сборника:

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

Руководитель редакционного отдела: *Г. А. Кайнова*

Ответственные редакторы: *Е. И. Осянина, Л. Н. Вейса*

Международный редакционный совет:

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

**Экономическая** наука и практика: материалы IV Междунар. науч. конф. (г. Чита, апрель  
Э40 2016 г.). — Чита: «Молодой ученый», 2016. — vi, 112 с.

ISBN 978-5-905483-22-6

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

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

УДК 330  
ББК 65

## СОДЕРЖАНИЕ

## 3. ОБЩИЕ ВОПРОСЫ ЭКОНОМИЧЕСКИХ НАУК

**Старченко И.В.**

Развитие научной теории хозяйственного расчета ..... 1

## 4. ЭКОНОМИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ И РОСТ

**Евстратова Е.Н.**

Перспективы развития рынка интеллектуальной собственности в России в условиях инновационного развития экономики ..... 6

**Максимова К.Л., Попова А.Ю.**

Анализ государственных мер повышения инвестиционной привлекательности региона на примере внедрения ОЭЗ и ТОСЭР в РФ ..... 7

## 6. ОРГАНИЗАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ ХОЗЯЙСТВОМ СТРАНЫ

**Седельников С.Р.**

Crowdfunding as a new approach to improving innovative startups activity. .... 13

**Шарипов А.К., Ормышев А.И.**

Применение прогрессивных технологий в системе государственных закупок в Республике Казахстан. .... 15

## 7. ОТРАСЛЕВАЯ ЭКОНОМИКА

**Богомолова И.П., Воронцов А.Д.**

Перспективы реализации государственно-частного партнерства в формировании молочного кластера ..... 19

**Кузнецов М.И., Конников Е.А., Метелев П.С.**

Современный образ российской энергетики в средствах массовой информации ..... 21

**Хосев А.М.**

Оценка влияния экономического кризиса и санкций на перспективы развития российской фармацевтической промышленности. .... 24

## 8. МИРОВАЯ ЭКОНОМИКА

**Мартыненко А.Г.**

Пути повышения конкурентоспособности России в мировой экономике. .... 27

## 9. ФИНАНСЫ, ДЕНЬГИ И КРЕДИТ

**Олифиренко А.С.**

Перспективы безналичных расчетов денежно-кредитной политики РФ ..... 30

**Соболь М.С.**

Анализ состояния финансового и банковского сектора Российской Федерации 2008–2016 гг. .... 32



## 11. МАРКЕТИНГ, РЕКЛАМА И КОММУНИКАЦИИ

**Батищева А.И.**

Возможности социальных сетей при продвижении банковских продуктов и услуг..... 37

**Граф Е.Н., Ежова В.О.**

Маркетинг в современных условиях..... 42

**Долгина Е.С., Ильина М.Ю.**

Роль рекламы в формировании имиджа компании на примере ООО ЧОО «Периметр»  
г. Нижневартовска..... 43

**Качалкина К.Г.**

Маркетинговые стратегии в нефтегазовой отрасли..... 46

**Шабельский В.С.**

Позиционирование лекарственных средств и его специфика на фармацевтическом рынке  
Российской Федерации..... 49

## 13. ЭКОНОМИКА ТРУДА

**Болатова Б.Ж., Нургалиева Ш.Т., Шакеева Д.Т.**

Механизмы реализации занятости населения региона..... 52

**Тарасенко В.В.**

Анализ состояния управленческого персонала профессиональных образовательных организаций..... 53

## 14. ЭКОНОМИКА И ОРГАНИЗАЦИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ, УПРАВЛЕНИЕ ПРЕДПРИЯТИЕМ

**Алфёрова Д.С., Васильева С.С.**

Необходимость проведения деловой оценки персонала как фактор влияния  
на эффективность работы предприятия..... 58

**Константинова И.В., Чукалина Г.М.**

Некоторые аспекты внедрения процессного подхода к управлению  
на промышленном предприятии..... 60

**Котельник Ю.С.**

Применение методов фактического контроля при проверке расчетов коммерческих организаций..... 62

**Кудымова М.А., Жвик Е.И.**

Роль адаптации персонала в кадровой политики организации..... 64

**Кузнецова Ю.А.**

Учет и контроль доходов и расходов в организациях, применяющих упрощенную систему  
налогообложения..... 66

**Левина Я.А.**

Оптимизация работы по набору персонала на предприятии..... 69

**Надыкто М.Е.**

Совершенствование системы отбора персонала в сфере услуг..... 71

**Ропотан С.В., Суша Е.А.**

Особенности учета нефинансовых активов в бюджетных учреждениях..... 74

**Ропотан С.В.**

Проблемные аспекты формирования себестоимости услуг в организации..... 76

**Шаврина Е.А.**

Актуальность контроля расчетных операций организации на современном предприятии..... 78

**Юлчибаева К.Г.**

Особенности учета и налогообложения в бюджетных учреждениях..... 81

## 15. РЕГИОНАЛЬНАЯ ЭКОНОМИКА

**Корощенко Н.А., Мишина Н.М., Симонова И.В.**

Понятие и сущность региональных коммерческих банков..... 84

**Подхватилина М.Д., Мирук В.А.**

Сравнение практик инициативного бюджетирования в Российской Федерации ..... 87

**Рыскина А.В.**

Анализ кредитных и депозитных операций коммерческих банков в 2014–2015 годах ..... 89

**Строкова А.А.**

Инвестиционная привлекательность Орехово-Зуевского района ..... 92

**Турмаганбетова А.К.**

Особенности и возможности стратегического развития регионов в Республике Казахстан ..... 94

**16. ДЕМОГРАФИЯ****Гайнитдинова В.И., Лобанова В.А.**

Современное состояние уровня жизни населения Республики Башкортостан ..... 97

**Орлова И.Ю., Орлова М.Ю.**

Демографическая ситуация в деревне Нижние Таволги на 01.01.2016 года ..... 100

**18. ТУРИЗМ****Фадина Н.В., Байкова О.А.**Сетевая организация бизнеса как фактор повышения конкурентоспособности  
гостиничных предприятий. .... 104**20. ЖИЛИЩНО-КОММУНАЛЬНОЕ ХОЗЯЙСТВО****Сторожилова А.В.**

Жилищная политика в России ..... 107

**Чикина С.Ю., Дакаева Ж.Х.**Содействие органов местного самоуправления в преодолении барьеров между собственниками  
многоквартирных домов и региональным оператором или специальным счетом. .... 109



## 3. ОБЩИЕ ВОПРОСЫ ЭКОНОМИЧЕСКИХ НАУК

### Развитие научной теории хозяйственного расчета

Старченко Инна Викторовна, кандидат экономических наук, доцент

Азово-Черноморский инженерный институт — филиал Донского государственного аграрного университета в г. Зернограде

Все отношения собственности были подвержены постоянным историческим изменениям, а, следовательно, изменению производственных отношений. Уже на первых этапах становления хозяйственного расчета В.И. Ленин подчеркивал, что хозяйственный расчет призван решать не только сугубо производственные задачи — обеспечение безубыточной, прибыльной работы предприятий, но и способствовать становлению новых производственных отношений. В плане доклада на IX Всероссийском съезде Советов В.И. Ленин отмечал: «Еще одна важнейшая сторона «новой экономической политики»: ученье хозяйствовать, — «хозяйственный расчет» — более правильные взаимоотношения заводоуправлений и профсоюзов.

Особенно полно и последовательно эта сторона хозяйственного расчета проявляется в его внутрихозяйственной форме. С момента возникновения и на всех этапах своего развития внутрихозяйственный расчет рассматривался и как инструмент решения экономических задач. В первую очередь задачи бережного, рационального использования трудовых, материальных и денежных ресурсов, и как средство становления новых отношений в производстве, формирования нового человека — хозяина своего производства, инициативно, рачительно, ответственно, со знанием дела и с пониманием народнохозяйственных задач, решающего производственные вопросы.

Еще в первый период существования Советского государства В.И. Ленин писал: «Перевод предприятий на так называемый хозяйственный расчет неизбежно и неразрывно связан с новой экономической политикой, и в ближайшем будущем неминуемо этот тип станет преобладающим, если не исключительным». Следуя указаниям В.И. Ленина, уже в первый период становления Советской власти правительство в основу деятельности сельскохозяйственных предприятий положило хозрасчетные отношения. Организация колхозов всякого рода (товариществ, артелей, коммун) обеспечивала развитие их товарности и строилась на началах хозрасчета.

Впервые об элементах хозяйственного расчета В.И. Ленин говорил в своих работах, написанных в ноябре — декабре 1917 года, апреле 1918 года (статья «Очередные задачи Советской власти»).

После окончания гражданской войны и перехода от военного коммунизма к новой экономической поли-

тике В.И. Ленин вернулся к этой проблеме. В 1921 году в статье «К четырехлетней годовщине Октябрьской революции» говорится, что подготовка перехода к коммунизму должна осуществляться «при помощи энтузиазма, рожденного великой революцией, на личном интересе, на личной заинтересованности, на хозяйственном расчете...»

Обобщая первый опыт работы на основе хозяйственного расчета, в 1922 году XI съезд партии принял решение о переводе всех государственных предприятий на хозрасчет. Принципы хозяйственного расчета были положены в основу организации производства в государственных сельскохозяйственных предприятиях — совхозах.

В постановлении ЦИК и СНК СССР от 16 марта 1927 года говорится, что «дальнейшее строительство советских хозяйств должно идти по линии действительного превращения их в крупные индустриальные сельскохозяйственные предприятия, ведущие свое хозяйство на основе хозяйственного расчета и рентабельности».

Первый этап строительства совхозов, вплоть до массовой их организации в тридцатых годах, характеризуется глубоким внедрением хозрасчетных принципов в деятельность совхозов. Принятое постановление СНК Союза СССР от 14 января 1931 года должно было обеспечить действительное укрепление принципа хозяйственного расчета, как основного метода управления предприятиями и объединениями обобщественного сектора и создания действительной заинтересованности и ответственности каждого предприятия и каждой организации за выполнение плана, проведение рационализации производства, снижение себестоимости, накопление прибылей.

В обращении Совнаркома СССР и ЦК ВКП (б) от 21 октября 1931 года о новых мероприятиях по внедрению хозяйственного расчета говорилось, что «обеспечение объединений, трестов и предприятий собственными оборотными средствами, переход к выдаче банковского кредита лишь на строго определенные нужды производства и обращения товаров и исключительно на началах возвратности кредитов в определенные сроки должны явиться дальнейшим крупным шагом вперед в деле укрепления хозяйственного расчета и вместе с тем укрепления договорной дисциплины и выполнения, установленных хозяйственных планов». Однако в последующий период с переходом к массовой организации новых совхозов

хозрасчетные начала в их работе проявлялись слабее. При низких ценах на продукцию совхозы получали дотации на возмещение плановых и фактических убытков, капиталовложения и пополнение оборотных средств осуществлялись за счет ассигнований из бюджета.

Колхозы, как предприятия, организованные на базе общественно-групповой колхозно-кооперативной собственности, являются по своей природе хозрасчетными предприятиями.

В процессе подготовки и проведения социалистической реконструкции сельского хозяйства с точки зрения создания условий для сплошной коллективизации можно выделить два этапа. Первый этап — конец 1917—1927 г. — характеризовался поисками и определением наиболее целесообразных и жизненных организационных форм коллективных хозяйств. Совершенствованием их внутренней жизни, организации, учета и оплаты труда, преодолением больших трудностей, неуклонным развитием колхозного движения вширь и вглубь.

XIV партийная конференция (1925 г.) отметила, что организация колхозов (всякого рода товариществ, артелей и коммун) должна обеспечить развитие товарности их производства, строиться на началах хозяйственного расчета. Однако в последующие годы в экономических отношениях и методах хозяйствования требования хозрасчета были нарушены и длительное время вообще отрицалась применимость категории хозрасчета, себестоимости и рентабельности к колхозной форме производства.

Тем самым был нарушен первый принцип хозрасчета демократического централизма и сочетания хозяйственной самостоятельности и инициативы предприятия. Постановлением Совнаркома СССР и ЦК ВКП (б) 19 апреля 1938 года «О неправильном распределении доходов в колхозах» приказывалось отменить существующий порядок распределения денежных доходов артели, предусмотренный в Уставе сельхозартели, установив впредь, что артель распределяет между колхозниками на трудодни не менее 60—70 % всех денежных доходов артели.

Второй этап 1930—1931 годы, когда в колхозах возникли бригады — как одна из форм организации коллективного труда. Они прошли три ступени: узкоспециализированная бригада, создававшаяся на один производственный процесс; комбинированная, приспособленная к выполнению ряда заданий в течение одного сезона сельскохозяйственных работ, и, наконец, сквозная бригада, также носившая сезонный характер, но по уровню организации стоявшая значительно выше бригад первых двух типов.

В постановлении ЦК ВКП (б) от 4 февраля 1932 года «Об очередных мероприятиях по организационно-хозяйственному укреплению колхозов» указывалось, что «важнейшим звеном в организации труда в колхозах должна быть бригада. ЦК считает целесообразным организацию в колхозах бригад с постоянным составом колхозников, с тем чтобы, как правило, такие бригады производили все

основные сельскохозяйственные работы на протяжении всего года на отдельных участках».

В постановлении Совета Министров СССР от 19 апреля 1948 года «О мерах по улучшению организации, повышению производительности и упорядочению оплаты труда в колхозах» экономическая суть хозрасчета сводилась к следующему. Считалось важнейшей задачей в деле улучшения организации труда в колхозах всемерное укрепление постоянных производственных бригад как основной формы организации артельного труда.

Использование принципов материальной заинтересованности и материальной ответственности колхозников в результатах своего труда имело решающее значение для укрепления общественного хозяйства колхозников, ликвидировало обезличину и уравниловку в оплате труда, обеспечило неуклонный рост его производительности. Мерилом материальной заинтересованности и ответственности являлся трудодень.

Роль трудодня в колхозном производстве проанализирована в статье Болгова А. В., справедливо указывавшего, что трудодень как мера труда и потребления не оставался неизменным и развивался вместе с укреплением и развитием колхозного строя. Но совершенно ошибочным было утверждение автора о том, что в колхозе не может быть гарантированной оплаты труда, что ее существование неизбежно привело бы «к дезорганизации колхозного производства, ибо она противоречит самой природе колхоза». Болгов был прав уже в то время, считая трудодень мерой труда, а не мерой оплаты. Трудодень нельзя использовать в колхозах, как хозрасчетных коллективах, которыми они являлись с момента их организации. Это подтверждает тот факт, что когда с 1 июля 1966 года в колхозах была внедрена гарантированная оплата труда по тарифным ставкам совхозов, принципы хозяйственного расчета действовали только при перевыполнении плановых заданий. Необходимо было произвести дополнительную оплату за сверхплановую продукцию и экономию прямых затрат, если она была. В случае невыполнения плана, или даже его выполнении никакой материальной заинтересованности колхозники не имели. Но они и не несли ответственности, что снижало эффективность колхозного производства. А при переходе к рыночной экономике не только сельскохозяйственные предприятия, но и все предприятия других отраслей народного хозяйства используют материальную заинтересованность и ответственность своих работников через остаточный принцип валового дохода.

Важным этапом в развитии и укреплении хозрасчетных принципов в сельскохозяйственном производстве явились мероприятия, осуществленные правительством после сентябрьского (1953 г.) Пленума ЦК КПСС. Были установлены более высокие закупочные и сдаточные цены на сельскохозяйственную продукцию, улучшено материально-техническое снабжение, введен новый порядок планирования в колхозах и совхозах.

В 1955—1956 годах в колхозах началось внедрение внутрихозяйственного расчета с денежной оценкой ва-



ловой продукции и производственных затрат. Показатели себестоимости продукции растениеводства и животноводства, окупаемости затрат были включены в годовые отчеты колхозов в 1958 г., а в их производственно-финансовые планы в 1959 г.

Для совхозов в 1954 г. были установлены новые, более высокие сдатовные цены, отменены плановые дотации, но по-прежнему им выделялись средства из бюджета на капиталовложения и в оборотные средства. Основная часть полученной прибыли изымалась в бюджет, плановые и фактические убытки также возмещались из бюджета.

Хозяйственный расчет в том виде, как он существовал до 1965 года, покоился на самоокупаемости.

Мартовский (1965 г.) Пленум ЦК КПСС постановил перевести совхозы на полный хозяйственный расчет. В Директивах по пятилетнему плану на 1966—1970 годы сказано, что необходимо перевести на полный хозрасчет совхозы и всемерно развивать внутрихозяйственный расчет в колхозном производстве.

В принятом на III Всероссийском съезде колхозников Примерном Уставе колхоза указано, что колхозы осуществляют свою производственно-финансовую деятельность на основе хозрасчета, а их производственные подразделения работают на внутрихозяйственном расчете и определен принципиально новый порядок распределения доходов колхозов. Из получаемых доходов в первую очередь возмещались производственные затраты, включая оплату труда колхозников.

В соответствии с решениями мартовского (1965 г.) Пленума ЦК КПСС в сельском хозяйстве осуществлялась экономическая реформа, направленная на усиление экономических методов в руководстве колхозным и совхозным производством и повышение их заинтересованности в перевыполнении планов по продаже продукции государству. В финансово-кредитных взаимоотношениях колхозов и совхозов происходят изменения, характеризующие принципиально новые отношения сельскохозяйственных предприятий с государством. Постепенно складывается новый тип хозяйства.

В колхозах с 1 июля 1966 года введена гарантированная оплата труда на уровне норм и расценок, установленных для совхозов. Осуществлен переход на прямое банковское кредитование, сближаются закупочные и сдатовные цены, увеличивается доля собственных средств совхозов в финансировании расширенного производства.

В апреле 1967 года ЦК КПСС и Совет Министров СССР приняли постановление «О переводе совхозов и других государственных сельскохозяйственных предприятий на полный хозяйственный расчет». В виде опыта на полный хозяйственный расчет практически переведены с июля 1967 года 406, с апреля 1968 года — 404, с января 1969 года — 2911, а всего 3769 совхозов в разных зонах страны.

После перевода совхозов и других государственных сельскохозяйственных предприятий на полный хозяйственный расчет им расширили хозяйственную самостоя-

тельность и сократили число показателей плана, которые давались совхозам вышестоящими организациями.

Совхозы, рентабельность которых менее 25 %, освобождаются от платы за фонды в размере 1 % от их среднегодовой стоимости.

В фонд материального поощрения совхоза отчислялось от плановой прибыли 15 %, а от сверхплановой прибыли половина, или около 7,5 %, но так, чтобы общая сумма отчислений не превышала 12 % годового фонда заработной платы. Из этой суммы 10 % идет в фонд социально-культурных мероприятий и жилищного строительства, 20 % — в страховой фонд и 10 % в фонд расширения производства. Остальная часть прибыли направлялась на выплату премий, на финансирование прироста собственных оборотных средств, погашение кредитов банку и на другие затраты.

Успешное внедрение хозрасчета, особенно внутрихозяйственного, во многом зависит от того, как организовано планирование, а последнее — от того, как поставлено дело составления технологических карт. Технологическая карта — это рабочий план бригады или звена. Успешное выполнение рабочего плана во многом предопределяет успешное выполнение плана предприятия.

Технологические карты впервые стали составляться в совхозе «Сергеевский» Московской области в овощеводческой бригаде А. Карасева в связи с аккордной системой оплаты труда под руководством кафедры экономики Московского университета.

Массовое распространение внутрихозяйственный расчет получил только после 1965 года. Это объясняется целым рядом факторов. Прежде всего, до 1950 года колхозы были невелики по своим размерам. В среднем на хозяйство приходилось по две-три бригады.

После первого массового укрупнения колхозы стали насчитывать большее количество бригад, что объективно требовало более совершенной организации труда и его оплаты. Реорганизация МТС и дальнейшее укрепление колхозов сделали проблему внедрения внутрихозяйственного расчета жизненно важной. Официальная статистика начала учитывать количество хозрасчетных бригад, ферм и других производственных подразделений лишь с 1966 года.

Внутрихозяйственный расчет выражает взаимоотношения коллектива хозрасчетного подразделения с хозяйством, с другими подразделениями, с отдельными работниками. Он является методом организации производственно-хозяйственной деятельности подразделений хозяйства, направленным на увеличение выхода продукции высокого качества и снижение затрат на основе материальной заинтересованности коллектива в экономических результатах работы.

Единство общехозяйственного и внутрихозяйственного расчета выражается в общности их цели — выполнении плана производства продукции высокого качества с наименьшими затратами и обеспечении рентабельности хозяйства.

Но внутрихозяйственный расчет охватывает подразделения хозяйства, которые работают над выполнением задания дирекции совхоза, правления колхоза. Они используют закрепленные средства производства, и их деятельность ограничивается в основном пределами хозяйства. Организационные формы и методы хозрасчетной деятельности бригад и других подразделений во многом отличаются от используемых в системе общехозяйственного расчета предприятия.

Поэтому необходимо учитывать специфические особенности внутрихозяйственного расчета, не отождествлять и не переносить механически на бригады хозрасчетные отношения, складывающиеся у хозяйства с государством, другими предприятиями и организациями, порядок денежной оценки продукции и затрат, систему показателей, используемых для характеристики результатов хозрасчетной деятельности колхозов и совхозов.

В соответствии с этим хозрасчетная деятельность внутрихозяйственных подразделений осуществляется на основе общих принципов хозрасчета, но, учитывая их особенности как хозрасчетных объектов.

Устойчивость производства в агропромышленном комплексе страны тесно связана с дальнейшим совершенствованием хозяйственного механизма, повсеместным внедрением и развитием хозяйственных отношений.

Считалось, что предприятие работает на полном хозрасчете и самофинансировании, если все его производственные подразделения переведены на внутрихозяйственный расчет. Внутрихозяйственный расчет считается внедренным тогда, когда при его применении достигнуты положительные результаты, как в подразделениях, так и на предприятии в целом по производству и реализации продукции, улучшению ее качества, самоокупаемости и самофинансированию.

В 1976 году на основе обобщения опыта работы колхозов и совхозов были сформулированы основные положения по внутрихозяйственному расчету в сельскохозяйственных предприятиях. Однако, далеко не во всех хозяйствах реализация положений о внутрихозяйственном расчете в сочетании с рациональной специализацией, концентрацией и интенсификацией обеспечивает рентабельное развитие производства.

Одной из причин такого положения является формализм хозяйственного расчета, когда его механизм не затрагивает интересы коллективов, отдельных работников на ферме, в бригаде, в автопарке и т.д. Опыт показывает, что определенный положительный сдвиг возможен и уже реально произошел в отдельных хозяйствах благодаря развитию внутрихозяйственного расчета на основе коллективного подряда. Однако коллективный подряд ориентирует интересы членов подрядных коллективов в основном на увеличение производства продукции, хотя во многих предприятиях успешно ведут работу по более тесной увязке интересов коллектива и каждого его члена с величиной затрат на производство. Неформальное привлечение работников к самоуправлению, планированию,

контролю за расходованием средств осуществляют путем применения чековой формы контроля затрат — наиболее результативной в подрядных хозрасчетных коллективах. Ее внедрение позволяет успешно решать вопросы улучшения режима экономии и бережливости в каждом предприятии.

Чековая форма контроля затрат возникла, сформировалась и получила свое распространение в первых коммунах — прообразах колхозов на Украине. Созданием и организацией функционирования этой формы занимался Левицкий В. Ф., участник гражданской войны, друг и соратник Котовского Г. И. Тогда ее называли просто и, возможно, очень точно для тех условий — чековый хозрасчет. В то время еще не было опыта планирования, учета и даже организации коллективного производства.

С момента возникновения в первых коммунах и до 80-х годов чековая форма контроля затрат существовала и развивалась преимущественно благодаря энтузиазму отдельных руководителей и специалистов колхозов и совхозов.

В 1984 году чековая форма контроля затрат была признана официальными органами целесообразной для повсеместного применения в колхозах и совхозах страны. Это обусловило необходимость дальнейшего развития внутрихозяйственного расчета, усиление экономического контроля за затратами, переход на условия самоокупаемости.

Хозяйственный расчет, который в течение многих лет применялся в совхозах и колхозах, во многом носил формальный характер. При этом часто нарушался хозрасчетный принцип окупаемости, допускались убытки, которые в совхозах покрывались за счет государственного бюджета и средств хорошо работающих хозяйств, а в колхозах за счет получаемых ссуд госбанка, которые часто списывались из-за отсутствия возможности их погашения.

Государство выделяло совхозам из бюджета средства на расширение производства. Вместе с этим рентабельные хозяйства отдавали в распоряжение государства свою прибыль, остающуюся после образования незначительных по своим размерам поощрительных денежных фондов и использования ее части на плановые затраты.

В этих условиях уровень рентабельности совхозов не оказывал влияния на развитие их хозяйства. Если у совхозов не хватало собственных ресурсов на расширение производства, то государство выделяло им недостающие средства. У совхозов было очень мало средств для стимулирования работников за достижения в производстве.

Основным финансовым источником для материального поощрения работников являлся денежный фонд предприятия. Но, чтобы получить право на отчисление средств в этот фонд, совхоз должен был выполнить плановое задание по прибыли и снижению себестоимости продукции, а также план производства и сдачи продукции государству. Многие хозяйства, получив значительные суммы прибыли, но, не выполнив одно из этих условий, не могли образовать

вать фонд предприятия и оставались без средств для поощрения работников.

В колхозах эти фонды создавались по решению общего собрания колхозников. Но так как большинство из них были убыточными или низко рентабельными, материальное вознаграждение практически не осуществлялось из этих фондов потому, что они были очень малыми или вообще отсутствовали.

Феномен хозяйственного расчета формировался в сельском хозяйстве страны в соответствии с отече-

ственным менталитетом, изменение которого, в частности, одной только такой его черты, как коллективистские ориентации работников и их стремление к самоуважению и к оценке коллективом их работы, потребует ни одного поколения. Поэтому отказываться от хозяйственного расчета, как метода хозяйствования, вводить западную терминологию не целесообразно. Для его использования в рыночных отношениях вполне оправдано будет адаптировать его модели и организацию путем модернизации.

#### *Литература:*

1. Старченко, И. В. Журнал «Вопросы экономики и управления», 2015, № 1 (1). Хозяйственный расчет как фактор ускорения развития рыночной экономики АПК России.
2. Старченко, И. В. Теоретические основы и показатели эффективности сельскохозяйственного производства/И. В. Старченко, А. А. Чабанный. — Челябинск: Два комсомольца, 2015. — vi, 158 с.

## 4. ЭКОНОМИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ И РОСТ

### Перспективы развития рынка интеллектуальной собственности в России в условиях инновационного развития экономики

Евстратова Елена Николаевна, старший преподаватель

Обнинский институт атомной энергетики – филиал Национального исследовательского ядерного университета «МИФИ»

*Ключевые слова:* рынок, интеллектуальная собственность.

Для рассмотрения перспектив и направлений развития рынка интеллектуальной собственности в России необходимо исследовать структуру отдельных сегментов рынка.

Анализ динамики подачи заявок на регистрацию и выдачу патентов на изобретения, полезные модели и промышленные образцы российскими и зарубежными заявителями показывает, что количество заявок со стороны иностранных заявителей с каждым годом увеличивается. Среди иностранных заявителей наибольшее количество патентов было выдано на изобретения и промышленные образцы гражданам США, Германии и Японии, полезные модели — США, Украины и Белоруссии.

По сравнению с 2013 годом количество поданных в Роспатент заявок на изобретения в 2014 году снизилось на 10,26%, на полезные модели — на 2,83%, а в отношении промышленных образцов выросло на 15,67%.

Рынок интеллектуальной собственности, представленный в табл. 1, показывает, что за последние пять лет

отмечается определенные колебания в выдаче патентов в Российской Федерации на изобретения. Доля рынка, приходящаяся на патенты отечественных заявителей, в 2014 году составила 68%, соответственно 32% рынка заняли патенты иностранных заявителей.

На долю российских заявителей рынка полезных моделей в 2014 году приходилось 93%, из них 94% подтверждены Роспатентом (См.: табл. 2). По сравнению с патентами на изобретения доля иностранных заявителей в рынке полезных моделей составила 8%. Таким образом, отечественные разработки в области технических инноваций на отечественном рынке представлены в большей степени.

Рынок промышленных образцов, представленный в табл. 3, в настоящий момент практически стабилен в своем развитии. На долю российских заявителей приходится около 37% зарегистрированных объектов. Количество поданных заявок на выдачу патентов от иностранных заявителей в среднем на 25% больше, чем от отече-

Таблица 1

Динамика подачи заявок и выдачи патентов российским и иностранным заявителям на изобретения

Категория заявителей	Подача заявок на изобретения			Выдача патентов на изобретения		
	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2012 г.	2013 г.	2014 г.
Российские заявители	28701	28765	24072	22481	21378	23065
Иностранные заявители	15510	16149	16236	10399	10260	10885
Всего заявителей	44211	44914	40308	32880	31638	33950

Таблица 2

Динамика подачи заявок и выдачи патентов российским и иностранным заявителям на полезные модели

Категория заявителей	Подача заявок на полезные модели			Выдача патентов на полезные модели		
	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2012 г.	2013 г.	2014 г.
Российские заявители	13479	13589	13000	11152	12154	12267
Иностранные заявители	590	769	952	519	499	813
Всего заявителей	14069	14358	13952	11761	12653	13080

Таблица 3

Динамика подачи заявок и выдачи патентов российским и иностранным заявителям на промышленные образцы

Категория заявителей	Подача заявок на промышленные образцы			Выдача патентов на промышленные образцы		
	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2012 г.	2013 г.	2014 г.
Российские заявители	1928	1902	2200	1390	1278	1394
Иностранные заявители	2712	3092	2984	1991	2183	2348
Всего заявителей	4640	4994	5184	3381	3461	3742

ственных заявителей, и каждый второй выданный патент является иностранным. Таким образом, отмечается интенсивность роста доли рынка патентов на промышленные образцы иностранных заявителей.

Российским производителям следует более внимательно относиться к территориальным вопросам правовой охраны интеллектуальной собственности, так как они могут оказаться в весьма сложных конкурентных условиях на внутреннем рынке, если вдруг на рынке появится сходная продукция зарубежного производителя, а пред-

приятие не успеет в срок оформить патент на результат интеллектуальной деятельности или же оформит только национальный патент.

Результаты теоретических исследований свидетельствуют, что перспективы развития интеллектуального рынка России в условиях инновационного развития экономики будут определяться уровнем обеспечения правовой защищенности и обеспечения экономической значимости объектов интеллектуальной собственности.

#### Литература:

1. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики (Росстат) // [Электронный ресурс]/Режим доступа: <http://www.gks.ru/>
2. Официальный сайт Федеральной службы по интеллектуальной собственности (Роспатент) // [Электронный ресурс]/Режим доступа: <http://www.rupto.ru/>

## Анализ государственных мер повышения инвестиционной привлекательности региона на примере внедрения ОЭЗ и ТОСЭР в РФ

Максимова Капиталина Лиусуновна, зав. лабораторией;

Попова Айыына Юрьевна, студент;

Научный руководитель: Рац Галина Ивановна, доктор экономических наук, профессор  
Северо-Восточный федеральный университет имени М.К. Аммосова

8 июля 2005 г. был принят Федеральный закон от 22.07.2005 N 116-ФЗ (ред. от 13.07.2015) «Об особых экономических зонах в Российской Федерации», направленный на развитие регионов путем привлечения прямых российских и иностранных инвестиций в высокотехнологичные отрасли экономики, импортозамещающие производства, судостроение и туризм.

В соответствии с действующим законодательством на территории особой экономической зоны не допускаются:

- разработка месторождений полезных ископаемых и их добыча, металлургическое производство;
- переработка полезных ископаемых;
- производство и переработка подакцизных. [1]

На сегодняшний день в России действует 24 особые экономические зоны, заявки на открытие новых зон

или расширение действующих поступили летом 2015 года в Минэкономразвития еще из 24 регионов России. В действующих ОЭЗ, работает около 400 инвесторов из 29 стран, создано около 15 тыс. рабочих мест. Объем заявленных резидентами инвестиций — более 514 млрд. руб., из которых компаниями вложено в проекты уже более 160 млрд. руб. За период существования ОЭЗ в бюджет было уплачено более 16,5 млрд. руб. налоговых инвестиций. [2]

Эффективность российских ОЭЗ по большей степени описана только на бумаге и в региональных ведомствах, реальная же эффективность особых зон под вопросом. Согласно данным Счетной палаты РФ за 2013 г. экономическая эффективность функционирования ОЭЗ составила 0,68 рубля на 1 рубль вложенных государственных средств. При этом объем инвестиций, направленных резидентами ОЭЗ на развитие промышленно-производ-



ственных ОЭЗ, в 1,94 раза превысил государственные вложения; развитие технико-внедренческих ОЭЗ составил 17% от общего объема вложений; развитие туристско-рекреационных ОЭЗ — 3%; развитие портовых ОЭЗ — 0%. Также отмечается, что с 2008 г. имеется общая тенденция снижения ежегодного количества компаний, привлеченных в ОЭЗ.

Все ОЭЗ, действующие в России, подразделяются на четыре типа: промышленно-производственные — 9 ОЭЗ, технико-внедренческие — 5, туристско-рекреационные — 7, и портовые — 3. Список ОЭЗ представлен в таблице 1.

В настоящее время две ОЭЗ официально признаны неэффективными. Это такие зоны, как ПТ «Мурманск» и ТРТ «Остров Русский», в которые не удалось привлечь

ни одного резидента, и, соответственно, ни рубля частных инвестиций. По настоящему успешной считается только одна зона — ОЭЗ ППТ «Алабуга» в Республике Татарстан, в которой в 2015 г. было реализовано 23 млрд. руб. из 24,5 бюджетных млрд. руб. и привлечено 48 резидентов.

Проверка работы ОЭЗ, проведенная Счетной палатой в конце 2013 г., показала, что за 7 лет государством было вложено на создание ОЭЗ почти 112 млрд. руб. Управляющими компаниями на 2014 г. было реализовано всего 52 млрд. руб.

Пока же реальную эффективность показывают только зоны промышленно-производственного и технико-внедренческого типа. Больше всего резидентов, а именно 90, удалось привлечь в ОЭЗ ТВТ «Дубна» в Московской области, которая специализируется на информационных,

Таблица 1

## Действующие и запланированные ОЭЗ в РФ [2]

Тип ОЭЗ	Наименование ОЭЗ, месторасположение	Инвестиции, млрд. руб.		Резиденты	Площадь, га
		бюджетные	частные		
Промышленно-производственный	«Моглино», Псковская обл.	3,2	4,38	5	215
	«Калуга», Калужская обл.	2,6	0	1	316
	«Ступино Квадрат», Московская обл.	3,9	6,1	3	1200
	«Липецк», Липецкая обл.	17,789	129,5	41	1024,5
	«Алабуга», Республика Татарстан	24,5	154	48	4000
	«Тольятти», Самарская обл.	7,2	5,6	17	660
	«Лотос», Астраханская обл.	будет реализован в 1 кв. 2016 г. Более 17 млрд. руб. частных инвестиций и около 17 резидентов			983
	«Титановая-долина», Свердловская обл.	-	-	8	721,4
Технико-внедренческий	«Владивосток», Приморский кр.	будет реализован в 2016 г. Инвестиции: 5,6 млрд. руб. — бюджет, 10 млрд. руб. — частные инвестиции			10,06
	«Санкт-Петербург», г. Санкт-Петербург	17,866	8,102	36	129,4
	«Дубна», Московская обл.	17,7	9,49	92	187,7
	«Зеленоград», г. Москва	32,556	86,6	40	145,8
	«Иннополис», Республика Татарстан	более 2,4 млрд. руб вообще	-	15	311,43
Туристско-рекреационный	«Томск», Томская обл.	21,2	11,4	59	207
	«Завидово», Тверская обл.	будет реализован в 2016 г. Частные инвестиции — 24,9 млрд. руб.			1500
	«Архыз», Карачаево-Черкесская Республика	-	1,8	9	20 тыс.
	«Бирюзовая катунь», Алтайский кр.	8,2	1,7	17	3326,3
	«Долина Алтая», Республика Алтай	8,884	2,3	5	857
	«Ворота Байкала», Иркутская обл.	11,84	13,23	5	2346,9
	«Байкальская гавань», Республика Бурятия	18,6	2,7	12	3282,6
Портовой	«Остров Русский», Приморский кр.	неэффективен			-
	«Мурманск», Мурманская обл.	неэффективен			1997
	«Ульяновск», Ульяновская обл.	7,715	0,903	5	324,7
	«Советская гавань», Хабаровский кр.	3,74	75,6	0	550

ядерных и биомедицинских технологиях. На втором месте ОЭЗ ТВТ «Томск» — 59 инвесторов, занимающихся ИТ, системами управления и автоматизации, медицинскими технологиями. Самые же крупные капитальные вложения были сделаны в промышленно-производственные ОЭЗ. Так, порядка 154 млрд руб. удалось привлечь в ОЭЗ ППТ «Алабуга», где организовано производство автомобилей, строительных и композитных материалов. Более 129 млрд руб. инвестиций было заявлено в ОЭЗ ППТ «Липецк», в которой развивается производство строительных материалов, нефтехимия, выпуск энергетического оборудования. Замыкает тройку лидеров по размеру частных инвестиций (86,6 млрд руб.) ОЭЗ ТВТ «Зеленоград», где 40 резидентов занимаются электроникой и точным машиностроением, а также ИТ.

Кроме официально признанных неэффективными зон «Мурманск» и «Остров Русский», досрочно прекратили свое существование ОЭЗ в Калининградской области (в декабре 2012 г.) и объединение территорий аэропортов «Красноярск» и «Черемшанка» в Красноярском крае. Фактически не функционируют ОЭЗ в Хабаровском и Приморском краях, в Мурманской области.

Самыми неэффективным типом ОЭЗ признан туристско-рекреационный. Из 5 существовавших на момент проверки в 2013 г. ОЭЗ данного типа функционировало всего 4. Деятельность ОЭЗ портового типа также считается неэффективной — из 3 созданных ОЭЗ функционирует 1 в Ульяновской области и имеет достаточно низкие показатели деятельности. [3]

Туристско-рекреационный тип в России не сможет стать эффективным и рентабельным ближайшие несколько лет, пока не будет:

- отстроена надлежащая транспортная и туристская инфраструктура;
- обеспечено качественное проживание и обслуживание туристов;
- снижен транспортный тариф (авиаперевозка и железнодорожное сообщение в некоторые регионы России крайне затруднены, в следствие чего растет стоимость билетов);
- разработана имиджевая программа продвижения российского туризма;
- устранено несоответствие цены и качества отдыха в России и в зарубежных курортно-оздоровительных странах.

Пока не будут устранены или минимизированы данные факторы, сдерживающие рост туризма в РФ, об эффективности туристско-рекреационных ОЭЗ говорить не приходится. По данным Министерства культуры РФ в 2014 г. больше всего было туристов из Китайкой Народной Республики (409817 чел.) — это 16,69% от всех туристов; на втором месте Германия (349481 чел.) — 14,23%; замыкали тройку лидеров Соединенные Штаты Америки (162102 чел.) — 6,60% [4]. Большая часть иностранных туристов традиционно посещала самые востребованные города Москва и Санкт-Петербург.

Рост внутреннего туризма, который сейчас набирает все большие обороты, обусловлен не повышением лояльности россиян к отечественным курортам и санаториям, а падением реальных доходов населения, высоким курсом валюты и закрытием самых популярных направлений — Турция и Египет. Благодаря внешним факторам, а не улучшением в сфере российского туризма в районы действия туристско-рекреационных ОЭЗ стали поступать туристы. Так, в 2014 г. турпоток Алтайского края вырос на 17% — до 1,6 млн. туристов, в Бурятии на 14,6% — до 900 тыс. туристов, в Карачаево-Черкесскую Республику в 2015 г. приехало на 28,6%, чем в 2014 г. — до 900 тыс. чел [4].

Поскольку принятый 10 лет тому назад закон об особых экономических зонах на данный момент не оправдывает возложенных на него ожиданий, 23 декабря 2014 г. Государственной Думой РФ был принят Федеральный закон «О территориях опережающего социально-экономического развития в РФ» (далее ТОСЭР). В нем под ТОСЭР понимается территория регионов Дальнего Востока, на которой в соответствии с решением Правительства РФ установлены особые правовые режимы осуществления предпринимательской и иной деятельности.

Первые три года данная программа будет действовать только на территории Дальнего Востока, и если она сможет показать свою эффективность, полученный положительный опыт будет применен и к другим регионам России. На сегодняшний день Министерством РФ по развитию Дальнего Востока планируется создание 14 ТОСЭР, из которых в настоящий момент реализуется 9 проектов. ТОСЭР — это своего рода расширение особых экономических зон. Но между ТОСЭР и ОЭЗ есть существенные отличия, представленные в таблице 2.

Глядя на таблицу 2, можно отметить, что обе экономические зоны имеют много общего: практически одинаковые налоговые льготы и преференции. Но ТОСЭР, в отличие от ОЭЗ, призван отвечать новым реалиям российской экономики.

ОЭЗ создавались как достаточно жесткая оболочка, где вид деятельности и объем начальных инвестиций компаний были строго установлены. Первое и главное отличие ТОСЭР от ОЭЗ в том, что в ТОСЭР предусмотрен обратный порядок — каждая территория создается под нужды якорного предприятия, отвечая его потребностям и нуждам. Для них государство предусмотрело не только ряд льготных налоговых и административных послаблений, но и создание инфраструктуры проекта за счет бюджетных средств.

Второе отличие в том, что бизнес не будет ограничен так, как в ОЭЗ. При строительстве инфраструктуры часть государственного заказа могут получить небольшие местные предприятия. При этом преимущество в получении госзаказа получают отечественные компании, зарегистрированные на территории Дальнего Востока.

Третье, в ТОСЭР будет действовать кластерный подход — цепочка взаимосвязанных предприятий (поставщики, производители, потребители), которые рабо-

Таблица 2

## Различия между ТОСЭР и ОЭЗ

Признак	ТОСЭР [5]	ОЭЗ [6]	Общий пра- вовой режим [7]
<b>Налоговые преимущества:</b>			
налог на прибыль	0 % первые 5 лет	15,5–16,0 %	20 %
налог на имущество	0 % первые 5 лет	0 %	2,2 %
земельный налог	0 % первые 5 лет	0 %	1,5 %
транспортный налог (руб./л. с)	-	0	10–150
ввозные и вывозные тамо- женные пошлины	0 %	0 %	*зависит от вида ставки
НДС на импорт для перера- ботки	0 %	—	*0 % явл. членом Таможенного Союза *10–18 % не явл. членом Таможенного Союза
Порядок возврата НДС	ускоренный	-	общий порядок
<b>Социальные отчисления в:</b>			
Пенсионный фонд РФ	6 %	8 % (2012–2017 гг.) 13 % (2018 г.) 20 % (2019 г.)	22 %
Фонд социального страхования РФ	0,1 %	2 % (2012–2017 гг.) 2,9 % (2018 г.) 2,9 % (2019 г.)	5,1 %
Федеральный фонд обязатель- ного мед. страхования	1,5 %	4 % (2012–2017 гг.) 5,1 % (2018 г.) 5,1 % (2019 г.)	2,9 %
Страховые взносы	7,6 % первые 10 лет	14 %	30 %
Дополнительные льготы:	бесплатное получение земли и готовой инфраструктуры	ускоренная амортизация ос- новных средств	
	свободная таможенная зона	свободная таможенная зона без применения запретов и ограничений для товаров из Таможенного союза	
	система «одного окна»	система «одного окна»	
	отсутствие квот на ино- стрannую раб. силу	привлечение российских специалистов	
	упрощенный госуда- рственный контроль		
	ускоренные и облегченные административные проце- дуры, в том числе получение разрешения на строительство и прохождения таможни		
	проведение внеплановых проверок только по согласо- ванию с Управляющей ком- панией TOP		
<b>Различия:</b>			
минимальный размер инве- стиций	500 тыс. руб.	3 млн. — 10 млн. евро	

отраслевая принадлежность проектов	промышленное производство	промышленно-производственная деятельность	
	сельскохозяйственное производство	техничко-внедренческая деятельность	
	добыча и переработка полезных ископаемых (кроме нефти и газа),	портовая деятельность	
	развитие туризма логистика	туристско-рекреационная деятельность	
резиденты	резидент должен быть зарегистрирован и базироваться на территории Дальнего Востока и не иметь филиалы вне ТОР	все лица, являющиеся и не являющиеся резидентами особой экономической зоны	

тают на одной территории. В случае с ТОСЭР деятельность «соседствующих» с якорным инвестором компаний будет направлена именно на производство конечного продукта.

В четвертых, в отличие от ОЭЗ, в ТОСЭР существенно расширен перечень мер государственной поддержки для резидентов зон. Так, участники проекта смогут рассчитывать на льготы по налогу на прибыль, имущество, землю, и на послабления по страховым взносам и пр. ТОСЭР является более открытой площадкой для иностранных инвесторов. Закон о ТОСЭР подразумевает, что привлечение компании в проект осуществляется напрямую в иностранные банки и компании, что значительно сокращает цепочку посредников.

В пятых, ТОСЭР — социально ориентированная программа. Создание инвестиционного климата и развитие производства, это не основные задачи, которые способно выполнять ТОСЭР. В рамках территории будет создаваться развитая социально-экономическая инфраструктура: будут строиться детсады, школы, больницы и прочее. ТОСЭР сопровождает всю жизнь работника от производства до благоустроенного дома.

Таким образом, ТОСЭР является веянием новых условий российской экономики, когда требуется приток иностранного капитала и развитие самого большого региона России — Дальнего Востока. Сравнительный анализ ТОСЭР и ОЭЗ, показал, что ОЭЗ не смогли дать должного эффекта, и стране нужно искать новые, более эффективные пути экономического развития. Таким новым методом стало утверждение закона о ТОСЭР в Российской Федерации, который уже сейчас, спустя всего год своего существования, показывает результаты. В настоящий момент привлечено 236,56 млрд. руб. рублей частных инвестиций на территории 9 ТОР, где будет создано свыше 10 тыс. рабочих мест.

Подытожив, хочется отметить, что введение и дальнейшая разработка проекта ТОСЭР на территории Дальнего Востока подразумевает: рост инвестиционной привлекательности России, приток иностранного капитала, создание готовой продукции с добавленной стоимостью, переориентация с иностранного импорта, на российский экспорт, общее экономическое развитие Дальнего Востока и повышение качества жизни в России.

#### Литература:

1. Вопросы/ответы по законодательству. [Электронный ресурс]/Официальный сайт Министерства экономического развития РФ. — Режим доступа: [http://economy.gov.ru/minec/activity/sections/sez/regulation/questions\\_answers/](http://economy.gov.ru/minec/activity/sections/sez/regulation/questions_answers/)
2. О проекте Особые экономические зоны. [Электронный ресурс]/Сайт ОАО «Особые экономические зоны». — Режим доступа: <http://www.rusez.ru/oez/>
3. Отчет о результатах контрольного мероприятия «Аудит эффективности использования государственных средств, направленных на создание и развитие особых экономических зон». [Электронный ресурс]/Официальный сайт Счетной палаты РФ. — Режим доступа: [http://audit.gov.ru/activities/bulleten/755/16710/?phrase\\_id=1691865](http://audit.gov.ru/activities/bulleten/755/16710/?phrase_id=1691865)
4. Статистические показатели взаимных поездок граждан РФ и граждан иностранных государств [Электронный ресурс]/Официальный сайт Министерства культуры РФ. — Режим доступа: <http://www.russiatourism.ru/contents/statistika/statisticheskie-pokazateli-vzaimnykh-poezdok-grazhdan-rossiyskoy-federatsii-i-grazhdan-inostrannykh-gosudarstv/naibolee-populyarnye-napravleniya-po-vyezdu-grazhdan-rossiyskoy-federatsii-zarubezh/>

5. Экономические преимущества. [Электронный ресурс]/Сайт Министерства РФ по развитию Дальнего Востока. — Режим доступа: <http://minvostokrazvitia.ru/activities/toser.php>
6. Преференции для инвесторов в ОЭЗ. [Электронный ресурс]/Сайт Министерства экономического развития РФ. — Режим доступа: <http://economy.gov.ru/mines/activity/sections/sez/preferences/>
7. НК РФ Статья 12. Виды налогов и сборов в Российской Федерации. [Электронный ресурс]/Официальный сайт компании «КонсультантПлюс». — Режим доступа: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_19671/30e5cbced16d0e83475807de43fb8a7418fe752c/#dst45](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_19671/30e5cbced16d0e83475807de43fb8a7418fe752c/#dst45)



## 6. ОРГАНИЗАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ ХОЗЯЙСТВОМ СТРАНЫ

### Crowdfunding as a new approach to improving innovative startups activity

Седельников Сергей Романович, аспирант

Институт международного права и экономики имени А.С. Грибоедова (г. Москва)

*This article focuses on a new economic phenomenon of crowdfunding which is a major source for innovative startups funding. The article illustrates why people venture to invest in these startups. Classification of crowdfunding models is described. The author also touches upon the psychology of collective financing. Legal aspects of crowdfunding are briefly described. The article reviews Russian crowdfunding platforms Planeta.ru and Boomstarter.ru.*

**Key words:** Crowdfunding, Financing, Entrepreneur, Startup, Innovation, Projects, Planeta.ru, Boomstarter.ru.

*В статье рассмотрен новый подход к совершенствованию деятельности инновационных стартапов — краудфандинг. Представлена классификация краудфандинговых моделей. Описаны психологические и правовые аспекты краудфандинга. Проанализированы ведущие российские площадки для краудфандинга Planeta.ru и Boomstarter.ru.*

**Ключевые слова:** краудфандинг, финансирование, стартапы, инновации, проекты, Planeta.ru, Boomstarter.ru

Fast development of modern technologies has opened new possibilities for modern investors. Being an effective instrument of financial investments, crowdfunding is getting extremely popular.

The name of the crowdfunding speaks for itself and means public financing of creative projects, business start-ups and charity events. In most cases financing is provided with the help of the internet platforms. For example, kickstarter.com, boomstarter.ru, indiegogo.com, crowcube.com, planeta.ru, smartmarket.net, they have been the most successful ones so far.

#### How does crowdfunding work

Crowdfunding is unique because it is the financial instrument that uses internet technologies allowing to raise small investments from a large number of people in order to support a project, usually for the entrepreneurs and small businesses.

#### «Oculus» motivating example

Technologic startup of a young engineer Palmer Lucky «Oculus» (eye from Latin) is a virtual reality helmet, which is a budget-friendly option for customers. Similar products existed at the market before «Oculus». However, the fact that some money for production and promotion of the product has been raised via crowdfunding business makes the project special. More than 2.5 million USA dollars have been raised for a month [3]. More than 9.5 thousand people have become backers. The project was warmly welcomed by the target customers, mostly the fans of the video games, and became commercially successful. In 2014, Facebook announced its

decision to buy «Oculus VR» for 2 billion USA dollars [6]. Such success is due both to the engineering talent of Palmer Lucky and the crowdfunding campaign. Apart from bright and innovative product, «Oculus» have shown to the world that crowdfunding could be considered as a serious way of financing projects. As a result, several models of crowd financing are now available.

#### Classification of crowdfunding models

There are three categories of Crowdfunding subdivided according to the promise of the reward to the backers: reward-based crowdfunding, debt-based crowdfunding and donation-based crowdfunding.

1. Reward-based crowdfunding offers to their backers a reward which could be given in a number of ways such as mentioning the name of the former on the cover of the product; or a chance to take part in the production, for example, in making a movie; or just a promise of an autograph.

2. Debt-based/all-or-nothing crowdfunding means that the funders are promised to be granted ready product. For instance, it could be an electronic version of the book or video or audio product.

3. Donation-based or financial crowdfunding means that the investor will get as a reward the company's equities, interests on revenues or the right to vote at the board of investors/shareholders meetings.

Fast development of the public financing system supports crowdfunding platforms and social networks such as Twitter, Facebook, В контакте, which are capable to popu-

larize raising investments in a short period of time for an existing project. This is a unique phenomenon of transformation of the social capital, created by the social networks, into the financial capital.

Another important feature of crowdfunding is the absence of traditional intermediaries in financing. Banks, stock exchange, venture funds are excluded from the financial process. Consequently, the investor deals with the recipient directly. This is negative for the classical financial institutions as they are being forced out from their markets. However, wise use of the information available at the crowdfunding platforms helps in forecasting commodity markets and in making decisions about financing projects considering the choice of a large number of people. As a result, valuable business prediction information is now available in free access.

#### **Psychology that underlies public financing**

Motives that make people invest in non-profit or nearly non-profit projects make crowdfunding a unique social phenomenon. Philosophers and sociologies claim that this is an example of human solidarity, friendship and civil bonds or even fraternal love. According to one of the founders of the social science, M. Webber [2], ethics of the fraternal love, as it was interpreted by the first communities of the universal world religions, has not disappeared, on the contrary it has opened unknown before social realities.

American sociologist, George Alexander, believes that solidarity forms the basis for justice; this is a feeling of belonging to a wider group, to a community where an individual has on the one hand responsibilities and on the other hand rights to share feelings with others and the ability to contribute to the community's business [2].

The history of the development of crowdfunding in America and Europe proves the theory of solidarity. The logical result of this process is the phenomenon of the public financing, which has developed due to the projects that did not offer their investors any bonds or equities or any interest on the revenues in the future. Instead, investors were offered intangible rewards such as the real product or just public mentioning. Unbelievable success of the non-profit cultural and social projects has made crowdfunding a popular trend in business start-ups financing.

It is believed that crowdfunding is the right solution to this kind of projects because the future consumers of the product

will be able to become the stockholders and offer the sales success. Isn't it the future which the socialists of the past century dreamed of, trying to build utopian systems of the production and distribution of goods? It could become that this way of the industrial development, when plants and factories work on the individual orders of particular groups, can help modern industries to avoid the crisis of overproduction.

#### **Legality of the crowdfunding in America.**

The history of the legal regulation of the crowdfunding investment began on the 5<sup>th</sup> of April 2012, when President Barak Obama signed the JOBS Act Law (see [4]). The objective of the law is to create extra workplaces and to stimulate the economic growth by easier access to the public monetary/capital markets for new companies.

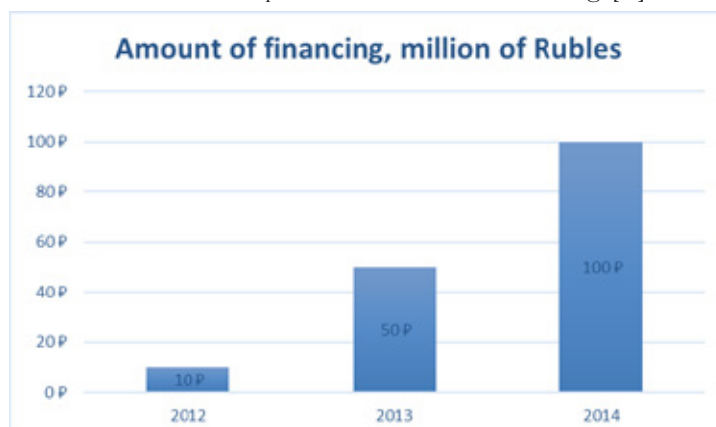
The law provides the right to form a simplified system to raise capital for small companies, the so called start-ups, without carrying out the obligatory now IPO. In fact, the law offers legal basis for the most advanced form of crowdfunding. Now the investor receives part of the property, dividend shares or the right to vote at the shareholders meeting as a counteroffer. The law allows to raise up to \$1000000 on — line with the maximum number of 2 thousand investors. Moreover, the law lifts the ban on the limitation of attracting non-credited investors. The maximum sum from one investor makes up \$10000.

#### **The development of the crowdfunding in Russia.**

In Russia the history of crowdfunding began in 2012, when platforms boom-starter.ru and planeta.ru appeared. Both grounds are developing very successfully at the moment. Despite the fact that firstly both projects were copied from the American ones, they have their own peculiarities, getting used to the new realia. Russian platforms have demonstrated promising results for the past three years.

##### **«Planeta»**

Portal planeta.ru is considered to be one of the main crowdfunding platforms in Russia. It was founded 3 years ago and since that time the company has helped to finance projects to the value of 160 million rubles in the spheres of movie and video production, music, charity, art and others. «Planeta» is popular among advanced young people of big Russian cities. Projects that cooperate with the major brands are also quickly developing. Portal shows a steady growth in the volume of financing [5].



**«Boomstarter»**

Boomstarter is the second Russian biggest portal for crowdfunding. It puts emphasis on technical startups (its business is similar to the western leading model of «Kickstarter»). Noteworthy is that «Boomstarter» became a laureate of the award «Startup 2012» established by the business incubator of the National Research University — Higher School of Economics in the nomination of the best social oriented startup. «Boomstarter» raised 100 million rubles since its foundation till 2014 [5].

Both these platforms work with reward-based crowdfunding. According to this schema, the investor or donor, gives the recipient money as a gift, free of charge/uncompensated.

**Prospects of crowdfunding**

Crowdfunding is a new economic phenomenon. According to the leading world organizations that deal with

the economic analysis it has a high potential for development. For example, the World Bank forecasts that the market size for crowdfunding will amount up to 90 billion USA dollars in 2020, which will exceed the size of the venture investment market [1]. It means that the global prospects of crowdfunding as a financial instrument for startups is large. In Russia, the development of crowdfunding follows the so-called catch up scenario. Firstly, there are no legislative regulations like A JOBS ACT in America. Secondly, debt based and donation based models, which are two main types of crowdfunding, do not exist. Next, the popularity of Russian crowdfunding platforms is much lower than abroad. Consequently, the future of crowdfunding largely depends on legal regulation and public attention to the phenomenon.

*References:*

1. Best, J. et al. 2013. Scaling innovation: Crowdfunding's potential for the developing world. Information for Development Program (infoDev), The World Bank. (2013).
2. Filippov, A. 2012. Mobility and Solidarity. Paper 2. The Russian Sociological Review. 11, 1 (2012), 19–39.
3. Oculus 2015. Oculus Rift: Step Into the Game. [www.kickstarter.com/projects/1523379957/oculus-rift-step-into-the-game](http://www.kickstarter.com/projects/1523379957/oculus-rift-step-into-the-game) (режим доступа 20.10.2015)
4. Securities, U. S. and Commission, E. 2013. Jumpstart Our Business Startups (JOBS) Act.
5. stkl12014. Краудфандинг в России: Итоги-2014. <http://crowdhunters.ru/crowd2014/> (режим доступа 21.10.2015)
6. Zuckerberg, M. 2014. I'm excited to announce that we've agreed to acquire Oculus VR. <https://www.facebook.com/zuck/posts/10101319050523971> (режим доступа 21.10.2015)

## Применение прогрессивных технологий в системе государственных закупок в Республике Казахстан

Шарипов Аскар Калиевич, доктор экономических наук, профессор;  
Жетысуский государственный университет имени И. Жансугурова (Казахстан)

Ормышев Алтынбек Иманкулович, аспирант  
Омский государственный институт сервиса

Одной из самых приоритетных функций правительства является управление процессами формирования и эффективного использования информационных ресурсов по государственным закупкам в экономически развитых странах.

В Европейском Союзом при проведении торгов используется электронная почта, но принимаются к рассмотрению варианты документов только на бумажном носителе; то же касается и принятия решения по результатам тендера. Информация о предстоящих закупках стран-членов Европейского Союза и его специализированных организаций также заносится в базу данных TED (Tender Electronics Daily), доступную через Интернет. В странах Европейского Союза государственные закупки обеспечивают 210 информационно-консультативных центров,

взаимодействующих по специальным сетям, в том числе по сети «Интернет». Аналогичные системы широко внедряются в таких странах, как Бразилия, Мексика, Южная Корея, Польша.

Выше перечисленные государства организуя электронные государственные закупки, выигрывают экономически, сокращая на 12–20 % свои расходы на закупки. Осуществляя свои расходы перед налогоплательщиками понятными, прозрачными и контролируемыми, они выигрывают и политически.

В странах СНГ уже имеются отдельные локальные базы с реестрами контрактов в некоторых федеральных ведомствах и субъектах Российской Федерации. Доступ к этим базам имеют только функциональные службы соответствующих органов власти. Ежегодно в базы данных

этих центров вводится несколько сот тысяч сведений о государственных закупках [1].

Для улучшения системы государственных закупок в Республике Казахстан должен быть творчески использован опыт других стран. В ходе реализации проектов, способствующих внедрению информатизации системы государственных закупок, наше государство будет соответствовать международным требованиям, обеспечивающим эффективность, транспарентность процесса закупок и создающим атмосферу здоровой конкуренции. Поэтому разработка системы информационного обеспечения закупок и поставок продукции для государственных нужд Рес-

спублики Казахстан является настоятельной необходимостью для реализации принципов открытости и гласности, повышения эффективности государственного управления и механизма финансирования государственных закупок. При этом органы государственной власти и органы государственного контроля получают реальную возможность для обеспечения выполнения своих контрольных функций.

Реализация и разработка проекта «Оказание технического содействия Агентству по государственным закупкам Республики Казахстан для улучшения системы государственных закупок» предусматривает внедрение взаимосвязанных мероприятий по следующим направлениям:



Рис. 1. Направления для улучшения системы государственных закупок. Источник: Разработаны авторами

В республиканском бюджете предусматриваются средства на внедрение современных информационных технологий посредством создания и поддержки автоматизированной системы отчетности и мониторинга государственных закупок, а также Web-сайта уполномоченного органа.

Автоматизированная *система мониторинга* позволит не только собирать и анализировать результаты проведенных закупок, но и содержать всю информацию о планируемых закупках, объявления о предстоящих конкурсах, конкурсную документацию и так далее, что даст возможность уполномоченному органу оперативно реагировать на все нарушения, допускаемые в ходе проведения государственных закупок, уже на этапе подготовки конкурсной документации. Это будет способствовать максимальной информированности, открытости и доступности для всех потенциальных поставщиков и обеспечит на деле реальную конкуренцию. В перспективе автоматизированная система мониторинга государственных закупок, совместно с информационными системами других государственных органов, должна стать частью интегрированной информационно — телекоммуникационной системы государственных органов, отвечающих за исполнение государственного бюджета.

На основе информации автоматизированной системы ожидается:

- разработка паспорта администраторов бюджетных программ по государственным закупкам, в которых на основе регулярного систематического анализа будут отражаться результаты их деятельности в сфере государственных закупок с выделением основных проблем

и допускаемых ошибок для последующих консультаций со стороны уполномоченного органа;

- подготовка кадров для работы в системе государственных закупок посредством организации системы обучения, повышения квалификации и аттестации. Необходимо в ближайшее время организовать учебу для членов конкурсных комиссий и работников специализированных структур, занимающихся вопросами государственных закупок;

- подготовка к созданию и внедрению системы электронных торгов. В перспективе внедрение механизма электронных аукционов и тендеров в сфере государственных закупок, осуществляемых на конкурсной основе, приведет к значительному сокращению бумажного документооборота, сделает процесс закупок более транспарентным и открытым.

Роль участников системы информационного обеспечения государственных закупок с методической позиции сводится к регламентированному обмену необходимой информации. Государственные заказчики продукции для государственных нужд должны иметь возможность:

- установить потребность в закупке соответствующей продукции;
- провести анализ рынка продукции для государственных нужд;
- получить продукцию оптимальную с точки зрения цены, качества, своевременности поставки;
- выбрать компетентных потенциальных поставщиков, которые имеют успешный предыдущий опыт или способность обеспечить условия поставки;

— обеспечить условия конкуренции при проведении торгов;

— обеспечить минимизацию издержек на проведение закупок и поставок продукции;

— обеспечить открытость и равноправие;

— обеспечить мониторинг исполнения действующих контрактов и мониторинг результатов закупок.

— Потенциальные поставщики продукции должны иметь возможность:

— предоставить информацию о своей продукции;

— оценить условия поставки, которые были в ранее заключенных контрактах на поставки аналогичной продукции;

— провести маркетинг своей продукции;

— найти заказчика на соответствующую продукцию;

— определить какие нормативно-правые, инструктивно-методические документы регламентируют процесс проведения закупок и др.

В свою очередь, органы государственной власти должны получить возможность осуществления сплошного мониторинга государственных закупок в целях:

— получения данных по государственным закупкам в различных разрезах: по годам, по ведомствам, по поставщикам, по регионам, по видам продукции и другим аспектам;

— учёта и оценки влияния государственных закупок на национальную экономику, определений стратегии при прогнозировании и формировании программ социально-экономического развития страны и отдельных регионов.

Чтобы учесть интересы участников системы государственных закупок, необходимо создать возможность для обеспечения информационной открытости государства для общества. Открытость процедур и результатов государственных закупок расширит объем информации, обязательной к общественному раскрытию органами государственной власти всех уровней.

Регламентирующие обязательное раскрытие информации о процедурах и результатах государственных закупок требования, должны быть дополнены требованием публикации о государственных закупках в сети Интернет в целях минимизации издержек на публикацию информации и доступа к ней.

В данное время Агентством Республики Казахстан по государственным закупкам внедряется информационная система «Мониторинг государственных закупок», база которой находится в стадии заполнения [2]. Модуль этой системы, отражающий в интерактивном режиме сведения о государственных закупках, представляемые в Агентство субъектами государственных закупок по системе, представлен на Web-сайте [http:// www: go-szakur. kz/](http://www:go-szakur.kz/). Создание системы «Мониторинг государственных закупок» преследует цель формирования единой базы данных по государственным закупкам с регламентированным доступом к ней пользователей администраторов бюджетных программ и государственных учреждений,

предприятий. Данная система охватывает государственные учреждения, финансируемые из республиканского бюджета и местных бюджетов. В будущем предполагается подключение к ней государственных предприятий и акционерных обществ, контрольный пакет акций которых принадлежит государству.

Несомненно, внедрение апробированных в международной практике современных технологий в системе закупок позволит снять часть проблем, связанных с транспарентностью и правомерностью процесса выбора поставщика и наряду с этим позволит уполномоченному органу своевременно реагировать и предотвращать нарушения в ходе проведения конкурсов.

Информатизация процессов государственных закупок предполагает поэтапный переход к электронному документообороту, внедрение системы электронной коммуникации внутри и между государственными организациями.

Повышение эффективности, обеспечение прозрачности и максимальной объективности процесса государственных закупок на всех его этапах — это цель внедрения системы электронных торгов — это.

Интегрированный комплекс, состоящий из четырех компонентов: компьютерное оборудование, сеть передачи данных, программное обеспечение и процедура использования всего этого комплекса. Этот комплекс специально предназначен для использования всеми участниками процесса государственных закупок на всех его этапах, исключая личный контакт продавца с покупателем — это система электронных торгов в сфере государственных закупок. Разработчики обоснованно считают, что использование системы электронных торгов повысит эффективность государственных закупок. Некоторые процессы становятся просто автоматическими, некоторые ускоряются, и повышается объективность. В частности: упрощается и ускоряется проведение всех этапов конкурса; ограничивается возможность злоупотреблений; повышается объективность оценки; увеличивается уровень конкуренции среди поставщиков; процесс контролируется на всех этапах; обеспечивается гласность процесса; повышается своевременное и целевое освоение средств. Кроме того, существенно сокращается время проведения конкурса, и оценка результатов делается полностью объективной и автоматической.

При этом все участники процесса закупок общаются между собой через систему электронных торгов, все процедуры конкурсных торгов выполняются посредством системы электронных торгов. Пользователями системы являются заказчики — поставщики — уполномоченный орган.

Все поставщики регистрируются в системе через Центр электронной коммерции (далее — Центр) при уполномоченном органе по государственным закупкам.

Отказ в регистрации возможен только при несоответствии этим общим квалификационным требованиям. Центр проверяет соответствие поставщика всем общим квалификационным требованиям и выдает поставщику



имена и пароли для работы в системе. Поставщик может устранить эти требования и снова прийти в Центр зарегистрироваться. Этот процесс не зависит от проведения конкурса, то есть он вне конкурса может регистрироваться до тех пор, пока не регистрируется. Этот процесс охватывает несколько логически взаимосвязанных шагов.

Первый шаг — это регистрация поставщиков. Организатор конкурса подключается к системе электронных торгов через Интернет, то есть ему нужен доступ в Интернет. Затем организатор, подключившись к системе, указывает индивидуальное имя и свой пароль, который ему выдал Центр. Электронная система идентифицирует пользователя, из какой организации, и какую выполняет в ней роль, и предоставляет ему доступ только к его функциям и данным. То есть он может сделать только то, что ему положено.

Второй шаг — объявление конкурса. Организатор заводит в систему сначала общие условия для всего конкурса, такие как: кто проводит конкурс; дата проведения конкурса; дата вскрытия заявок; сроки и разнообразные требования, общие для всего конкурса. Затем организатор заводит спецификацию, собственно то, что он требует от поставщиков по лотам.

Третий шаг — подготовка заявок. Система автоматически, после того как организатор ввел туда все данные, рассылает объявления всем поставщикам о конкурсе и его специфике. Кроме того, выдает всю информацию для всеобщего доступа через Интернет

Четвертый шаг — подача заявок. Поставщик подключается к системе через Интернет, указывает индивидуальное имя и пароль, которое получил в Центре при регистрации. Система его идентифицирует и опять же предоставляет доступ только к его функциям, и только к его данным. После подключения поставщик ежедневно просматривает посылаемые ему уведомления. Поставщик выставляет обеспечение на названную организатором сумму по тем лотам, в которых он участвует, и пересылает обеспечение организатору конкурса открытым способом.

Пятый шаг — вскрытие заявок. В момент вскрытия система предоставляет доступ ко всем поступившим

на конкурс заявкам. Члены конкурсной комиссии могут ознакомиться с заявками непосредственно в системе, либо заявки могут быть распечатаны.

После вскрытия участники получают доступ к чужим заявкам для «альтернативной» оценки. Участник вправе обратиться с жалобой в уполномоченный орган или суд, если он считает итоги конкурса необоснованными. Организатор знает о праве участника провести независимую оценку всех заявок и обжаловать решение организатора, что удерживает его от предпочтительного отношения к заявкам какого-либо поставщика.

Шестой шаг — оценка заявок и объявление победителей. Комиссия отклоняет конкурсные заявки, по которым обеспечение не поступило; отсеивает участников по специальным квалификационным требованиям; оценивает заявки только по техническим условиям и цене и формирует заключение. Секретарь комиссии отмечает в системе выигравшие заявки и вводит заключение комиссии. Система посылает уведомления поставщикам о результатах конкурса и размещает информацию о результатах конкурса на сайте для всеобщего доступа.

Седьмой шаг — заключение и исполнение договора. Заключительный этап, когда объявляется победитель конкурса, это момент, связанный с казначейством. Система формирует регистрационные номера сделок по каждому конкурсу, то есть любой результат конкурса ею протоколируется и передается в Казначейство. У Казначейства появляется возможность контролировать при выполнении оплат по информации уполномоченного органа, какие были конкурсы, как они прошли, чем закончились. Таким образом, у всех участников электронной системы торгов появляется дополнительная возможность взаимоконтроля.

Совершенствование государственных закупок связано с разрабатываемыми в настоящее время *программами системы электронных государственных закупок*. Данная система позволит перевести процесс государственных закупок на качественно новый уровень, повысит уровень транспарентности всех его этапов, а также ускорит и оптимизирует процесс определения победителей конкурсов по государственным закупкам.

#### Литература:

1. Рябенский, И. Проблемы стандартизированного представления данных при внедрении и использовании автоматизированных систем госзакупок. Business Solution Center, Москва, 2002 г. // Информационный сайт
2. Технические спецификации по созданию и внедрению информационной системы «Мониторинг государственных закупок».
3. Постановление Правительства Республики Казахстан от 13.07.1999 № 966 «О мерах по повышению эффективности организации государственных закупок» (с изменениями, внесенными постановлением Правительства Республик Казахстан от 27.07.2010 г. № 1150).

## 7. ОТРАСЛЕВАЯ ЭКОНОМИКА

### Перспективы реализации государственно-частного партнерства в формировании молочного кластера

Богомолова Ирина Петровна, доктор экономических наук, профессор;  
Воронцов Александр Дмитриевич, соискатель  
Воронежский государственный университет инженерных технологий (г. Воронеж)

В последние два года на первый план развития российской экономики вышли вопросы организации процессов импортозамещения, в связи с введенным и действующим до настоящего момента эмбарго. Достаточно актуальным продолжает оставаться вопрос импортозамещения молока, и, в особенности, молочнопродукции (сливочное масло, сыры). В определенной степени, решению этого вопроса должны поспособствовать процессы интеграции производителей и переработчиков молочной продукции, торговых сетей и обслуживающей инфраструктуры, осуществляемые при помощи поддержки инвесторов (как частных компаний, так и государства) [2, с. 135].

На наш взгляд, данные процессы логично осуществлять в форме реализации принципов государственно-частного партнерства в целях формирования молочных кластеров, и, в частности, предлагается создание такого кластера на территории Центрально-Черноземного экономического района, в Воронежской области. Ведущим инвестором и головным предприятием кластера должна стать компания Молвест, вокруг которой будут объединены производители молока, другие переработчики, обслуживающие компании.

Рассмотрим, каковы перспективные направления реализации принципов государственно-частного партнерства при формировании молочного кластера Воронежской области.

Во-первых, речь может идти о мероприятиях по совершенствованию структуры молочного кластера Воронежской области. К таким мероприятиям можно отнести:

- разработку и внедрение инноваций, выстраивание связей с научно-исследовательскими институтами, совершенствование производственных технологий;
- совершенствование управленческого менеджмента среди участников молочного кластера, использование поставщиков с качественной и конкурентоспособной продукцией;
- грамотное «продвижение» продукции участников кластера в торговые сети;
- выстраивание эффективных производственных бизнес-процессов;

— использование участниками кластера сертифицированных систем управления качеством (согласно международным стандартам);

— внедрение на предприятиях кластера эффективных аутсорсинговых схем;

— содействие продвижению продукции на внешний рынок; привлечение инвестиций на приемлемых условиях (венчурные фонды, бюджетное финансирование);

— создание качественной кластерной инфраструктуры;

— совершенствование нормативно-правовой базы обеспечения инновационной деятельности на предприятиях — участниках кластера;

— расширение сферы консалтинга и повышение эффективности функционирования института государственно-частного партнерства.

Во-вторых, в приоритете остается обеспечение благоприятной конъюнктуры не только для формирования, но и дальнейшего развития молочного кластера Воронежской области. В этой связи возникает вопрос совершенствования теоретической и практической подготовки специалистов для предприятий — участников кластера, а также своевременного планирования потребности в обученном персонале. Для достижения поставленных задач может быть рекомендовано тесное сотрудничество образовательных учреждений с производственными предприятиями кластера, когда специалисты-практики участвуют в разработке образовательных программ и практических курсов. К данному направлению могут быть отнесены и мероприятия по организации стажировок и производственной практики для сотрудников предприятий — участников молочного кластера.

В-третьих, речь идет о налоговом регулировании деятельности предприятий — членов кластера. Налоговое регулирование, как правило, подразумевает установление дифференцированных условий налогообложения, стимулирующих развитие бизнеса (налоговых льгот, ставок налогов, сроков уплаты и пр.) Данные меры имеют конечной целью создание для участников кластера благоприятного налогового климата, который бы стимулировал их функционирование и способствовал быстрому наращиванию выработки продукции.

И, наконец, четвертым перспективным направлением реализации принципов государственно-частного партнерства при создании молочного кластера должны стать минимизация и упрощение так называемых «административных барьеров» [1, с. 55].

Учитывая рассмотренные выше приоритетные направления реализации принципов государственно-частного партнерства, определим основные элементы сценария осуществления политики кластерообразования для Воронежской области:

1. Формирование промышленной инфраструктуры молочного кластера.
2. Совершенствование юридической составляющей на уровне субъекта Российской Федерации (т. е. правового регулирования в вопросах осуществления кластерных инициатив).
3. Поддержка и содействие объединению хозяйствующих субъектов в вертикально-интегрированные структуры — кластеры, оказание содействия реализации совместных кластерных проектов.
4. Услуги информационного консалтинга.

Рассматривая действующую региональную инфраструктуру, которую необходимо задействовать в целях формирования молочного кластера Воронежской области, необходимо выделить основные, кластерообразующие инфраструктурные элементы:

- кадровый,
- информационно-консалтинговый,
- технологический,
- координационный,
- финансовый.

Чтобы обеспечить кадровую поддержку формирования молочного регионального кластера, необходимо осуществить комплексную подготовку специалистов предприятий — участников кластера.

Для информационно-консалтинговой поддержки требуется доступ всех заинтересованных лиц к информационным ресурсам и консультационным услугам, в том числе, предоставляемым Воронежской Торгово-Промышленной Палатой, Центром стандартизации, метрологии и сертификации и другими объединениями.

Технологическая платформа инфраструктуры кластера рассматривается в целях продвижения инновационных технологий и получения участниками кластера доступа к производственным ресурсам.

Функции координационной инфраструктурной составляющей способен выполнять Центр кластерного развития Воронежской области, учрежденный региональным Департаментом промышленности и транспорта.

Финансовая составляющая кластерной инфраструктуры представлена, главным образом, банковским сектором, способным поддержать соответствующие инвестиционные проекты.

Проанализированную инфраструктуру формирования молочного кластера предполагается рассматривать как элемент экономической инфраструктуры Централь-

но-Черноземного экономического района, и, в частности, Воронежской области.

Методологический подход к формированию молочного кластера на основе реализации государственно-частного партнерства предполагает следующие шаги по совершенствованию правовой базы кластерных инициатив:

- определить последовательность действий участников молочного кластера при осуществлении рассматриваемого инвестиционного проекта;
- внести соответствующие поправки в законодательство Воронежской области, регулирующие осуществление промышленной деятельности в субъекте (касающиеся правового определения субъектов кластерной политики и механизмов реализации государственно-частного партнерства, в первую очередь, — соответствующих мер государственной поддержки).

Необходимо отметить, что в целях содействия эффективной организации молочного кластера и формирования у потенциальных участников видения и понимания сущности и стратегии развития кластера, на уровне региона может быть оказана дополнительная информационная поддержка.

Формирование инфраструктуры молочного кластера для самоорганизации представителей бизнеса (в особенности, среднего и малого), может происходить за счет совершенствования межбюджетных отношений и выделения соответствующих субсидий из бюджета соответствующего уровня (федерального или регионального).

В целом, реализация успешной кластерной политики в Воронежской области предусматривает:

- одновременное осуществление мероприятий по оказанию государственного финансирования не одного, а ряда приоритетных кластеров в регионе;
- формирование организационного плана мероприятий по осуществлению и поддержке проектов создания кластеров.

Описанные теоретические и методологические основы реализации принципов государственно-частного партнерства при формировании молочного кластера Воронежской области позволили нам выявить ключевые условия его формирования:

- объединение в кластер на добровольной основе,
- работа в составе кластера для получения синергетического эффекта,
- инновационный характер кластера,
- обоюдный контроль управленческих действий всеми участниками кластера,
- поэтапное, эволюционное развитие кластера,
- правовая независимость участников кластера.
- Создание молочного агропромышленного кластера на территории Воронежской области, на наш взгляд, должно иметь следующие приоритетные задачи:
  - корректировка ценовой политики в отношении молочной продукции на товарном рынке региона,
  - наращивание объемов производства и повышение качества производимой продукции,

— осуществление единого маркетингового подхода всеми участниками молочного кластера,

— вовлечение инноваций в технологические процессы производства и переработки молока в регионе.

Кроме того, необходимо иметь в виду, что рост кон-

курентных преимуществ производителей молочной продукции Воронежской области за счет их интеграции на кластерной основе невозможен без грамотного сочетания регионального и отраслевого способов управления, приводящих к запуску процессов интеграции.

#### Литература:

1. Воронцов, А. Д. Практические аспекты реализации механизма формирования молочного кластера Воронежской области/А. Д. Воронцов // ФЭС. № 10. 2015 г. с. 54–58.
2. Воронцов, А. Д. Методы проведения мониторинга молочной промышленности Российской Федерации, адаптированные к проблеме импортозамещения/А. Д. Воронцов // Экономика и предпринимательство. № 11–1. 2015 г. с. 135–141.

## Современный образ российской энергетики в средствах массовой информации

Кузнецов Максим Игоревич, студент

Санкт-Петербургский государственный университет

Конников Евгений Александрович, ведущий научный сотрудник;

Метелев Павел Сергеевич, кандидат экономических наук, директор

Санкт-Петербургский государственный экономический университет

*Текущие макроэкономические обстоятельства вынуждают каждого гражданина задуматься о будущем России. Во многом, образ будущего России формируется в сознании граждан при помощи средств массовой информации, так как далеко не каждый является профессиональным экономистом или политологом. Текущий информационный поток может быть дифференцирован по отраслям. Одной из ключевых отраслей является энергетика. Во многом это обусловлено ее долей в ВВП России. Центр «Энергетической политики» при СПбГЭУ провел исследование относительно современного образа Российской энергетики в средствах массовой информации. Объектами исследования являлись крупнейшие энергетические предприятия России. В рамках данной статьи изложены краткие результаты по нескольким, наиболее интересным и характеризующим общую картину, предприятиям. Результаты носят неоднозначный характер. Многие предприятия представляются в СМИ исключительно с положительной стороны, многие наоборот. Данная специфика во многом обусловлена как экономическими, так и политическими факторами.*

**Ключевые слова:** энергетика, средства массовой информации, энергетические компании, макроэкономическая ситуация, кризис, образ энергетических компаний, новостные материалы, атомная энергетика.

Последней квартал 2014 года и 2015 год в целом ознаменовались крупными потрясениями в экономике России. Данные потрясения привели к высокому уровню макроэкономической нестабильности и спровоцировали отрицательную динамику всех экономических индикаторов. Данные последствия общей макроэкономической нестабильности нельзя назвать не иначе как кризис. В этих условиях экономическая сфера оказалась под пристальным вниманием средств массовой информации (далее СМИ). Крайне широко начали освещаться не только темы, связанные с курсом валют и торгами на Московской бирже, но и проявления экономических проблем в других сферах.

Не маловажной представляется и сфера, которая ранее находила отражение далеко не во всех СМИ. Речь идет о сфере энергетики. В последнее время состояние дел в ней все чаще находит отражение в различных изданиях.

Это, вероятно, связано с тем, что экономический кризис обнажает те проблемы, которые существуют в этой отрасли.

В данной статье мы рассмотрим образ энергетических компаний России, который проявляется в отечественных средствах массовой информации. Анализ будет проходить по следующим пунктам:

1. Как часто за последние три месяца упоминалась компания в СМИ;
2. Какой характер носили упоминания (были ли материалы напрямую посвящены компании или она в них упоминалась только косвенно);
3. Какие именно темы, связанные с компаниями, находили отражение в СМИ;
4. Какую оценку деятельности компании давали в материалах журналисты (положительная, отрицательная или нейтральная).

Для получения более полной информации мы обратимся к сервису «Яндекс. Новости», который занимается агрегацией новостных и аналитических материалов. Что же касается оценки деятельности компании, то здесь мы будем обращаться напрямую к большим аналитическим материалам.

И так, рассмотрим образ общероссийских энергетических компаний. Здесь мы проанализируем шесть компаний. Речь идет о компании Интер РАО, Росатом и ГТ Энерго.

Начнем рассмотрения с компании Росатом. За последние три месяца (с 1 декабря 2015 года по 1 марта 2016 года) компания упоминалась в 3651 новостном материале, 533 статья и 76 интервью [1]. Для начала попробуем определить основной круг тем, в рамках которых упоминается данная компания.

Большое количество новостных материалов упоминают корпорацию Росатом только косвенно. Так, например, некоторое количество новостных материалов посвящены, подготовке мероприятия к 20-летию аварии на Чернобыльской АЭС, различным конференциям с участием корпорации.

Также есть и прямые упоминания. Например, заявления представителей Росатома о том, что в ближайшие годы большая часть выручки компании будет формироваться за рубежом. К прямому типу новостей можно отнести и встречу представителя корпорации с бывшим сенатором США для обсуждения вопросов ядерной безопасности, создание в Российской Федерации центра по работе с радиоактивным графитом, развитие бизнеса в ядерной сфере, проблемы с выплатой долга «Атомэнергосбытом» (дочернее предприятие Росатома), материалы, посвященные ремонту, строительству и запуску энергоблоков различных атомных электростанций, а также проведению тендеров на утилизацию разведывательного корабля «Урал».

Как мы видим деятельность данной компании освещается очень активно. Здесь важно понимать, что большинство материалов посвящено именно строительству, ремонту и эксплуатации различных атомных электростанций как в России, так и за рубежом.

Рассмотрим аналитические материалы и то, как их авторы оценивают корпорацию Росатом. Важно понимать, что в большинстве из 533 аналитических материалов корпорация Росатом лишь упоминается. Всего за период с 1 декабря 2015 года по 1 марта 2016 года встречается всего 5 статей, непосредственно посвященных деятельности корпорации. Рассмотрим их:

1. Статья «Ждем компетентные органы», опубликованная на портале Znak.com [2]. В данной статье речь идет о ситуации с ветеранами атомной отрасли. Госкорпорация Росатом в данном материале предстает в негативном свете;

2. Статья «Росатом: проекты «Гидропресса» необходимы для развития отрасли» опубликована на сайте агентства РИА Новости [3]. В данном материале корпорация предстает в положительном ключе;

3. Статья «Россия построит космический аппарат с ядерным двигателем» опубликованная в газете «Известия» [4]. Росатом в данной статье предстает в положительном ключе;

4. Еще одна статья агентства РИА Новости «Росатом-2015: пути для роста в кризис и освоение «технологий будущего» [5] фактически посвящена тому, как атомная отрасль встретила год своего 70-летия, а также антикризисному плану корпорации. Оценка деятельности — положительная;

5. Статья газеты «Коммерсантъ» «Атомарное происхождение тарифа» [6] посвящена росту доли атомной энергетики в России и ее роли в инфляционных процессах. Оценка деятельности — положительная.

Таким образом мы можем говорить о том, что в большинстве статей деятельность корпорации Росатом оценивается авторами положительно. Образ данной компании можно описать как инновационная и развивающаяся.

Перейдем к рассмотрению компании ГТ Энерго, которая занимается строительством и эксплуатацией газотурбинных ТЭЦ. Данная компания упоминается в СМИ очень редко. В период с 1 декабря 2015 года по 1 января 2016 года она упоминалась лишь в 32 новостных материалах и 7 статьях.

Прямо ее деятельность освещалась лишь единожды: информация о заключении контракта по развитию теплоснабжения Томбовской области.

Что же касается статей, то в них ГТ Энерго упоминается обычно лишь в каком-либо контексте. Единственное прямое упоминание — в статье на портале FLB [7], где речь идет о бывшем сотруднике компании, который подозревается в хищении 12 млрд. рублей. Безусловно данный контекст можно считать отрицательным.

Из всего вышесказанного можно сделать вывод, что ГТ Энерго редко привлекает внимание СМИ. По результатам анализа перед нами предстает образ очень замкнутой и незаметной компании.

Рассмотрим деятельность Интер РАО и ее отражение в СМИ. И так, за исследуемый период компания упоминалась в 2371 новостном материале, 412 статья и в 23 интервью.

Ситуация с материалами, где Интер РАО упоминается в контексте здесь схожа с Росатомом. Прямые материалы посвящены в основном экспорту электроэнергии в Украину, вопросам с уставным капиталом и советом директоров компании, проблемам с увольнениями на электростанциях, финансовым отчетам компании и ее дочерних предприятий за 2015 год и так далее.

Что же касается прямых статей, то здесь ситуация достаточно интересная. Так часть статей посвящены, например, отчетности компании за 2015 год. Рассмотрим четыре статьи, которые не относятся к подобным:

1. Статью РБК «Голос» обнаружил скрытое бюджетное финансирование на выборах» [8] нельзя отнести к статьям, где компания упоминается напрямую. Однако



здесь речь идет о том, что через дочернюю компанию Интер РАО финансировались некоторые кандидаты на выборах. Соответственно здесь деятельность Интер РАО представляется в негативном ключе;

2. В статье «Интер РАО отравило водозабор Нижневартовска» портала Правда.урфо [9] описывается причастность компании к массовой гибели рыб в Нижневартовске. Оценка деятельности — отрицательная;

3. Тот же портал опубликовал статью «Дочка Интер РАО опустошила ОГК-2 на 2,6 миллиарда рублей» [10], в которой речь идет о строительстве Троицкой ГРЭС, которое было затянута, что повлекло за дочерней структурой «Газпрома» ОГК-2 издержки. Оценка деятельности Интер РАО — отрицательная;

4. Аналитическая статья «У «Интер РАО» есть высокие шансы на солидные дивидендные выплаты в будущем» портала Финам [11] посвящена прогнозу финансовой деятельности компании на 2016 год. Оценка деятельности — положительная.

Таким образом можно говорить о том, что компания Интер РАО предстает в СМИ в основном в отрицательном ключе. Образ ее можно описать следующими эпитетами: нечестная и ненадежная.

Из всего вышенаписанного можно сделать вывод, что образ общероссийских энергетических компаний в СМИ достаточно разносторонен. Они могут представлять перед нами как в положительном и отрицательном, так и в нейтральном виде.

### Литература:

1. Сервис «Яндекс. Новости». [Электронный ресурс] URL: <https://news.yandex.ru/> (дата обращения: 14.03.2016);
2. Статья «Ждем компетентные органы». Znak.com [Электронный ресурс]. URL: [https://www.znak.com/2016-02-04/k\\_rosatomu\\_poyavilis\\_pretenzii\\_u\\_veteranov](https://www.znak.com/2016-02-04/k_rosatomu_poyavilis_pretenzii_u_veteranov) (дата обращения: 14.03.2016);
3. Статья «Росатом: проекты «Гидропресса» необходимы для развития отрасли». РИА Новости. [Электронный ресурс]. URL: <http://ria.ru/atomtec/20160128/1366713919.html> (дата обращения: 14.03.2016);
4. Статья ««Россия построит космический аппарат с ядерным двигателем». «Известия» [Электронный ресурс]. URL: <http://izvestia.ru/news/601815> (дата обращения: 14.03.2016);
5. Статья «Росатом-2015: пути для роста в кризис и освоение «технологий будущего». РИА Новости [Электронный ресурс]. URL: [http://ria.ru/ny2016\\_resume/20151231/1352138390.html](http://ria.ru/ny2016_resume/20151231/1352138390.html) (дата обращения: 14.03.2016);
6. Статья «Атомарное происхождение тарифа». «Коммерсантъ». [Электронный ресурс]. URL: <http://www.kommersant.ru/doc/2878490> (дата обращения: 14.03.2016);
7. Статья «Экс-главе холдинга «Энергомаш» добавят срок». FLB. [Электронный ресурс]. URL: <http://flb.ru/info/60300.html> (дата обращения: 14.03.2016);
8. Статья ««Голос» обнаружил скрытое бюджетное финансирование на выборах». РБК. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.rbc.ru/politics/24/02/2016/56cc57319a7947bd90052095> (дата обращения: 14.03.2016);
9. Статья «Интер РАО отравило водозабор Нижневартовска». Правда.урфо. [Электронный ресурс]. URL: <http://pravdaurfo.ru/articles/128158-inter-rao-otravila-vodozabor-nizhnevartovska> (дата обращения: 14.03.2016);
10. Статья: «Дочка Интер РАО опустошила ОГК-2 на 2,6 миллиарда рублей». Правда.урфо. [Электронный ресурс]. URL: <http://pravdaurfo.ru/articles/128685-dochka-inter-rao-opustoshila-ogk-2-na-26-milliarda> (дата обращения: 14.03.2016);
11. Статья: «У «Интер РАО» есть высокие шансы на солидные дивидендные выплаты в будущем». Финам. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.fnam.ru/analysis/investorquestion0000131DF7/> (дата обращения: 14.03.2016).

## Оценка влияния экономического кризиса и санкций на перспективы развития российской фармацевтической промышленности

Хосев Анатолий Михайлович, аспирант

Московский финансово-юридический университет

*Фармацевтическая промышленность является наиболее стабильным сегментом экономики ввиду значительной социальной составляющей. Сложная экономическая ситуация в мире может как поставить под угрозу развитие отечественной фармотрасли ввиду большой зависимости от импорта сырья и лекарственных препаратов из европейских стран, так и явиться стимулом для развития.*

**Ключевые слова:** фармацевтические предприятия, экономический кризис, экономические санкции.

Современная экономическая система любого государства подразумевает встроенность в систему международных хозяйственных связей, и возникающие мировые экономические кризисы, в той или иной мере, оказывают влияние на различные сферы экономики и развитие отраслей промышленного комплекса.

Фармацевтическая промышленность является ядром фармацевтической отрасли и одним из стратегически важных и быстро развивающихся сегментов экономики любого государства [5, 10, 11]. В целом, для отрасли характерны высокие и устойчивые темпы роста производства и прибыли, мало зависящие от экономических подъемов или спадов [7].

Состояние фармацевтической отрасли оказывает влияние на ситуацию в здравоохранении, страховании, финансировании, занятости населения и других сферах, а также способствует развитию взаимодействий с различными отраслями промышленности (химическая, машиностроение, сельское хозяйство, биотехнологии, военно-промышленный комплекс и др.). Кроме того, фарминдустрия вносит вклад в исследования и разработки, развитие инновационного потенциала, торговых связей, создание технологической инфраструктуры [9].

В настоящее время главными экономическими партнерами России являются страны ЕС (42,2% импорта и 53,8% всего экспорта), страны АТЭС (34,3% импорта и 18,9% экспорта), и страны СНГ 13% (импорта и 14% экспорта) [6].

Наиболее зависимыми от иностранных партнеров отраслями российской экономики в 2015 году были станкостроение (доля импорта в потреблении составила более 90%), электронная промышленность (80–90%), фармацевтическая и медицинская промышленность (70–80%), легкая промышленность (70–90%), тяжелое машиностроение (60–80%) и машиностроение для пищевой промышленности (60–80%) [2, 8].

Российская фармацевтическая промышленность и фармацевтический рынок были и пока остаются импортоориентированными как в отношении ввоза готовых лекарственных форм, так и в части закупок за рубежом субстанций для изготовления лекарств, а также приобретения оборудования и комплектующих для фармацевтических предприятий [1].

По оценкам экспертов, возможное введение экономических санкций против России поставит под угрозу развитие фармацевтической отрасли, поскольку основными поставщиками на фармацевтическом рынке являются европейские страны — 71,8%, из США и Индии поставляется лишь 4,5% и 6,1% продукции соответственно (рис. 1) [6].

Несмотря на то, что экономическая блокада в настоящее время затронула, преимущественно, нефтегазовый и банковский секторы российской экономики, эксперты не исключают возможность, в дальнейшем, попадания фармацевтической отрасли в этот список.

Предпосылками к таким рассуждениям стал факт отсутствия представителей ряда крупных зарубежных фармацевтических компаний на проходящем в 2014 году в Санкт-Петербурге ежегодном экономическом форуме, организуемом Институтом Адама Смита (Лондон). Политическое давление властей ряда стран на руководство фармацевтических компаний не позволяет им вести бизнес на территории России. Так, например, непризнание Европой и США Крыма частью России ограничивает возможности открытия бизнеса на его территории [3].

Вместе с тем, в настоящее время эксперты и представители отечественных и зарубежных фармацевтических предприятий единодушно убеждены в том, что экономических санкций против фармацевтической отрасли применено не будет. Это связано с тем, что фармацевтическая отрасль имеет высокую социальную составляющую, она менее политизирована, в развитие фармацевтического бизнеса на территории России иностранными инвесторами вложены колоссальные средства, и, в случае ухода с российского рынка западных и европейских фармацевтических компаний, их место с успехом займут компании из Китая, Индии, Латинской Америки и других стран [3].

Более того, эксперты рассматривают возможные санкции как стимул к развитию фармацевтической отрасли. Это уже доказал экономический кризис 2008 года, в результате которого фармацевтическая промышленность России получила возможность развивать собственное производство, появились новые российские предприятия полного цикла — от разработки и выпуска субстанций до выхода на рынок готовых лекарственных форм.

82,5% импорта

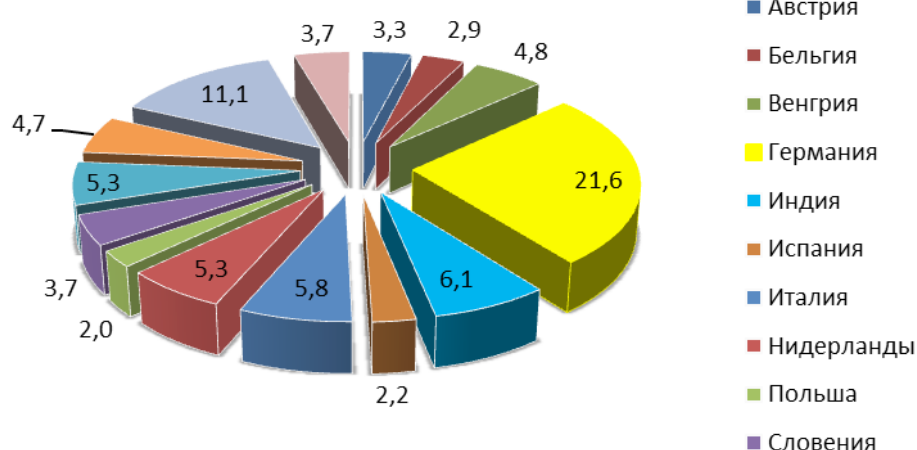


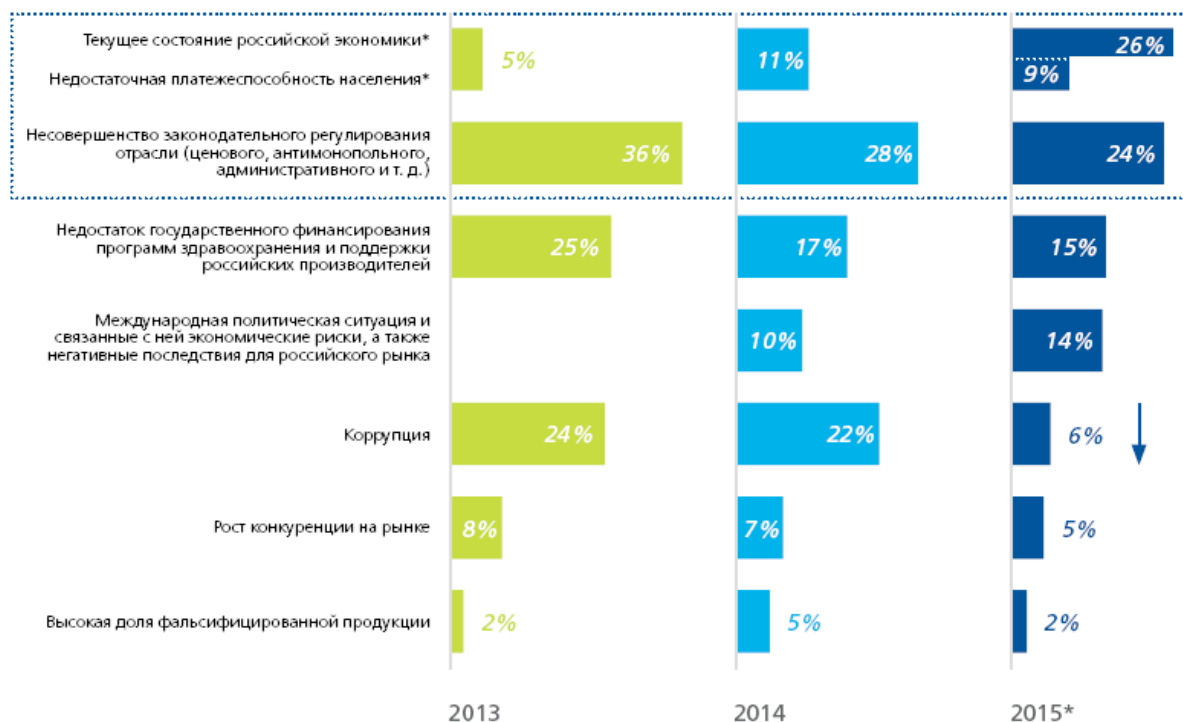
Рис. 1. Основные поставщики фармацевтической продукции в Россию, в % к общему объему импорта лекарственных средств (по данным ФТС, 2013 г.) [6]

В аналитическом исследовании компании Deloitte «Тенденции и практические аспекты развития российского фармацевтического рынка — 2015» приводится оценка мнения представителей фармацевтической отрасли относительно значимости влияния экономических проблем в мире на перспективы ее развития [4].

В данном исследовании приняли участие более 70 респондентов из 50 российских и иностранных производителей оригинальных лекарственных препаратов и джене-

риков в России и за рубежом, а также фармацевтических дистрибьюторов.

Исследование показало, что на протяжении 2013–2014 годов на первое место представители фармацевтического сообщества ставили проблемы несовершенства законодательного регулирования отрасли. Однако в 2015 году текущее состояние российской экономики, зависимость российского фармрынка от валютной и геополитической ситуации стали наиболее актуальными



\* В исследовании 2015 года данный показатель был разделен на два отдельных параметра

Рис. 2. Основные проблемы состояния российской фармацевтической отрасли на современном этапе [4]

для представителей фармотрасли (26% респондентов). Эта проблема наибольшее беспокойство вызывает у предприятий, выпускающих оригинальные лекарственные препараты (26%) и у дистрибьюторов (28%), а так же у зарубежных фармкомпаний, не локализовавших производство в России (40%).

Международная политическая ситуация и связанные с ней экономические риски, а также негативные последствия для российских фармпроизводителей беспокоят 14% опрошенных респондентов (рис. 2).

Российский фармацевтический рынок с конца 2014 года находится под влиянием как внутренних экономических факторов (девальвация национальной валюты, снижение темпов роста экономики и потребительского спроса и др.), так и внешней геополитической ситуации в мире (экономические санкции против России), что способствовало стимуляции импортозамещения в виде принятия прави-

тельством ряда законодательных актов относительно государственных закупок, изменения в сфере регулирования цен на жизненно необходимые и важнейшие ЛП (ЖНВЛП) и др.

Несмотря на экономические трудности последних двух лет, несовершенство законодательства в сфере обращения ЛП, недостаточное государственное финансирование фармацевтической отрасли в целом и ряд других проблем, продолжается строительство предприятий по выпуску фармацевтической продукции и создаются новые альянсы между российскими и зарубежными партнерами.

Таким образом, на сегодняшний день в период кризиса российская фармацевтическая промышленность и фармацевтический рынок остаются наиболее стабильными сегментами экономики ввиду сильной социальной составляющей.

#### *Литература:*

1. Беспалов, Н. Производители начали выбирать максимально возможную цену//Московские Аптеки. — № 2 (263), февраль 2016. URL: <http://mosapteki.ru/material/proizvoditeli-nachali-vybirat-maksimalno-vozmozhnuyu-cenu-6570> (дата обращения: 18.03.2016)
2. Благих, И. А. Механизм кризиса в российской экономике и антикризисные действия правительства//Проблемы современной экономики, № 3 (55), 2015. URL: <http://www.m-economy.ru/art.php?nArtId=5472> (дата обращения: 23.03.2016)
3. Гончарова, А. Российский фармрынок в условиях возможной изоляции//Московские Аптеки. — № 7, 2014. URL: <http://mosapteki.ru/material/rossiyoskiyo-farmrynok-v-usloviyax-vozmozhnoyo-izolyacii-4076> (дата обращения: 18.03.2016)
4. Делойтт. Тенденции и практические аспекты развития российского фармацевтического рынка-2015// Делойтт. URL: [russian-pharmaceutical-industry-2015](http://russian-pharmaceutical-industry-2015) (дата обращения: 20.03.2016)
5. Иващенко, А., Кравченко Д. Концепция инновационного развития отечественной фармацевтической отрасли. // Фарма 2020: Проблемы и перспективы. — 2009. — с. 19–26.
6. Кравченко, Л. Как Россия пострадает от экономических санкций Запада из-за конфликта на Украине // Собеседник. URL: <http://sobesednik.ru/politika/20140309-kak-rossiya-postradaet-ot-ekonomicheskikh-sankciy-zapada-iz-z>. (дата обращения: 23.03.2016)
7. Овчаров, Е. Г. Интеграции в мировое хозяйство: возможные последствия для фармацевтической промышленности России. // Современная экономическая теория и реформирование экономики. Сб. материалов научно-практической конференции, посвящённой памяти В. Ф. Станиса. — М.: Экономика — 2005. — с. 482–487.
8. Семь стран Европы поддержали продление санкций ЕС против Крыма // Black Sea News. URL: <http://www.blackseanews.net/read/103071> (дата обращения: 27.03.2016)
9. Фармацевтическая промышленность и глобальное здравоохранение: факты и цифры — М.: Ассоциация международных фарм. производителей, 2013. — 208 с.
10. Холн, Т. А. Регулирование фармацевтического рынка: существует ли почва для развития инновационных фармацевтических препаратов в России? // Проблемы учета и финансов. — 2012. — № 4 (8) — с. 73–75.
11. Юргель, Н. В., Тельнова Е. А. Состояние фармацевтического рынка Российской Федерации и воздействие на него мирового финансового и экономического кризиса. // Вестник Росздравнадзора. — 2009. — № 1. — с. 46–56.

## 8. МИРОВАЯ ЭКОНОМИКА

### Пути повышения конкурентоспособности России в мировой экономике

Мартыненко Анастасия Геннадьевна, магистрант  
Донской государственный технический университет

*В данной статье рассмотрены лидеры по уровню конкурентоспособности в 2015 г. и их рейтинговая оценка. Положение России в оценке рейтинга по макроэкономическим показателям, качеству государственного управления, по эффективности бизнеса и по состоянию инфраструктуры.*

*Так же показаны приоритетные направления развития человеческого ресурса и экономики сервисного направления и отраслей: промышленность, транспорт, строительство и аграрный сектор. Показано развитие и вклады в нефтегазовую отрасль.*

*Раскрыто направление развития конкурентоспособности России в существующих условиях, для формирования способности выдерживать конкурентную борьбу в условиях роста усилий компаний-мировых лидеров по увеличению конкурентоспособности.*

**Ключевые слова:** конкурентоспособность, экономика, производство, импортозамещение, промышленность, валовый продукт.

Безусловными мировыми лидерами по уровню конкурентоспособности в 2015 г. являются США, Гонконг и Сингапур. Конкурентоспособность российской экономики в 2015 г. (по данным IMD) ухудшилась. В результате РФ опустилась с 38 на 45 позицию, хотя ранее на протяжении пяти лет подряд неизменно продвигалась вперед [2].

Основной причиной произошедшего авторы рейтинга назвали повышенную рыночную волатильность, связанную с геополитическим фактором.

При этом за прошедший год Россия:

- в группе макроэкономических показателей опустилась на 43 место (минус две строчки),
- по качеству госуправления — на 37 место (минус семь позиций),
- по эффективности бизнеса — на 54 место (минус одна позиция),
- по состоянию инфраструктуры — заняла 36 место.

Среди стран группы БРИКС Россия, несмотря на ухудшившуюся динамику, по-прежнему располагается в рейтинге IMD выше Бразилии (56 место) и ЮАР (53 место), уступая при этом Китаю (22 позиция) и Индии (44 позиция) [2].

Таким образом, органам управления и бизнесу есть над чем работать в плане повышения конкурентоспособности российской экономики.

В предстоящие 10–15 лет, кроме развития человеческого ресурса и экономики сервисного направления, будут приоритетными также промышленность, транспорт, строительство и аграрный сектор, в рамках развития и реализации знаний, занятости и извлечения доходов. Именно

в указанных отраслях Российская Федерация имеет преимущества, по сравнению с другими странами, однако именно здесь наблюдаются основные условия возникновения барьеров и провалов эффективности. Активная технологическая модернизация большинства основных экономических секторов, которая основывается на информационных нано- и биотехнологиях, считается важным условием успеха инновационного пути развития и успеха государства в условиях глобальной конкуренции [3].

На данный момент проекты в области высокотехнологичных отраслей не имеют возможности быстро обеспечить вклад в рост валового внутреннего продукта по причине недостаточной развитости данных сфер и наличия не конкурентоспособной продукции. Машиностроительная отрасль формирует приблизительно 3% валового внутреннего продукта, в отличие от нефтегазовой и сырьевой отрасли, которые создают 28–30% данного параметра.

Величина вкладов в увеличении скорости роста валового продукта в отношении наукоемких товаров и знаний в 2014–2017 гг. сравнивается с вкладами классических отраслей, и может превысить вклады нефтегазовой отрасли. К 2020 году нефтегазовые комплексы будут приносить во внутренний продукт станет меньше на 19% (с 10,9 в 2007 г.).

Системная перестройка экономики и диверсификация определены возможностью решения следующих вопросов:

- возможность обеспечения поступательной оптимизации нефтегазового комплекса, постепенное перемещение в сторону новых технологий в отношении добычи полезных ископаемых и их переработки, а также увели-



чения коэффициента спроса на российское оборудование и технику;

— оптимизация сырьевой и перерабатывающей промышленности, рост глубины переработки сырьевых материалов, уменьшение энергоемкости производственных процессов и увеличение его экологичности, масштабирование присутствия на мировом рынке сырьевых материалов;

— увеличение скорости роста средне- и высокотехнологического производства, интеллектуально емких услуг, переход организаций на внешний и внутренний рынок с конкурентными товарами с высоким процентом добавленной стоимости [4].

В среднесрочных перспективах развития особенно выделяется потенциал роста высокого уровня (в том числе путем импортозамещения) среднетехнологичных видов производства — пищевая промышленность, промышленность строительных материалов, деревообрабатывающая и целлюлозно-бумажная промышленность, а также ориентированная на экспорт химическая промышленность и цветная металлургия. Поиск оптимального взаимодействия между экспортом и внутренним потреблением углеродных материалов даст возможность для развития газо- и нефтехимии.

Потенциально конкурентные преимущества России в средне- и высокотехнологичных отраслях отмечаются в оборонном производстве (авиа и судостроение, ракетно-космическая отрасль и т.д.). Однако недостаточный уровень развития в технологичных отраслях гражданского характера (электроника, гражданское автомобилестроение и авиастроение) не только может лишить РФ перспектив выхода на мировые рынки и проведение эффективного импортозамещения, но и создаст в долгосрочной перспективе условия утраты уже существующих секторов в оборонной промышленности.

В данных условиях страна вынуждена принимать меры к модернизации обороной промышленности, а также мотивировать развитие двойных технологий и возможность технологического обновления таких секторов промышленности, как машиностроение в различной степени, в том числе автомобилестроение, которые играют значимую роль для увлечения технологической степени в импортозамещении и промышленности.

Величина накопленных структурных диспропорций и большая конкуренция зарубежной продукции при укреплении курса и повышаемой стоимости энергии и рабочих ресурсов создают препятствия для эффективной диверсификации промышленных отраслей и экономики в целом. Успех диверсификации в большинстве случаев зависит от развития политики инновационно-промышленного направления — рационального взаимодействия программ и конкретных мероприятий по мотивации конкуренции

и инициативы предпринимателей, и поддержки от государства в системных инновационных проектах, в первую очередь, в отношении частно-государственного развития партнерства [1].

Требуемые изменения в системе производства возможны только при условии расширения масштаба конкуренции, введения инноваций при осуществлении предпринимательской деятельности, формирования как крупного слоя малого и среднего бизнеса, так и крупнейших российских организаций, которые имеют большое значение на мировом рынке.

Таким образом, в существующих условиях, для формирования способности выдерживать конкурентную борьбу в условиях роста усилий компаний-мировых лидеров по увеличению конкурентоспособности, РФ также нуждаются в государственной конкурентной стратегии, которая должна быть направлена на достижение направленной на достижение конкурентоспособности, формирование условий с целью реализации государственных интересов при существовании жесткой конкурентной обстановки. Конкурентная стратегия может обеспечить эффективное использование преимуществ и ресурсов, предназначенных для создания конкурентоспособных объектов.

Безусловно, Россия вместе с недостатками конкурентных резервов имеет ресурсы и большие, но пока не реализованные, преимущества, для повышения конкурентоспособности. К российским конкурентным преимуществам можно отнести: уникальное евразийское геополитическое положение российского государства; сохранение статуса великой державы по некоторым признакам; богатейшие природные ресурсы (при условии существенного повышения эффективности их использования); историко-культурные традиции, единую полиэтническую и многоконфессиональную цивилизационную общность, закаленную в историческом процессе.

И, конечно, ключевым механизмом повышения уровня конкурентоспособности России видится конкурентная стратегия и конкурентная политика государства, которая посредством стратегически верного определения векторов и приоритетов реформирования, ориентированных на жизнеустойчивость, позволит эффективно использовать российские конкурентные преимущества и ресурсы, и достичь уровня конкурентоспособности страны, необходимого для достойного существования в сложных условиях жесткой глобальной конкурентной среды [1]. Тогда задачи восстановления статуса державы в экономико-технологическом плане, перехода российского государства с «нижнего» на «верхний путь к конкурентоспособности», возвращения утраченных и завоевания новых, более высоких, позиций в сфере образования и науки, социальной сфере не будут восприниматься экспертами как несбыточные мечты.

*Литература:*

1. Всемирный экономический форум: Рейтинг глобальной конкурентоспособности 2015–2016. [Электронный ресурс]. — URL: <http://gtmarket.ru/news/2015/09/30/7246> (дата обращения: 12.02.2016).
2. Конкурентоспособность российской экономики снижается? [Электронный ресурс]. — URL: <http://global-finances.ru/konkurentosposobnost-rossiyskoy-ekonomiki-2015/> (дата обращения: 12.02.2016)
3. Лоскутова, М. В. Проблемы обеспечения конкурентоспособности реального сектора экономики России. // Социально-экономические явления и процессы. 2011. № 3–4 (025–026).
4. Титов, Д. В России опять снизилась конкурентоспособность. // Экономика и жизнь. 2014. № 35 (9451).

## 9. ФИНАНСЫ, ДЕНЬГИ И КРЕДИТ

### Перспективы безналичных расчетов денежно-кредитной политики РФ

Олифиренко Анна Сергеевна, магистрант  
Донской государственный технический университет

*В статье рассмотрены основные проблемы наличных денежных средств и достоинства безналичных. Проведен подробный анализ рисков, связанных с наличными денежными средствами. Проведен анализ преимуществ безналичных платежей. На основе проведенного анализа и оценки текущей ситуации, выявленных проблем, учитывая достоинства безналичных средств и недостатки традиционных, можно утверждать, что наличные деньги уже в ближайшем будущем потеряют свою функцию универсального платежного средства и будут заменены электронными деньгами. Потребность в электронных деньгах будет возрастать с каждым годом.*

**Ключевые слова:** автоматизация, безналичный расчет, документооборот, мониторинг, платежная система, рентабельность, реформирование, коррупция.

Безналичный денежный оборот — форма денежного обращения, при котором хранение и движение денежных средств происходит без участия наличных денег, посредством зачисления денег на банковский счет и перечисления со счета плательщика на счет получателя. Все безналичные расчеты осуществляются через банки, поэтому деньги в безналичном обороте трудно скрыть от контроля и обложения налогами. [7]

Безналичные расчеты, условия их осуществления и порядок применения расчетных документов организует государство в лице Центрального Банка. А так как в целом система безналичных расчетов представляет собой организацию безналичного денежного оборота, то регулирование денежного оборота осуществляется посредством общегосударственных законов и банковских правил.

Актуальность данной статьи состоит в том, что в настоящее время Россия находится на этапе перемен, когда быстрое и глобальное реформирование платежной системы совпало по времени с всемирным процессом автоматизации и компьютеризации всех сфер человеческой деятельности. В процессе интеграции в мировую экономику Россия получила возможность воспользоваться банковскими технологиями, которые были созданы в результате достаточно длительного эволюционного развития мировой финансовой системы, что позволит значительно сократить время перехода от «бумажных платежей» и промежуточных схем автоматизированной обработки документов к наиболее прогрессивным методам электронных расчетов.

Цель исследования: оценка состояния и перспектив развития безналичных расчетов в Российской Федерации.

В России в настоящее время существует множество финансовых проблем, в существенной степени снизить наносимый ими ущерб поможет полный переход на полный безналичный расчет.

Проблемы наличных денежных средств;

— коррупция;

Объем рынка коррупции в России составляет около 300 млрд. долларов в год. Соответствующие данные были озвучены на пресс-конференции в «РБК» председателем общественной организации «Национальный антикоррупционный комитет» Кириллом Кабановым.

— теневая экономика в РФ;

Объем рынка коррупции в России составляет около 300 млрд. долларов в год. Соответствующие данные были озвучены на пресс-конференции в «РБК» председателем общественной организации «Национальный антикоррупционный комитет» Кириллом Кабановым. В неформальной экономике РФ в 2014 году, по данным Росстата, было занято 14,4 млн. чел, из них 7,9 млн — мужчин и 6,5 млн — женщин. Что составляет 20,1 % от общего числа занятых в экономике страны.

— продажа запрещенных товаров (оружие, наркотики и др.);

В мире, по разным оценкам, доходы от незаконного оборота наркотиков составляют от 500 млрд до 1,5 трлн долларов в год. Огромный процент от этих денег используется на развитие наркоторговли и финансирование террористических организаций по всему миру. Рост числа людей больных наркоманией или постоянно принимающих наркотики очевиден. Если обратиться к статистике (официальные данные Минсоцразвития России), то вполне объективно можно констатировать тот факт, что ползучая наркотизация страны продолжается: 2012 год — 441927 чел., 2013 год — 495620 чел., 2014 год — 537774 чел. Данные представлены за 2015 г.

— уклонение от налогов;

Назвать точные цифры уклонения от налогов достаточно сложно, можно только рассмотреть самые крупные

суммы. По мнению межведомственной комиссии, таможня не доводила до госбюджета 2,5 трлн рублей в 2015 году. Назвать точные цифры уклонения от налогов достаточно сложно, можно только рассмотреть самые крупные суммы. По мнению межведомственной комиссии, таможня не доводила до госбюджета 2,5 трлн рублей в 2015 году.

По просьбе депутатов эксперты-экономисты сравнили таможенные данные официальной российской статистики и зарубежной. Сколько наше государство считает, что отгрузило и получило, против того, сколько насчитали за рубежом. Разница в цифрах «При импорте товаров в РФ расхождение российской и международной статистики составило 20 %, или около 63 млрд долларов. По экспорту из РФ разница 21 %, или 109 млрд долларов. В результате потери бюджета от неуплаты налогов и таможенных сборов составляют около 39 млрд долларов, или 2,5 трлн руб. по курсу 65 руб. за доллар.

— бесконтрольный вызов капитала за рубеж;

Назвать точные цифры уклонения от налогов достаточно сложно, можно только рассмотреть самые крупные суммы. По мнению межведомственной комиссии, таможня не доводила до госбюджета 2,5 трлн рублей в 2015 году.

— дорогой выпуск и защита от подделок, высокий процесс износа монет и банкнот.

Назвать точные цифры уклонения от налогов достаточно сложно, можно только рассмотреть самые крупные суммы. По мнению межведомственной комиссии, таможня не доводила до госбюджета 2,5 трлн рублей в 2015 году.

Преимущества безналичных денежных средств [11];

— полное или частичное решение проблем наличных средств. Полный контроль финансовых средств страны

путем мониторинга финансовых операций и законность их перемещения (прямые антикоррупционные меры);

— автоматизация и авторизация налогов, штрафов, пошлин и других платежей;

— развитие электронной торговли. Предоставляет возможность покупать напрямую, что положительно влияет на экономику (рост покупательная способность за счет снижения цены за товар);

— пользуясь электронными платежными системами, исключаются риски. Денежные средства защищены от краж и их невозможно подделать;

— экономия на издержках обращения, связанных с печатанием, хранением, перевозкой, и защитой от подделок денежных знаков;

— низкий процент износа и рентабельность производства и использования (рентабельность производства одной карты составит 11,08 руб.)

Меры по переходу на безналичный расчет.

Министерство Финансов РФ разработало ряд мер, которые направлены на ограничение объема наличных платежей. С 2014 года был введен запрет на совершение оплаты наличными деньгами, размер которой превышает 600 тысяч рублей. С 2015 года планируется ужесточение этого правила и снижение размера с 600 тысяч до 300 тысяч рублей. [7]

Учитывая достоинства безналичных средств и недостатки традиционных, можно утверждать, что наличные деньги уже в ближайшем будущем потеряют свою функцию универсального платежного средства и будут заменены электронными деньгами. Потребность в электронных деньгах будет возрастать с каждым годом.

#### Литература:

1. Садыков Реналь Р., Садыков Ришат Р. Расчеты как способы исполнения денежных обязательств./Реналь Р. Садыков, Ришат Р. Садыков // Финансы и кредит-2014-с. 34
2. Семенов, С. К. Деньги: безналичные расчеты в экономике./С. К. Семенов // Финансы и кредит-2014-с. 22
3. Семенов, С. К. Деньги: эволюция, современные виды и классификация./С. К. Семенов // Финансы и кредит-2007-с. 29
4. Семенов, С. К. Деньги: эмиссия как ресурс банков./С. К. Семенов // Деньги и кредит-2013-с. 25
5. Токарева, А. Б. Платежные карты: реальное состояние и нереализованные возможности./А. Б. Токарева // Деньги и кредит-2014-с. 12–20
6. Шамшаев, В. В. Перспективы использования карты как инструмента банковского кредитования и рефинансирования./В. В. Шамшаев // Финансы и кредит — 2014-с. 42.
7. Юров, А. В. Наличные деньги и электронные средства платежа: оценка перспектив/А. В. Юров // Деньги и кредит. — 2014-с. 37
8. Википедия энциклопедия [электронный источник] — Режим доступа. — URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki/>
9. Мировая экономика [электронный источник] -Режим доступа — URL — <http://www.grandars.ru/student/ekonomicheskaya-teoriya/vidy-konkurencii.html>
10. Официальный сайт Центрального Банка РФ, в режиме свободного доступа: [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL: <http://www.cbr.ru/statistics>
11. Электронные деньги: прошлое и настоящее. [Электронный ресурс] — Режим доступа. — URL <http://www.russianlaw.net/law/law.htm>
12. Энциклопедия экономиста [электронный источник] — Режим доступа — <http://www.grandars.ru/student/ekonomicheskaya-teoriya/gynok-truda.html>

## Анализ состояния финансового и банковского сектора Российской Федерации 2008–2016 гг.

Соболь Михаил Сергеевич, студент

Санкт-Петербургский государственный экономический университет

Я хотел бы произвести акцент на динамику изменения внутренних банковских показателей, которые наибольшим образом зависели от изменения внешнеэкономической конъюнктуры. А именно, исследовать активы и пассивы банковского сектора Российской Федерации с целью выявить взаимоотношение внешнеэкономической деятельности с деятельностью первых 30-ти ведущих банков РФ для каждого показателя в отдельности.

Предлагаю начать с графика рис. 1, на котором изображено изменение чистой прибыли банков. [1]

Анализ динамики чистой прибыли банковского сектора топ-30 ведущих российских банков показывает, что в момент после кризисного периода 2010–2014 годов в российской экономике произошло возрастание притока банковских ресурсов, и деятельность наших банков была рентабельна и окупаема. На текущем периоде 2015–2016 годов замечен резкий скачок движения банковской прибыли по причине необходимой резкой экономической перестройки сектора под воздействием западных финансовых санкций.

Анализ тренда говорит о возрастании прибыли с 2009 по 2014 год, однако период с 2014 по 2016 года говорит и снижающемся тренде — снижении банковской прибыли для будущих периодов.

Следующий показатель для анализа динамики представлен на рис. 2 и является динамикой показателя чистых активов банковского сектора и кредитного портфеля топ-30 ведущих банков РФ. [2]

Исследуя данный график, можно сделать вывод, что на всем периоде движения данных прямых мы видим рост чистых активов банковского сектора Российской Федерации. Это является положительным фактором для деятельности экономического сектора.

Однако стоит отметить, что общий кредитный портфель также имеет тенденцию к возрастанию, но ближе к 2014–2016 годам, когда началась чистка банковского сектора. [3] Данная иллюстрация представлена на рис. 3.

По полученным результатам на графике рис. 3 видно, что общий уровень кредитного портфеля имеет тенденцию к приросту, однако и просроченная задолженность (дефолты по кредитам) также приросла в значительном количестве из-за кризисных периодов. Стоит отметить, что общий уровень чистой прибыли банков не покрывает с 2009 года просроченную задолженность по кредитному портфелю, что является одним из негативных показателей для банковской структуры в целом.

Для исследования структуры баланса банковского сектора стоит отметить, что на графике рис. 4 изображена динамика изменения показателя вкладов физических лиц (сбережения населения государства) и банковских вложений в ценные бумаги на финансовом рынке с 2008 по 2016 года. [4]

По текущему анализу рис. 4 видно, что за период прошедших восьми лет как вложения в ценные бумаги, так

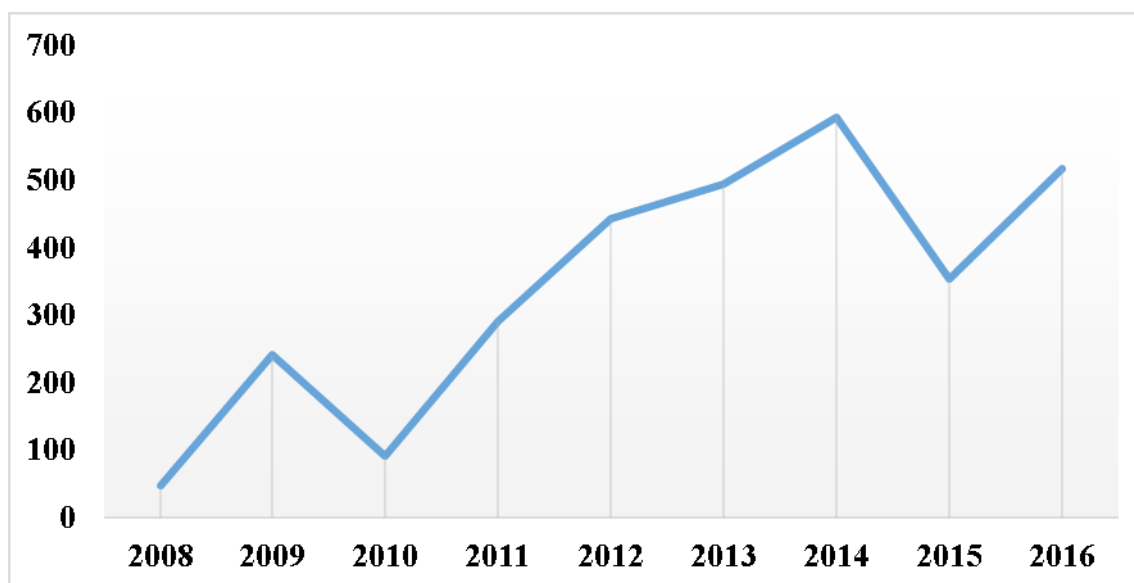


Рис. 1. Динамика чистой прибыли 2008–2016 гг., млрд. рублей [1]



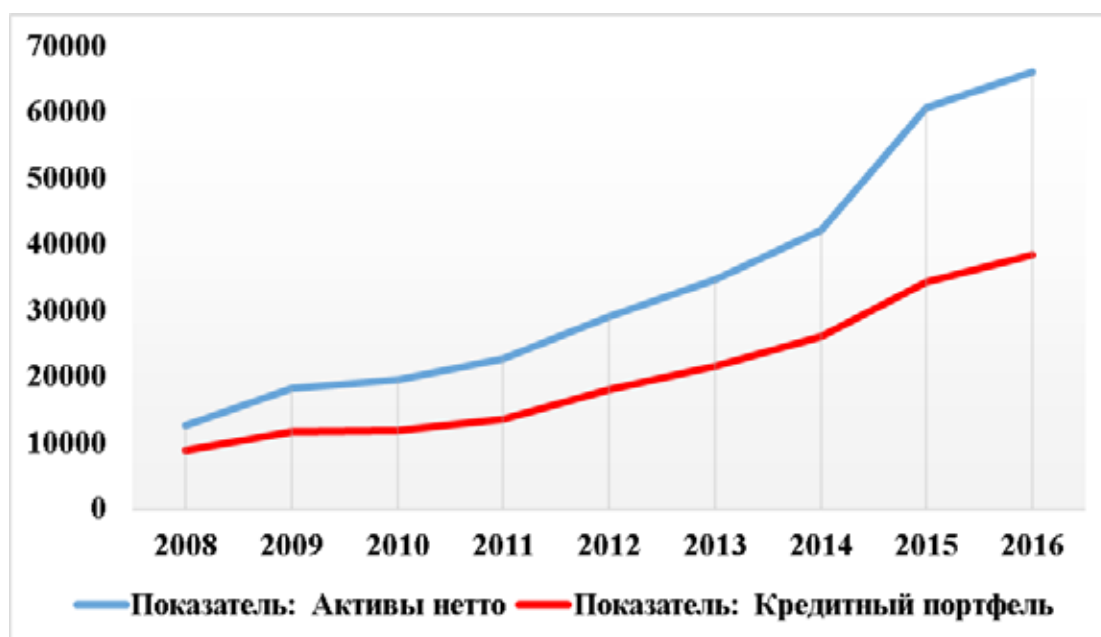


Рис. 2. Динамика чистых активов и кредитного портфеля банковского сектора РФ, 2008–2016 гг., млрд. рублей [2]

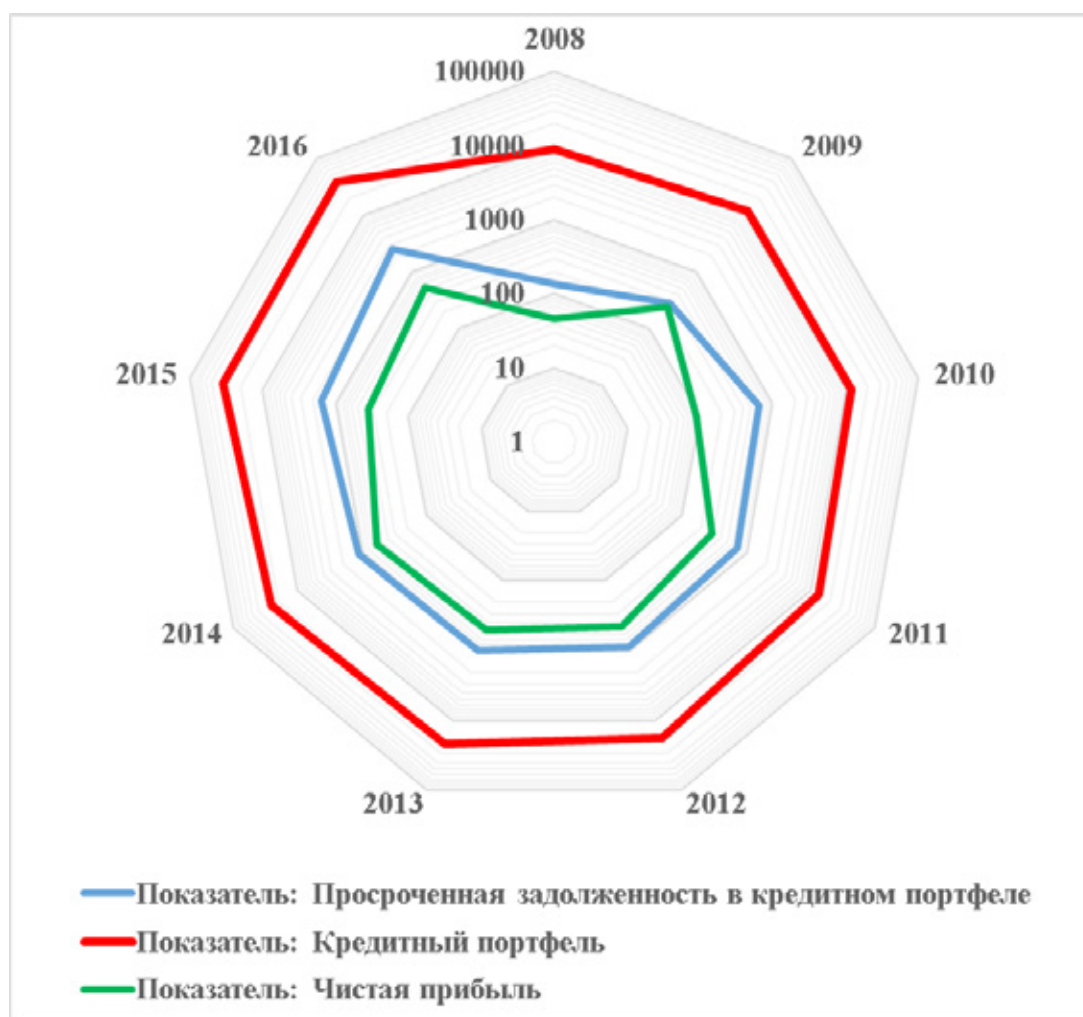


Рис. 3. Соотношение динамики просроченной задолженности в кредитном портфеле (дефолты по кредитам) с общим уровнем кредитного портфеля и чистой прибыли, 2008–2016 гг., млрд. рублей  
[Источник: Расчеты автора в программе MS Office Excel 2016]

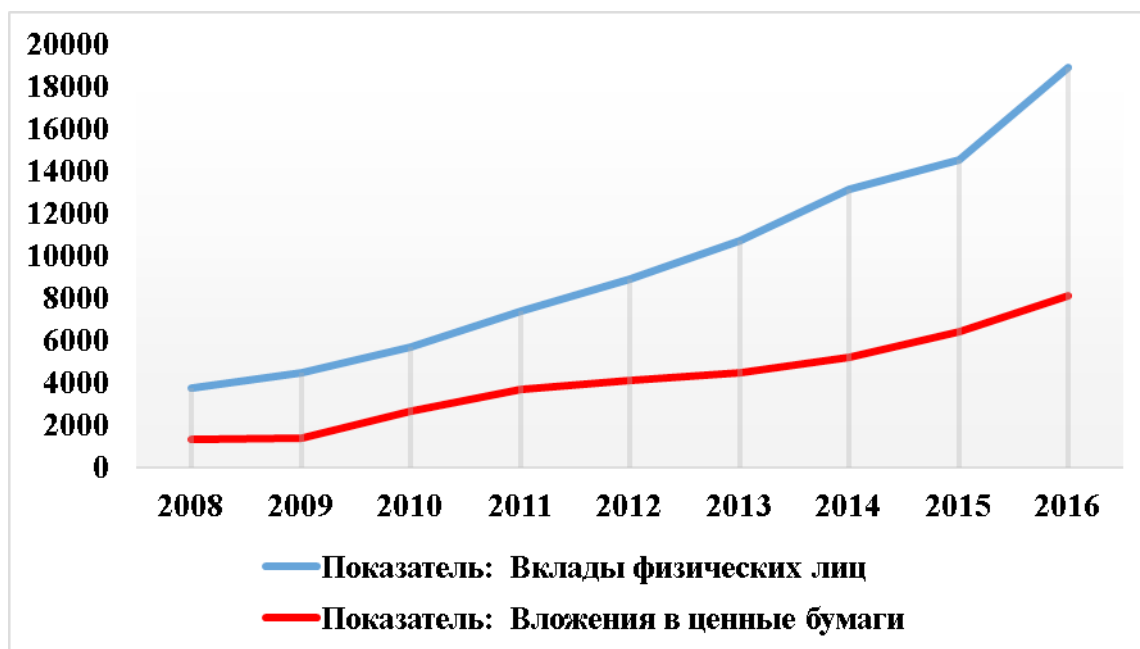


Рис. 4. Динамика уровня вкладов физических лиц и вложений в ценные бумаги в банковской системе РФ, 2008–2016 гг., млрд рублей [4]

и вклады физических лиц в рублевом эквиваленте выросли в значительном количестве. Это говорит о вовлеченности населения в деятельность банковского сектора, а, следовательно, зависимости ВВП на душу населения от финансовых результатов банковского и финансового сектора государства.

На рис. 5 изображена динамика инфляции и реальной процентной ставки на банковском рынке.

По графику рис. 5 видно, что инфляция всегда, лишь за исключением периода 2009, а также периода 2015 года, когда произошел резкий скачок ставок по банковским продуктам [5], покрывала реальную процентную ставку,

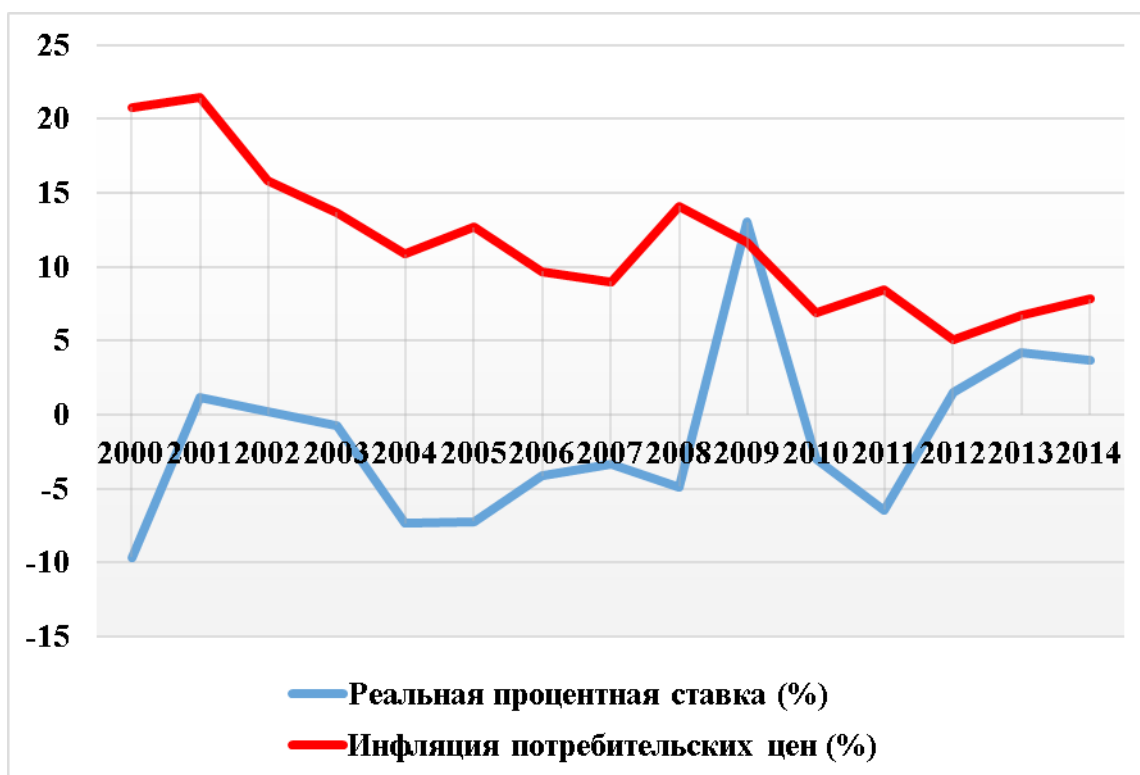


Рис. 5. Динамика инфляции и реальной процентной ставки, 2000–2014, % [5]

Таблица 1

Исходные данные для регрессионного анализа зависимости чистой прибыли банковского сектора в млрд. рублей

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Показатель: Чистая прибыль	47	241	91	291	444	495	594	354	518
Показатель: Кредитный портфель	8859	11703	11846	13603	17982	21600	26087	34352	38376
Показатель: Вложения в ценные бумаги	1361	1412	2685	3716	4104	4477	5205	6416	8117
Показатель: Вклады физических лиц	3770	4469	5697	7421	8928	10706	13150	14554	18922
Показатель: Активы нетто	12613	18211	19449	22771	29010	34741	42106	60592	65991
Показатель: Просроченная задолженность в кредитном портфеле	138	273	658	734	870	986	1095	1568	2495
Цена нефти, \$	92	46	71	101	111	116	106	53	35
Курс USD/RUR	24	36	30	30	30	30	35	69	76

а, следовательно, вложения в российских рублях обесценивались.

Таким образом, по проведенному в данном разделе анализу можно сделать вывод, что общее состояние банковского сектора РФ находится в стабильном положении, однако в случае, если санкционная политика западных государств будет продолжена, а уровень цены на нефть и стоимости рубля снижаться при повышении базовой ставки ЦБ и росте дефолтов по кредитному портфелю банковского сектора продолжаться, то, вскоре, мы можем увидеть значительное ухудшение общей экономической ситуации и серьезный кризис в банковском сектора. Это произойдет в первую очередь потому, что банковская прибыль будет снижаться и не покрывать взаимные просроченные задолженности по кредитному портфелю — это

как результат: снижение ликвидности банковского сектора в целом.

В табл. 1 представлены данные, благодаря которым была сформирована зависимость чистой прибыли от факторов признаков.

Банковская прибыль — один из важнейших показателей эффективности работы финансового и банковского секторов российской экономики. Оценка факторов признаков банковской прибыли из данного списка позволит осмотреть состояние финансового сектора российской экономики в результате воздействия санкций или прохождения иных кризисных периодов.

По полученным данным удалось построить следующую регрессионную зависимость в формуле (1).

$$\text{ЧП} = 358 + 0,44x_1 + 0,89x_2 - 0,24x_3 - 0,23x_4 - 1,01x_5 - 11,36x_6 - 12,5x_7 \quad (1)$$

Где:

ЧП = Чистая прибыль банковского сектора

$x_1$  = Уровень кредитного портфеля

$x_2$  = Уровень вложений в ценные бумаги

$x_3$  = Уровень вкладов физических лиц

$x_4$  = Уровень чистых активов

$x_5$  =  $x_5$  = Уровень просроченной кредитной задолженности

$x_6$  = Уровень цены на нефть *Brent*

$x_7$  = Уровень курса национальной валюты к доллару США

Правильность построения зависимости проверена уровнями решения метода наименьших квадратов и критерием Фишера. Табличное значение гораздо меньше полученного практического значения. Следовательно, гипотеза о равномерном распределении отвергается, принимается альтернативная гипотеза.

Из данных, которые были получены в результате построения уравнения регрессии можно сказать, что в большей степени наша банковская структура зависит от уровня кредитного портфеля и вложений в ценные бумаги. Иными словами, от финансовой деятельности банковского сектора. Платежи по кредитам, которым возвращаются в банк равномерными аннуитетными платежами формируют уровень доходов от банковской деятельности.

Отрицательные коэффициенты для показателей уровня вкладов физических лиц, уровня чистых активов, уровня просроченной кредитной задолженности определяются внутренними экономическими факторами и состо-

янием национальной экономики. А факторы уровня цены на нефть и курса национальной валюты к доллару США — внешнеэкономическими факторами.

Отсюда следует, что образование банковской прибыли при существующих условиях потребительской экономики, зависит от уровня цены на нефть и уровня курса национальной валюты. Иными словами, от внешнеэкономических факторов, которые создают возможность нашему банковскому сектору участвовать в финансовой деятельности мировой экономики: привлекать долгосрочные и краткосрочные займы, использовать производные финансовые инструменты с целью получения прибыли и формировать стабильную российскую банковскую систему для взаимодействия с бизнесом и населением.

Таким образом, чем больше изменяется цена на нефть и курс рубля, тем сильнее снижается чистая прибыль российского банковского сектора, что может отрицательно сказаться на всем финансовом секторе Российской Федерации.

#### *Литература:*

1. Финансовые показатели банковского сектора РФ [Электронный ресурс] Режим доступа: [http://www.banki.ru/banks/ratings/?PROPERTY\\_ID=30](http://www.banki.ru/banks/ratings/?PROPERTY_ID=30)
2. Активы нетто и Кредитный портфель [Электронный ресурс] Режим доступа: [http://www.banki.ru/banks/ratings/?PROPERTY\\_ID=10](http://www.banki.ru/banks/ratings/?PROPERTY_ID=10)
3. ЦБ проводит очистку банковского сектора РФ [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://rusevik.ru/news/143227>
4. Уровень вкладов физических лиц и вложений в ценные бумаги в банковской системе РФ [Электронный ресурс] Режим доступа: [http://www.banki.ru/banks/ratings/?PROPERTY\\_ID=60](http://www.banki.ru/banks/ratings/?PROPERTY_ID=60)
5. Резкий скачок ставок по банковским продуктам [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://subscribe.ru/group/banki-lyuboj-opyit-vzaimodejstviya/7961913/>
6. Russia Indicators All [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://data.worldbank.org/indicator>

# 11. МАРКЕТИНГ, РЕКЛАМА И КОММУНИКАЦИИ

## Возможности социальных сетей при продвижении банковских продуктов и услуг

Батищева Анастасия Игоревна, магистрант

Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации

*В данной статье рассматриваются социальные сети как разновидность маркетинговых коммуникаций, применяемых современным банковским сектором. Указывается, что вследствие развития информационных технологий, повсеместного внедрения Интернета, утратившего свою локальную привязку благодаря IP-телефонии, социальные сети получают большее распространение среди банковских клиентов, обращающихся к социальным сетям как доверительному информационному источнику с низкой степенью рекламной нагрузки. Отмечается, что по возрастному критерию пользователи социальных сетей и преобладающая часть активных банковских клиентов совпадают, что является значимым фактором усиления развития социальных сетей как высокоэффективного механизма продвижения банковских продуктов и услуг.*

**Ключевые слова:** социальные сети, маркетинговые коммуникации, канал продвижения, Интернет, Сеть, банковские продукты и услуги, интернет-маркетинг, омниканальность.

Целью данного исследования является научный обзор основных тенденций, возможностей использования социальных сетей при продвижении банковских продуктов и услуг. Данная область активно развивается в последнее время, поэтому рассмотрение нового эмпирического материала на каждом этапе развития данного явления представляет несомненный практический интерес и характеризуется высокой актуальностью.

Финансовый рынок, в частности, сфера банковских услуг является достаточно сложным сегментом с позиции привлечения потребителей и продвижения продукта, что обусловлено спецификой банковского дела [1, с. 294].

Активное проникновение инновационных информатизированных технологий во все сферы жизнедеятельности человека представляют собой подход в трансформации ресурсной базы в заданный продукт и изменяют осуществление банковских операций. Продуктовыми инновационными решениями определяется количественная составляющая взаимодействия в тандеме банковское учреждение — клиентура, тогда как в случае расширения возможностей технологических инноваций происходит переход качества данного взаимодействия на иной уровень.

Среди основных параметров качества следует отметить: оперативность продуктообразования и его доставки, сокращение расходов потребителя банковских продуктов и банковского учреждения при продуктообразовании.

На данном этапе вводится понятие омниканальности, означающей, согласно представлению Бостонской аналитической консалтинговой группы, маркетинговую стратегию продвижения, в задачи которой входит объединение в единое целое различных каналов — веб-сайтов, приложений, социальных сетей, электронных

купонов, флеш-продаж, рор-уп-магазинов («всплывающих магазинов»).

В данном случае преследуется цель достижения стирания границ между ними. Для клиента нет необходимости переключаться на другой канал, т.к. возможно часть операций выполнить, находясь в Сети, а часть — произвести в реальном офисе. Тем самым обеспечивается максимально благоприятное бизнес-пространство для обеих сторон. Следствием подобной стратегии является то, что омниканальные покупатели расходуют вдвое больше средств по сравнению с запланированными.

Формат общения омниканальных банков основан на 4-х элементах:

1. Новое отделение;
2. Мобильность;
3. Социальные сети;
4. Видео-общение с клиентурой.

Возрастает популярность использования доступа к Интернету с мобильных устройств — в связи с этим интенсивно развивается мобильный канал, с помощью которого происходит осуществление банковских операций. Одним из удобных моментов мобильного интернет-банкинга является возможность отслеживания банковских операций клиентов в режиме реального времени.

Социальный канал в интернет-банкинге является перспективным, но еще не получившим достаточного развития в силу сформировавшейся тенденции подавляющего числа клиентов не соединять воедино взаимодействие в социальных сетях и банковские операции. Для применения социальных сетей идеально подходит аудитория, состоящая из молодых, технически грамотных клиентов, значительная доля которых является резидентами раз-



визующихся стран, характеризующихся недостаточным и нестабильным уровнем банковского сервиса.

Согласно исследованиям агентства Эксперт РА, 35,3% от общего объема банковских платежей физических лиц в 2013 г. было осуществлено в Интернете (рост на 4,9 п. п. составил по сравнению с 2012 г.). Доля данных тран-

закций в общем объеме платежей физических лиц составила 15,3% (1,1 трлн. руб.) за 2013 г., превысив показатели 2012 г. на 3,6 п. п. Динамика увеличения онлайн платежей в количестве банковских транзакций физических лиц практически не изменился, а в их совокупном объеме — сократился.

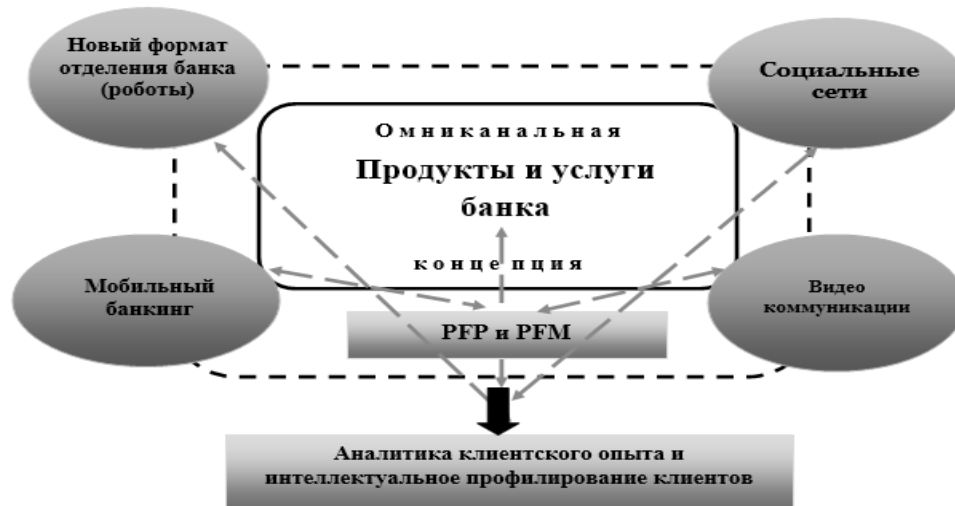


Рис. 1. Омниканальная стратегия продвижения банковских продуктов и услуг [2, с. 858]

Важнейшей составляющей омниканальной стратегии выступают социальные сети LinkedIn, Twitter, Facebook. Продвижение банковских продуктов при их помощи применяется такими зарубежными банками как City, Tinkoff, ICICI касательно массовых продуктов (кредитные карты).

Число обращений к социальным сетям среди клиентов банковских структур и пользователей виртуального мира, в целом, возрастает.

В 2014 г. российской банковской системой испытывались трудности с массовым кредитованием вследствие насыщения рынка, что побудило руководство банков обратиться к продвижению кредитных продуктов в социальных сетях, как предоставляющим возможность следить за интересами, предпочтениями, изменением ценностных ориентиров, спросом на товары имеющихся и потенциальных клиентов.

В контексте применения социальных сетей как маркетинговых коммуникаций при продвижении банковских продуктов целесообразно производить дифференциацию потенциальных клиентов по поведению и интересам. В социальных сетях следует размещать информацию о новых услугах банка только для заинтересованной потенциальной аудитории. Считается, что баннеры, контекстная реклама и иные, уже являющиеся традиционными способами онлайн-маркетинга, приемы для продвижения банковского кредитного продукта не подходят. Основными сервисами социальных сетей, как маркетингового инструмента продвижения банковской продукции и услуг, являются: платежи по номеру телефона, переводы платежей с банковского счета, международные платежи родствен-

никам, знакомым с телефона на карту, оповещения, P2P (peer-to-peer — равный равному).

Для формирования устойчивого контакта с потенциальным клиентом с последующим привлечением его в свой банк целесообразно размещать в Интернете неполные сведения, сохранив основную ценную информацию, представляющую интерес для пользователя, «под замком» в социальных сетях. Наличие скрытой и недоступной информации является видом мотивации потенциального клиента к установлению контакта с заинтересовавшимся банком. При подобном подходе руководство банка сможет эффективно собирать требуемую информацию пользователей, формировать и расширять основную целевую аудиторию, необходимую ему для эффективной бизнес-деятельности.

В сфере продвижения банковских продуктов заслуживающими внимания являются специализированные социальные сети *ASMALLWORLD* и *Internations*, предназначенные для определенного круга лиц. Аудиторию составляют состоятельные, занимающие активную жизненную позицию, с сформированным позитивным ценностным аппаратом люди из разных стран, из которых — свыше 60% — собственники, а остальные относятся к топ-менеджерам успешных компаний.

Социальная сеть *ASMALLWORLD* является площадкой для продвижения «специфических» финансовых услуг и иных долгосрочных сервисов, оплату которых могут произвести не все сегменты населения. Зато объемы производимых оплат данной категорией клиентов позволяют соотносить их с массовыми платежами большой группы. Для доступа в эту социальную сеть требуется приглашение

от действующего члена ASmallWorld и прохождение процедуры скоринга. В качестве особенности сообщества Internations отмечается существующая иерархия участников, ответственных за проведение деловых встреч пользователей. Internations способствует созданию более устойчивых социально-экономических связей по сравнению с иными социальными сетями [3].

Социальные сети в последнее время становятся эффективным инструментом маркетинговых коммуникаций, продвигающих банковские услуги и продукты, т. к. помогают банковским службам собирать необходимую информацию о клиентуре, сократить затраты при установлении контакта с новыми пользователями, низкозатратными способами повысить продажи новых банковских продуктов и услуг, производить качественную поддержку клиентов за счет организации четкого контроля и оценки этой деятельности.

Например, у банка Великобритании Barclays в Твиттере брендированные аккаунты сформированы для всех направлений бизнеса, около 20 спонсорских программ и услуг, включая найм сотрудников (Career) и даже прокат велосипедов (Cycle Hire). У страницы @Barclayswealth, предназначенной для размещения информации по управлению инвестициями, 17772 фолловер. У новостного аккаунта (@Barclays) около 7000 подписчиков.

Ответы на вопросы на @BarclaysOnline формируются оперативно в обычное рабочее банковское время. Таким образом негативный отзыв о работе банка смогут прочесть многие пользователи и сделать определенные выводы. Поэтому руководство банка напрямую заинтересовано оперативно отреагировать на негативные сообщения, разрешить ситуацию для полного удовлетворения клиента с тем, чтобы не снизить свой имидж в глазах потенциальных клиентов. Минусом считается ограничение объема сообщения до 140 символов, что может вызвать определенные затруднения у пользователя по сравнению с просьбой об обратной связи по телефону или электронной почте.

В Facebook у страницы Barclays 373533 лайков, что свидетельствует о популярности. Аналогично Твиттеру, в рабочие банковские дни осуществляется оперативная работа с сообщениями клиентов. Страница Facebook используется Barclays как рекламный инструмент — регулярно проводятся конкурсы, способствующие продвижению продуктов и услуг (карты с персональным дизайном, программа Lifeskills и рекламная кампания YouAreFootball). Запущен Your Bank — сайт, где возможно размещение выдвигаемых клиентами идей, направленных на улучшение сервиса — Barclays-банк в течение недели организовывались дискуссии на странице в Facebook, что является эффективным приемом привлечения клиентуры к дискуссии с банковским персоналом актуальных тем, например, открытия нового филиала или усовершенствования функций мобильного банкинга.

Присутствие Barclays в LinkedIn ограничено вопросами расширения персонала.

1. Различные направления деятельности HSBC и представительства в разных государствах имеют обособленные страницы в Твиттере. По сравнению с @BarclaysOnline, страница поддержки @HSBC\_UK\_Help имеет всего 6109 подписчиков, хотя аккаунт активен всю неделю.

HSBC в Facebook имеет свыше 146 тыс. подписчиков направлена на студенческую аудиторию в виде проведения ежегодного розыгрыша стипендий, что вовлекает фанов, трансформирует их в послов бренда. Студенты являются основной категорией клиентов, имеющей возможность осуществлять взаимодействие с HSBC в Facebook, т. к. основная страница HSBC Bank неактивна.

На странице HSBC в LinkedIn 320765 фолловеров, в большинстве случаев там размещается информация о вакансиях компании. В отличие от Barclays банком анонсируются новые продукты и услуги, а также выкладываются видео. Помимо перечисленного, у HSBC есть группа из 11500 человек, однако основная доля форумов посвящена другим темам, не связанным с банковской деятельностью. В социальной сети Google+ HSBC несколько страниц, которые малоактивны. На главной странице с 951 подписчиками не отражены изменения в брендинге и отсутствуют посты.

2. Банк NatWest. Среди аккаунтов данного банка в Твиттере самыми популярными являются @NatWest\_Help и @Natwest\_Help2, имеющие 22500 подписчиков, ежедневно получающих оперативные консультации [4].

Таким образом, социальные сети представляют собой для банковских учреждений весьма эффективный инструмент с высоким потенциалом раскрытия ресурсов взаимодействия с клиентской базой, даже с учетом того, что ряд вопросов по-прежнему требует окончательного решения по телефону, e-mail или личного визита в отделение банка. Все банки стараются оперативно разрешить возникшие спорные ситуации. В основном, банками используются в качестве поддержки клиентов Facebook и Twitter.

Банки, аналогично большинству продвинутых компаний, стремящихся максимально полно использовать интерактивные возможности Интернета, в последнее время проводят активные рекламные кампании в социальных сетях. В России акции, проводимые в социальных сетях, предназначены для повышения имиджевой составляющей банков.

Участники социальной сети «Одноклассники» при помощи теста, который уже прошли более 3 млн пользователей, могут выяснить соответствие своего любовного темперамента литературным персонажам. Женщины могут примерить на себя темперамент Кармен, Клеопатры, Джульетты или Снежной Королевы. Мужчинам предложены в данном тесте образы Отелло, Ромео, Казановы, Онегина. Данный тест был разработан и запущен в соцсети «Одноклассники» Нордеа-банком, осуществившим имиджевую рекламную кампанию под слоганом «Потому что любим. Потому что Нордеа». Согласно сведениям банка, лишь 10% потенциальных клиентов знаком бренд

«Нордеа». А после проведения акции в «Одноклассниках» ожидается двукратное увеличение узнаваемости бренда.

Экспертами оцениваются затраты банка на проведение такой акции в несколько десятков тысяч долл, включая вознаграждение за разработку психологического теста, программного приложения, затраты на размещение в сети. И все же при данном тестировании Нордеа — банком людям запомнится лишь название банка.

Более эффективным маркетинговым ходом в сети является кампания «АльфаСтрахования», предлагавшая участникам «Одноклассников» виртуально застраховать фотографии от плохих оценок. Альфа-банк достиг двойного результата за счет повышения узнаваемости бренда (напоминание о существовании, информация об активности банка) и предоставил возможность потенциальным и действующим клиентам пройти тестирование виртуальной страховой услуги. Расходы компаний на рекламу в социальных сетях составляют меньше 0,1 % от расходов на рекламу в Сети. Считается, что проведение акций в соцсетях эффективны для повышения имиджа компании, общение и повышение эффективности взаимодействия с клиентурой. Отечественная аудитория Facebook за последние 6 месяцев выросла с 1,1 млн до 2,9 млн человек. Также возрастает реклама в соцсетях [5].

Так, банк «Уралсиб» и компания Gameland в сети «В Контакте» запустили игру «Счастливый фермер». Для развития собственной виртуальной фермы игроками применялись виртуальные кредиты и депозиты «Уралсиба». В результате за 2 месяца было получено 1,5 млн уникальных контактов с брендом на фоне увеличения в несколько раз числа посетителей сайтов банка «Уралсиб».

В 2010 г. в «Одноклассниках» Сбербанком была проведена акция «Подари новогоднюю свечу другу», участниками которой стали 7,3 млн пользователей, которые отправили своим друзьям 54 млн виртуальных новогодних свечей. С помощью данного приема Сбербанком привлекалось внимание молодой аудитории к продуктам и услугам и достигалось повышение лояльности к бренду.

Банки уже длительное время стараются расширить свой инструментарий маркетинговых коммуникаций за счет нестандартных коммуникационных решений с потенциальными клиентами.

Наблюдаемое расширение присутствия банков в соцсетях обусловлено рядом причин [6]:

1. Руководством ряда банков соцсети рассматриваются как одна из имиджевых граней бренда. Однако, деятельность, осуществляемая PR-отделом банка, оказывает влияние на результаты поисковых систем и, как следствие, увеличивает вероятность встречи клиента и определенного банка. Банк, осуществляющий активную деятельность в социальных сетях, психологически воспринимается ближе, проще, чем отстраненный и официальный банк, принимая во внимание достаточно сложную терминологическую специфику банковских структур.

2. Усиливается влияние кредитного учреждения в финансовом мире — к банку начинают проявлять внимание

финансовые аналитики, эксперты, повышается удельный вес профессионалов, чья деятельность связана с финансами. В совокупности это обеспечивает солидность банка, его надежность.

3. Площадка, на которой происходит деятельность программ социальной ответственности банка. В банковской деятельности необходим такой аспект как благотворительность, финансирование общественных проектов, спонсирование культурных программ и т.д. Соцсети оперативно распространяют информацию об оказании помощи, сотрудничестве банков с фондом «Линия жизни». В соцсетях представлена информация о деятельности Сбербанка как одного из крупных спонсоров в данной сфере. Как следствие, демонстрируется корпоративная социальная ответственность.

4. Возрастают продажи банковских продуктов и услуг, что является конечной целью обращения к соцсетям как инструменту маркетинговой коммуникации. Аналитиками маркетинговой интернет-площадки Hub Spot, с помощью которой компании привлекают новых потребителей, привели данные, что 65 % пользователей возрастной группы 18–24 лет ориентируются на сведения из соцсетей при принятии решений о приобретении того или иного товара или услуги. Актуальной остается потребность человека обратиться за советом к кому-либо, кому можно доверять.

В результате проведенного исследования об использовании ведущими российскими банками соцсетей отмечается высокая степень информационной насыщенности, наличие сообщений о всех проходящих акциях, мотивирующих произвести комплексное использование нескольких компаний — например, Сбербанк и аптечной сети Ригла. Данные маркетинговые коммуникации включают элементы синергии, позволяющие относить соцсети в разряд интегрированных маркетинговых коммуникаций.

Уральский банк реконструкции и развития осуществляет маркетинговую деятельность в соцсети «В контакте» посредством размещения информации о продуктах и услугах банка, аналитической информации, викторин, информирования о проведении семинаров, совместных проектов с партнерами (например, предоставление скидок на билеты при оплате с помощью карты банка).

Тинькофф. Кредитные системы — в данном банке отсутствуют отделения, и все операции проводятся, используя современные технологии — телефонию и Интернет. На странице в Facebook проводятся консультации по условиям размещения вкладов, системе кредитования, сведения о новых продуктах и услугах. Оформление постов выдержано в соответствующем корпоративном стиле, заключающемся в использовании желтой цветовой гаммы, специального шрифта.

Банком ВТБ24 и соцсетью «Одноклассники» запущен сервис осуществления денежных переводов между пользователями без обмена реквизитами, используя карты международных платежных систем Visa, Mastercard, которые выпущены отечественными банковскими учреждениями и привязаны к профилям в соцсети «Однокласс-

ники». Целью данного проекта является повышение уровня сервиса для пользователей сети, привлечение новой аудитории и удержание имеющейся [7].

Руководством ВТБ24 осознаются возможности социальных сетей в вопросах стратегии продвижения банковского бренда, его товаров, услуг, что подтверждается слоганом, которым открывается страница банка ВТБ24 на Facebook «Уровень, на котором приходит многое» [8].

Участникам официальных сообществ банка в Twitter, Facebook пользователи доступна последняя информация

о проводимых в банке акциях, его новых продуктах, услугах, социальной деятельности, наградах, полученных банком. На странице предусмотрена интерактивная связь. Руководством ВТБ24 социальные сети рассматриваются в качестве важного и действенного канала обратной связи, т.к. установлено, что значительная доля предложений клиентов, направленных на повышение эффективности деятельности банка поступает посредством данного типа коммуникации.

Таблица 1

Рейтинг эффективности мобильных банков для iPhone, Android, iPad [9]

Росбанк	iPhone	Android	iPad	планшет Android
2014 г.	46 (3,6/3,1)	46 (3,6/3,1)	-	-
2015 г.	48	49,5	51	49,5

В таблице 1 приведена итоговая оценка эффективности применения Росбанком мобильного канала по шкале от 0 до 100 баллов. В скобках указана оценка функциональности мобильного банка по шкале от 0 до 10 баллов и оценка удобства использования по шкале от 1 до 5 баллов. Из таблицы следует, что с 2014 г. отмечается достаточно заметное улучшение в деятельности Росбанка в сфере мобильного банкинга, на что указывает повышение показателей для iPhone и Android.

На базовом уровне социальные сети применяются для привлечения внимания клиентов к созданному предложению. Формирование клиентской базы является важной частью банковского бизнеса — особенно это важно онлайн. В идеальном варианте, интернет-сообщество состоит из значительного числа фактических и потенциальных клиентов, вступающих во взаимодействие, которые могут сообщать друг другу об имеющихся недочетах в деятельности того или иного банка, предупредив тем самым от обращения в данную структуру.

Таким образом, сегодня становится необходимым активное участие в социальных сетях сотрудников банка для предотвращения понижения имиджевой составляющей в случае появления негативной информации со стороны пользователей социальных сетей о деятельности банковского персонала или его корпоративной стратегии. С помощью социальных сетей осуществляется попытка изобразить человека, доносящего информационное со-

общение до других пользователей. Социальные сети расширяют охват аудитории при одновременной малозатратности, т.к. традиционные виды рекламы достаточно дороги по сравнению с социальными сетями.

Итак, наблюдается общность подходов в использовании банками соцсетей как инструмента маркетинговых коммуникаций. Следует избегать внутрикорпоративных коммуникаций, выделяя это в специальный, закрытый для посторонних отдел. Однотипные сообщения целесообразно удалять как и однородные вопросы, переадресуются к уже данному ответу в сети на аналогичный вопрос. Обладая аккаунтом в социальной сети, банку необходимо поддерживать его в активном состоянии, вступая во взаимодействие с пользователями, увеличивая тем самым численность сообщества [10, с. 80].

Необходимо нахождение оптимального соотношения важной информации относительно финансового аспекта, но также приходится принимать во внимание, что первоначально соцсети все же рассматриваются как точка переключения сконцентрированного внимания, развлечения, отдыха, обмена мнениями. В случае соблюдения баланса между отмеченными функциями банков в соцсетях возможно получить высокий результат с минимальными затратами, как следствие правильного использования маркетинговых коммуникаций, являющихся мощным ресурсом повышения банковских продаж.

#### Литература:

1. Басова, С. Н., Какурина А. А. Интегрированные маркетинговые коммуникации банка как фактор его конкурентоспособности на рынке финансовых услуг // Перспективы Науки и Образования, 2014, № 1. — с. 294–299.
2. Шевченко, Е. И., Рудская Е. Н. Омниканальная стратегия: интеграция каналов продвижения банковских продуктов и услуг // Молодой ученый. — 2015. — № 10. — с. 850–861.
3. Две социальные сети для продвижения VIP-услуг ASmallWorld и International аккамулируют необычных людей, которым предлагаются услуги не массового спроса. — [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://bgmtsystems.ru/analitika/dve-socialnye-seti-dlya-prodvizheniya-vip-uslug/>.-Дата обращения: 19.02.2016.



4. Пугачева, Ю. Как банки используют социальные сети. По материалам сайта Econsultancy [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.likeni.ru/analytics/Kak-banki-ispolzuyut-sotsialnye-seti/#top/>. — Дата обращения: 19.02.2016.
5. Чайкина, Ю. Зачем российские банки осваивают социальные сети [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://m.forbes.ru/article.php?id=60202>. — Дата обращения: 19.02.2016
6. Сысоева, А. В. Банки, деньги, социальные сети // Банковский ритейл. — 2014. — № 4.
7. Аликина, Е. Деньги для «Одноклассников»: как работает новый сервис для денежных переводов [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <HTTP://money.rbc.ru/news/56c704969a79470860581b52/>. — Дата обращения: 19.02.2016
8. Страница банка ВТБ24 на Facebook. — [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://www.facebook.com/vtb24>. Дата обращения: 23.02.2016
9. Краткий обзор результатов исследования Markswebb-Mobile-Banking-Rank-2014 г.
10. Сорокин, О. Н., Талагаева А. С. Использование социальных сетей для продвижения бизнеса // Актуальные вопросы экономики и управления: материалы III междунар. науч. конф. (г. Москва, июнь 2015 г.). — М.: Букки-Веди. — 2015. — с. 79–82.

## Маркетинг в современных условиях

Граф Елена Николаевна, студент;

Ежова Валерия Олеговна, студент

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

**В** современных условиях гиперконкурентного рынка главной задачей компаний является правильный выбор маркетинговой стратегии.

В маркетинге выделяют комплекс маркетинговых инструментов, к которому относятся:

- «агенты влияния» (маркетологи, торговые представители)

- комплекс продвижения, который включает в себя интегрированный спектр маркетинговых коммуникаций

- комплекс маркетинговых исследований

Все компании на рынке, чтобы быть конкурентно способными, должны грамотно использовать данные инструменты.

Но в условиях гиперконкуренции цены снижаются на товары, и продавцам приходится бороться за покупателя. Поэтому маркетологам становится необходимо осваивать новые способы привлечения клиентов, новые концепции. К новым маркетинговым стратегиям относятся: создание и развитие бренда, партизанский маркетинг, маркетинг впечатлений и многие другие.

Инструменты в маркетинге можно разделить на две категории. Это не предполагающие контакт с клиентов — не персонифицированные, и предполагающие непосредственный контакт с потребителем.

Брендинг и маркетинг впечатлений относятся ко второй группе маркетинговых инструментов. В своей работе более подробно я хотела бы остановиться на маркетинге впечатлений.

Наш современный мир — это мир брендов. Бренд — торговая марка, которая в представлении потребителей имеет определённые характерные ценные свойства и атрибуты.

Бренд как бы создаёт эмоциональную связь между товаром (услугой) и потребителем. Инструментом для создания данной связи — является маркетинг впечатлений.

Маркетинг впечатлений (основанные на опыте, эмпирический) — это инструмент, благодаря которому устанавливается эмоциональная связь между продуктом и потребителем в рамках события, мероприятия, организованного производителем.

Маркетинг впечатлений погружает потребителя в мир продукта. «Каждое впечатление возникает как следствие «соприкосновения» поставленного действия и состояния человека»

Главной проблемой в отношениях покупателя и продавца — это присутствие невидимых барьеров. Они возникают в случае агрессивного желания продавца навязать свой товар. Покупатель очень часто воспринимает консультирование продавца, как навязывание продукта. Тем самым барьер становится больше и потребитель отказывается от покупки, если она действительно была выгодна для него. Чтобы не потерять своего клиента, нужно использовать маркетинг впечатлений, который позволит сокращать дистанцию между продавцом и покупателем.

Основным механизмом маркетинга впечатлений заключается в изменении последовательности действий в цепочке взаимоотношений.

При обычных маркетинговых действиях цепочка состоит следующим образом:

- влияние маркетинговых инструментов
- решение о покупке
- покупка
- оценка товара



Маркетинг впечатлений действует немного по-другому:

- влияние маркетингового инструмента
- оценка
- решение о покупке
- покупка

Последовательность инструментов очень сильно влияет на потребителя. Покупатель убеждается в ценности потребительских свойств товара до его покупке. У потребителя возникает впечатление, что он сам принял решение о покупке, это подчёркивает его индивидуальность и повышает самооценку. Главная задача маркетинга впечатлений — это понять психологию потребителей, заинтересовать, подчеркнуть значимость и индивидуальность.

Каким образом маркетинг впечатлений воздействует на потребителя?

1. Потребитель на фоне впечатлений лучше запоминает товар
2. Потребитель получает хорошие эмоции, тем самым товар становится для него лучше. Данный эффект остаётся надолго
3. Потребитель делает собственный выбор
4. Продукт является лояльным

Главной задачей маркетинга впечатлений — воздействие на эмоции человека.

Какими же способами это можно сделать?

В первую очередь нужно выявить желание круга потребителей, что им важно, что является полезным, нужным и чего им хочется. Далее «их желания» нужно представить в качестве свойства предлагаемого товара.

Уклон можно сделать на экологичность, модность, оригинальность, эксклюзивность, а также заявления в духе «эту вещь приобрел сам «великий и ужасный», купите её и Вы!»

Далее очень важно обратить на дизайн. Приятная упаковка вызовет гораздо больше эмоций и запомнится надолго.

Следующий шаг — это демонстрация производства товара. Это может быть экскурсия, приготовление блюд в присутствии потребителя.

Очень важным является театрализация действия. Нужно создать историю своего товара. Если это кафе желательно выбрать тематику: морская, в духе средневековья и так далее. Чтобы потребитель, посещая данное заведение, погрузился в «мир товара»

Один из методов привлечения клиентов является предоставление потребителю попробовать продукт до его приобретения. Потребителя не заставляют в принудительной форме купить товар, он может делать выбор. Продажа перестаёт быть просто обменом товара или услуги на деньги, продавец становится поставщиком позитивных впечатлений.

Таким образом, в современных условиях гиперконкуренции использование маркетинга впечатлений является целесообразным. Фирма на некоторое время использует конкурентные преимущества, так как эмоции сохраняются надолго и бренд лучше запоминается. Маркетинг впечатлений воздействует на потребителей мягче, чем другие инструменты маркетинга, что является несомненным плюсом для покупателя.

## Роль рекламы в формировании имиджа компании на примере ООО ЧОО «Периметр» г. Нижневартовска

Долгина Екатерина Станиславовна, кандидат культурологии, доцент;

Ильина Мария Юрьевна, студент

Нижневартовский государственный университет

На современном этапе развития компаний в России актуальным является вопрос об особенностях создания и формирования положительного имиджа компании. Реклама в современном мире стала неотъемлемой частью жизни, без нее трудно представить современные средства массовой информации (СМИ). В ней нуждаются и экономика страны, и масс-медиа, и аудитория. Реклама способна выполнять почти все те задачи, что ставятся перед иным контентом СМИ — и информировать, и образовывать, и социализировать, и развлекать. Она представляет собой форму коммуникации, направленную на убеждение целевой аудитории (слушателей, зрителей или читателей) в необходимости того или иного товара, а так же услуги и их положительных свойствах по сравнению с аналогами. Реклама в настоящее время существует повсюду: в Интернете, печатных изданиях, на радио, телевидении,

оказывая существенное влияние на выбор потребителей. Размещенная в СМИ реклама является наиболее результативной, так как привлекает наибольшее число потенциальных клиентов.

Несомненна и роль рекламы в формировании положительного имиджа компании. Ведь положительный, эмоционально окрашенный образ той или иной организации говорит не только об общей культуре, но и представляет определенную характеристику, которая служит значимой основой конкурентоспособности, ориентированности на успешность, а так же одним из важных условий успешной деятельности компании в выбранном направлении.

Для понимания роли рекламы при формировании положительного имиджа предприятия следует дать определение понятию «имидж» в современной науке. Опи-

раясь на различные трактовки данного понятия, можно сделать обоснованный вывод о том, что «имидж» в настоящее время — это основное понятие науки имиджологии, в рамках которой данное понятие изучается с теоретической точки зрения. Формирование же позитивного имиджа в практике является одним из основных направлений деятельности специалиста по связям с общественностью. Также «имидж» выступает как формируемый и управляемый образ, с помощью которого формируется эмоциональное и психологическое воздействие на кого-либо в целях достижения популярности, рекламы, формирования положительной репутации [3, с. 15].

Таким образом, можно сделать вывод о том, что понятие «имидж» — это формируемый и управляемый образ, который устойчиво сохраняется в индивидуальном или массовом сознании, а также формирует положительное впечатление какого-либо объекта, наделяя его дополнительными ценностями и выделяя его из ряда подобных [2, с. 41].

Особую роль в формировании имиджа организации несет реклама, а именно — престижная реклама, т.е. рекламирование определенной компании в целом, представляя ее имидж для общественности или определенной целевой аудитории в нужном свете [1, с. 107].

Создание и формирование позитивного образа компании происходит при использовании таких рекламных средств, как:

1. Реклама на телевидении.
2. Радио реклама.
3. Наружная реклама.
4. Реклама в популярных газетах и журналах.
5. Сувенирная реклама (продукция).
6. Интернет-реклама [4, с. 227].

Анализ рекламных средств показал, что в целом значение рекламы для развития имиджа огромно. С помощью тщательно продуманных и хорошо выполненных рекламных кампаний можно достичь формирования положительного имиджа и доверия потребителей, а также выделиться среди конкурентов. Поэтому после сравнения и анализа различных рекламных средств, было определено, что лучше всего для создания и формирования имиджа компании следует использовать рекламу на телевидении. Ее отличает высокая эффективность воздействия, так как затрагиваются визуальные и аудиальные аспекты восприятия, а также подсознание, при этом создавая максимальную широкую известность компании, выделяя ее среди конкурентов.

Объектом анализа рекламной деятельности, направленной на формирование положительного имиджа, было выбрано ООО ЧОО «Периметр», которая начала свою деятельность с сентября 2000 года на рынке услуг в области обеспечения комплексной безопасности. Специально учрежденная для оказания охранных услуг, зарегистрированная в установленном законом порядке и имеющая лицензию на осуществление частной охранной деятельности.

Основными видами деятельности являются:

- защита жизни и здоровья граждан;
- охрана имущества собственников, в том числе при его транспортировке;
- проектирование, монтаж и эксплуатационное обслуживание средств охранно-пожарной сигнализации;
- консультирование и подготовка рекомендаций клиентам по вопросам правомерной защиты от противоправных посягательств;
- обеспечение порядка в местах проведения массовых мероприятий.

При формировании имиджа организации проводился постоянный мониторинг и анализ информационной среды, касающейся предприятия и распространяемой через различные коммуникационные каналы (СМИ, интернет-ресурсы и другие источники). При необходимости производилась корректировка нежелательных отзывов и мнений. Результатом создания позитивного имиджа стало повышение престижа (авторитета) организации среди различных групп населения. Стабильно высокое качество услуг по предоставлению комплексной безопасности порадовало старых и привлекло новых клиентов. В свою очередь, это способствовало стимулированию спроса и повышению конкурентоспособности: увеличению продаж услуг, следовательно, и прибыли. Таким образом, вполне оправдывается утверждение, что сначала организация работает на имидж, а потом имидж работает на организацию.

Для закрепления позитивного имиджа организации ЧОО «Периметр» использует рекламные средства, направленные на поддержание положительного имиджа. Ведь немаловажную роль в формировании позитивного имиджа организации играет использование различных рекламных технологий. Для организации гораздо выгоднее целенаправленно формировать свой благоприятный имидж, чем пускать дело на самотек и исправлять впоследствии нежелательные и ошибочные представления людей о себе и своей деятельности. Для начала организация выделила основные задачи:

- создание у широкого круга потребителей, партнеров, поставщиков благоприятного мнения о компании;
- убеждение в том, что деятельность компании приносит пользу обществу;
- формирование у потребителей ассоциации имени компании и ее логотипа с определенным качеством услуг и удовлетворением потребностей потребителей;
- повышение осведомленности потребителей, партнеров о компании, создание мнения о компании, как о надежной, значимой и преуспевающей организации.

В итоге рекламные средства, которые использует данная Частная Охранная Организация «Периметр», относятся к наружной рекламе. Проведем анализ рекламных средств, используемых ЧОО «Периметр».

Во-первых, это рекламный щит. В основу дизайна взята светлая цветовая гамма для фона, на фоне изображено небо и зелень, что символизирует спокойствие и постоянство, а для контраста текст и цифры, которые отображены

на щите, выполнены в более темном цвете, что делает основную информацию более яркой и заметной.

В рекламном тексте предоставлена следующая информация:

- направление деятельности организации;
- перечень предоставляемых услуг;
- отображен логотип организации;
- адрес организации;
- контактные данные организации.

Таким образом, данную информацию видят не только пешеходы, но и автомобилисты. Это способствует увеличению потенциальных клиентов для организации, а так же поддерживает положительный имидж.

Во-вторых, это транзитная реклама или, проще говоря, транспортная. Ее основная функция — поддержание положительного имиджа организации. Задачами транспортной рекламы являются:

- передача основной информации о деятельности организации;
- привлечение внимания общественности;
- восприятие в процессе передвижения;
- доступность для массовой аудитории.

Именно такая реклама используется в ООО ЧОО «Периметр», ведь в этой организации специализированные подразделения оснащены служебными автомобилями. На данных автомобилях отображен логотип компании, текст, имеющий информацию о деятельности организации, контактные данные, все выполнено в темном цвете, что имеет хороший контраст на светлых автомобилях данной организации. При этом при движении таких автомобилей по городскому маршруту очень часто обращается внимание общественности, тем самым привлекая новых потенциальных клиентов, создавая определенный имидж о компании в их глазах. Данная реклама является эффективной и менее затратной для организации.

Поскольку данная компания предоставляет услуги по безопасности разным частным, нефтяным, государ-

ственным объектам, то были созданы небольшие плакаты с клейкой основой, что подразумевает размещение плакатов на зданиях и воротах охраняемого объекта. В данном плакате в качестве фона используется белый цвет из фирменной цветовой гаммы, текст, который несет в себе информацию об организации, предоставляющей услуги охраны объекта, выполнен в синем цвете, а так же размещен логотип «Периметра». Тем самым, рекламный плакат несет в себе краткую информацию о деятельности организации.

Таким образом, данная организация использует в основном наружные рекламные средства для поддержания и формирования положительного имиджа в глазах потребителей.

Однако, руководству ЧОО «Периметр» следует обратить внимание на следующие элементы по формированию положительного имиджа предприятия.

В качестве элементов формирования и поддержания имиджа компании рекомендуется:

1. Создать рекламные сообщения для предоставления информации о деятельности организации в печатные издания.
2. Направить рекламную политику компании на целевую аудиторию с помощью рекламы на телевидении.
3. Создать и предоставить рекламное сообщение, которое будет распространяться с помощью радиорекламы, желательно охватить прайм-тайм.
4. Охватить сеть Интернет с помощью создания официального сайта компании.
5. Создать сувенирную и подарочную продукцию с логотипом компании для поддержания положительного имиджа.

Следует отметить, что вышеперечисленное возможно только с помощью корректировки существующей рекламной кампании в организации или при создании новой и более эффективной, что последует формированию и укреплению положительного имиджа ЧОО «Периметр».

#### *Литература:*

1. Головлева, Е. Л. Основы рекламы/Е. Л. Головлева. — М: Москва, 2006.
2. Джефкинс, Ф., Ядин, Д. Паблик рилейшнз: Учеб. Пособие для вузов/Пер. с англ. Под ред. Б. Л. Еремишина. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2003.
3. Перельгина, Е. Б. Психология имиджа: учебное пособие. — М.: Аспект Пресс, 2002.
4. Ромат, Е. Реклама. — СПб: Питер, 2001.

## Маркетинговые стратегии в нефтегазовой отрасли

Качалкина Кристина Геннадиевна, студент

Уфимский государственный нефтяной технический университет

*В статье рассматриваются тенденции изменения нефтегазового рынка и их влияние на маркетинговые стратегии нефтедобывающих и нефтеперерабатывающих компаний в ближайший период.*

**Ключевые слова:** маркетинговая стратегия, нефтегазовый рынок, нефтяная компания, тенденции, рынок энергетики.

И для кого не секрет, что нефтегазовый сектор сейчас находится в состоянии трансформации. Энергетический бизнес может кардинально измениться в свете последних событий. Происходящее требует от руководителей нефтяных компаний решительных действий, которые позволят бизнесу не только выжить в краткосрочном периоде, но и подготовят корпорации к будущим переменам.

В результате перепроизводства за последние несколько лет на энергетическом рынке возник избыток предложения объемом 1,5–2 миллиона баррелей в день [6]. Соглашение о заморозке добычи, принятое в феврале 2016 года,

позволит со временем выровнять этот дисбаланс. По объемам спроса и предложения, представленным на рисунках 1 и 2 видно, что в третьей четверти 2015 года предложение превышало спрос приблизительно на 2 миллиона баррелей в день. По прогнозам полагается, что, по крайней мере, в ближайший год равновесного спроса и предложения достичь не удастся. Однако конкуренция, снижающиеся цены и избыток предложения не единственные факторы, влияющие на нефтегазовые компании. Мировое сообщество всё больше задумывается над экологическими вопросами.

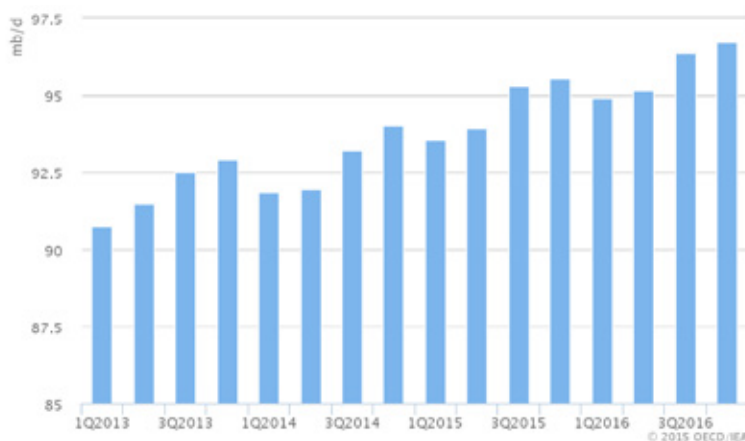


Рис. 1. Мировой спрос на нефть, прогноз до 2016 года

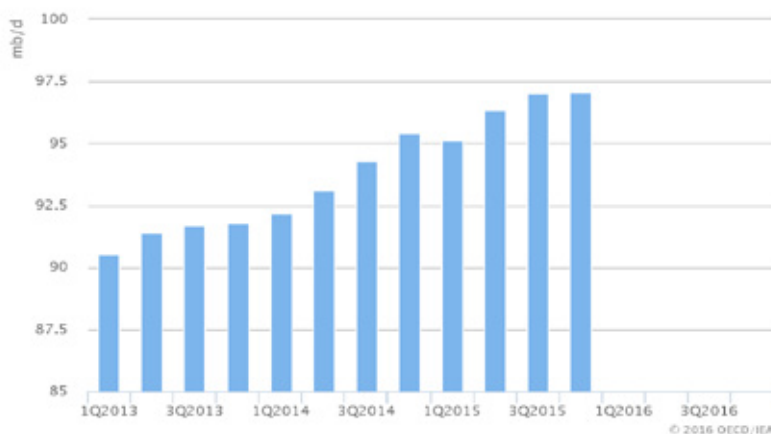


Рис. 2. Мировое предложение нефти

В 2015 году на двадцать первом саммите Рамочной конвенция ООН об изменении климата в Париже было принято соглашение по поддержанию увеличения средней температуры планеты на уровне ниже 2 °С за счёт сокращение выбросов парниковых газов. Если это решение и не ставит под вопрос существование нефтедобывающих и нефтеперерабатывающих компаний, то само их функци-

онирование точно подвергнется изменениям. Аналитики полагают, что «нефтяная эра» подходит к концу, и все большую долю энергетического бизнеса вскоре начнут занимать ядерная энергетика, биотопливо и энергия возобновляемых источников (см. рис. 3). В наметившихся условиях нефтегазовой отрасли необходимо пересмотреть свои стратегии.

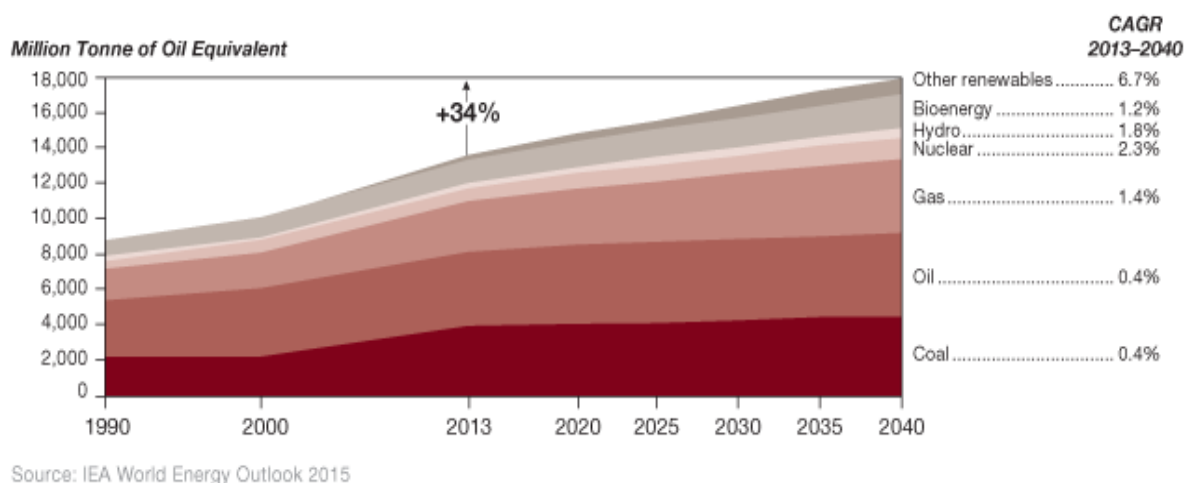


Рис. 3. Мировой первичный спрос на топливо, прогноз до 2040 года

«PwC» — международная сеть компаний, занимающихся консалтингом и аудитом, в своём анализе трендов нефтегазового рынка на 2016 год, предложила руководителям нефтедобывающих и нефтеперерабатывающих компаний следующие шаги маркетинговой стратегии для того, чтобы успешно войти в новые рыночные условия [5]:

1. сосредоточиться на, так называемом, таргетированном подходе: выйти на перспективный растущий сегмент рынка, в котором компания сможет превзойти конкурентов и при этом быстро освоиться в изменяющихся условиях. Желательно, чтобы в этом сегменте компания уже имела какую-либо базу научных разработок;

2. не сокращать расходы повсеместно. Вместо этого, инвестировать в развивающиеся проекты, которые смогут принести компании прибыль или другие выгоды. Особенно, если это проекты экологические, позволяющие снижать выбросы CO<sub>2</sub>;

3. сосредоточиться на инновационных технологиях, которые позволят удовлетворять экологическим требованиям и одновременно минимизировать затраты.

В целом, эти шаги являются эффективными стратегическими мерами для любой компании, действующей в условиях новых экономических реалий. Нефтегазовому сектору следует учесть свои особенности развития и определённую специфику. Компаниям необходимо не только следить за технико-экономическими и финансовыми показателями внутренней среды предприятия, но и получать и изучать релевантную информацию о состоянии рынка и всех элементах внешней среды. Именно маркетинговые

исследования являются инструментом для оперативного и действенного ответа на мировые тенденции. Для нефтегазового сектора маркетинговая стратегия должна включать в себя: анализ ёмкости рынка и сегментацию, анализ рыночной доли организации, оценку уровня монополизаций и конкуренции и анализ положения товаров на рынке сбыта [2]. При выполнении последнего вида анализа должна учитываться особая специфика нефтегазового рынка — соблюдение стандартов качества. В нефтегазовой отрасли качество товара (нефти, газа или продукта переработки) зависит в первую очередь от природных показателей месторождения, затем — от качества работы перерабатывающего завода. Параметры требований к товару очень жёстко регламентированы. При этом технические, нормативные и экономические параметры играют первостепенную роль, а эстетические и эргономические и вовсе не учитываются [1]. Следование мировым стандартам, то есть переходу к экологичному виду топлива и ресурсосберегающим технологиям исследований, бурения, добычи и переработки, позволит нефтегазовым компаниям удержаться на рынке. Но если условия, например, расположение месторождений, изначально требуют от компаний больших издержек, возможно, компании следует последовать совету PwC и найти новый сегмент.

В июне 2015 года на ежегодной выставке «Газ и нефть» в Калгари, Канада, был проведён опрос 30 нефтесервисных компаний о том, какие маркетинговые стратегии они используют для заключения договоров [3]. По итогам опроса выяснилось, что только половина ком-



паний разрабатывает маркетинговый план (хотя все определяют бюджет для маркетинговой деятельности), и практически ни одна из компаний не оценивает результаты работы маркетингового отдела, считая это ненужным. Нефтесервисным компаниям следует уделять большее внимание маркетинговым стратегиям — в условиях жёсткой конкуренции и преимущественном установлении партнёрских отношений через прямые продажи только эффективный маркетинг позволит сервисному бизнесу преуспеть на рынке. Возможным путём развития маркетинговых стратегий для нефтесервисных компаний может быть интегрированный маркетинг, включающий в себя помимо традиционного анализа рынка рекламу, PR, продвижение продаж и формирование узнаваемого бренда [3].

Формирование маркетинговой стратегии имеет свои особенности [4]:

1. необходимо иметь значительный управленческий опыт, опираться как на интуицию, так и на здравый смысл;
2. нужно учитывать фактор риска и неопределённости;
3. требуется высокого уровня знаний и квалификации;
4. влечёт за собой большой объём стратегически важной информации;

5. процесс включает в себя анализ множества информации, из которой нужно выделить только релевантную, и принять решений на её основе;

6. необходимо разработать индивидуальный подход, чтобы компания могла преуспеть среди конкурентов благодаря своим сильным сторонам.

Необходимость маркетинговых стратегий для нефтегазового бизнеса обуславливается тем, что при отсутствии маркетинговых планов компания может тратить гораздо больше на проекты, которые затем не принесут никаких результатов. Работа маркетингового отдела позволит компании определить наиболее эффективные способы находить клиентов, формировать узнаваемый бренд и строить «дорожную карту» для достижения стратегических целей. Оценка результата работы отдела даст руководителям объективную картину и покажет сильные и слабые места организации. Таким образом, маркетинг подразумевает под собой не только анализ и своевременную адаптацию под изменяющиеся условия, но и увеличение продаж через рекламу, PR, построение прочных отношений с клиентами, и является ключом к успешному преодолению кризиса и выходу в новые условия для компаний нефтегазового рынка.

#### *Литература:*

1. Ксенофонтова, О. В., Этова Е. В. Маркетинг как инструмент регулирования хозяйственной деятельности и снижения рисков на предприятиях нефтегазовой отрасли // Концепт. — 2015. — Перспективы интеграции экономического и гуманитарного образования в туризме и гостеприимстве: теория и практика. — ART 95589
2. Пельменёва, А. А. Возможности маркетинговых исследований нефтяной и газовой отраслей // Успехи современного естествознания. — 2008. — № 12. — с. 59–60;
3. Toni Guffei. Marketing Strategies in the Oil & Gas Services Sector // LinkedIn. URL: <https://www.iea.org/oilmarketreport/omrpublic/> (дата обращения: 22.02.2016).
4. Ahmad Assaf Alfadly. Kuwait National Petroleum Company (KNPC). Marketing Strategy in Oil Sector // International Journal of Marketing Studies. — 2011. — № Vol. 3, No. 1. — с. 45–49.
5. 2016 Oil and Gas Trends // strategyand. pwc. URL: <http://www.strategyand.pwc.com/perspectives/2016-oil-and-gas-trends> (дата обращения: 22.02.2016).
6. International Energy Agency: Oil market report // URL: <https://www.iea.org/oilmarketreport/omrpublic/> (дата обращения: 22.02.2016).

## Позиционирование лекарственных средств и его специфика на фармацевтическом рынке Российской Федерации

Шабельский Вадим Сергеевич, студент  
Волгоградский государственный технический университет

*Позиционирование представляет собой комплекс мер, в результате реализации которых в сознании людей формируется стереотип в виде определенной позиции. Позиционирование и специфика продвижения ЛС на фармацевтическом рынке напрямую зависят от того, каким является препарат, и какие методы продвижения будут использоваться. Более того, будут ли действия по его продвижению и позиционированию грамотными или нет, это определит длину жизненного цикла ЛС.*

**Ключевые слова:** позиционирование, фармацевтический рынок, оригинальное лекарственное средство, дженерик.

Впервые термин «позиционирование» в маркетинговую терминологию ввели Дж. Траут и Э. Райс. Концепция заключается в том, что позиционирование представляет собой комплекс мер, в результате реализации которых в сознании людей формируется стереотип в виде определенной позиции. Стереотипы играют ключевую роль в поиске выгодных отличий субъекта [21]. Это комплекс усилий компании по формированию и поддержке определенных ассоциативных сетей, которые могут помочь потребителю быстро узнавать и осуществлять выбор товара из массы других товаров. Позиционирование осуществляется только относительно бренда компании. С точки зрения Дж. Траута и Э. Райса, выражение «позиционирование товара» некорректно: «Позиционирование не есть то, что производитель делает со своим продуктом. Это операция на сознании потенциальных покупателей, это самодифференцирование в сознании клиентов».

Кортлэнд Л. Бове и Уильям Ф. Аренс определяют позиционирование как «место продукта в умственной классификации потребителя, обусловленное его достоинствами, отличиями от конкурентов или по отношению к определенным целевым рынкам». [6] М. Стоун рассматривает позиционирование со следующей позиции: «позиционирование определяется не по отношению к компании или продукту, а обуславливается тем, как эти качества воспринимаются потребителем». [20]

Т. Амблер под позиционированием понимает искусство доминирования в рыночном сегменте; искусство формирования образа марки в воображении целевой аудитории таким образом, чтобы она как можно более выгодно отличалась от марок конкурентов, для чего используются как реальные, так и воображаемые ее характеристики. [2] Д. Кревенс определяет позиционирование как предложение компанией потребительской ценности каждому целевому сегменту.

Позиция товара — это место, которое товар или услуга занимают в сознании потребителя в сравнении с аналогичным товаром конкурентов. Соответственно, задача состоит в том, чтобы товар или услуга находились на приоритетной позиции в сознании потенциального потребителя.

Правильное позиционирование товара на рынке, несомненно, является одной из важных составляющих его продвижения. Без правильных расчетов и выделения необходимых сегментов, жизненный цикл товара может быть очень коротким. Так что расчет правильной стратегии позиционирования является необходимостью, перед которой стоят все производители вне зависимости от сферы деятельности. Для того чтобы рассмотреть специфику позиционирования на фармацевтическом рынке Российской Федерации, необходимо выявить основные определения, в частности, понятие термина «лекарственные средства».

Согласно Федеральному закону РФ от 12 апреля 2010 г. N 61-ФЗ «Об обращении лекарственных средств», лекарственные средства определяются как «вещества или их комбинации, вступающие в контакт с организмом человека или животного, проникающие в органы, ткани организма человека или животного, применяемые для профилактики, диагностики, лечения заболевания, реабилитации, для сохранения, предотвращения или прерывания беременности и полученные из крови, плазмы крови, из органов, тканей организма человека или животного, растений, минералов методами синтеза или с применением биологических технологий. К лекарственным средствам относятся фармацевтические субстанции и лекарственные препараты». [1]

На рынке фармацевтической продукции при разработке стратегии позиционирования имеются свои особенности. Как и на других рынках, удачное и грамотное позиционирование не только закрепляет место торговой марки на фармацевтическом рынке, но и делает ее менее уязвимой к ценовой конъюнктуре. Владелец такого бренда это дает возможность претендовать на получение более высокой прибыли, нежели у конкурентов, благодаря стабильному спросу лояльных покупателей на популярные ЛС. Условно лекарственные препараты можно поделить на несколько групп: сезонные (лекарства против гриппа и простуды); специализированные (помогающие при болезни сердца, суставов); общие (обезболивающие таблетки, витамины, биологически активные добавки); уникальные (оригинальные ЛС, не имеющие аналогов).

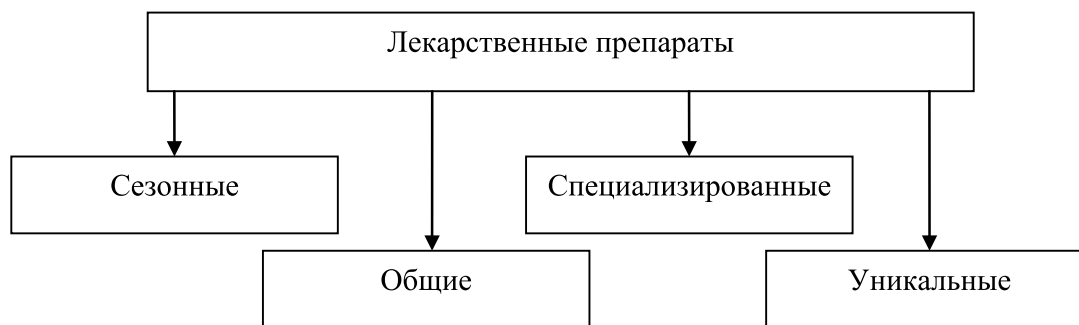


Рис. 1. Виды лекарственных препаратов на фармацевтическом рынке

Для каждого вида ЛС имеется своя специфика позиционирования на фармацевтическом рынке. В первую очередь, стоит уточнить, что в целом на фармацевтическом рынке преобладает консервативный стиль подачи информации о препарате. Предпочтение, в большинстве случаев, отдается традиционным рекламным материалам, эффективность которых минимальна.

**Общие лекарственные препараты.** К данной группе можно отнести обезболивающие средства (Пенталгин, Брал, Анальгин, Нурофен), БАДы, витамины, гомеопатические средства и т.д. Конкуренция среди данных препаратов достаточно высокая, так как существует много дженериков, которые по качеству уступают оригинальным лекарственным препаратам, но при этом их цена в разы ниже. Например, Анальгин и Брал стоят в три-семь раз дешевле Пенталгина и Нурофена. Товары из более высокой ценовой категории вынуждены тратить гораздо больше средств на рекламу, чтобы название запомнилось потенциальному потребителю. Главным условием здесь является способность доказать, что свойства препарата одной торговой марки превосходят свойства и качество другого. В основном здесь идет борьба между дженериками, так как они более дешевые по сравнению с оригинальным лекарственным препаратом, а значит, им необходимо больше средств для своего продвижения.

**Специализированные лекарственные препараты.** Данная группа препаратов позиционируется иначе. Многие компании заключают договора с больницами и клиниками, чтобы врачи, к которым обращаются пациенты с конкретной болезнью или проблемой, получили назначение именно в виде данного препарата. Ценовое позиционирование здесь тоже играет определенную роль, но менее значительную, чем в предыдущем случае. Многие пациенты, в данном случае являющиеся потребителями, поверят лечащему врачу на слово в случае рекомендации конкретного препарата вне зависимости от стоимости лекарства.

**Сезонные лекарства.** К сезонным препаратам можно отнести лекарства от простуды и гриппа, продвижение которых активно начинается с октября-ноября и заканчивается примерно в феврале, когда проходит очередная вспышка ОРВИ. Здесь нужно очень точно выбрать позиционирование, так как конкуренция очень высока. В качестве продвижения используется и реклама в средствах массовой информации, а также задействуются поликлиники и частные клиники. В качестве одного из самых грамотных примеров позиционирования можно привести препарат Ингавирин, который в рейтинге лекарственных брендов фармацевтического рынка оказался на первом месте по продажам [11]. Благодаря тому, что объем аптечной реализации препарата увеличился за месяц почти в 2,5 раза, тогда как рынок в целом сократился на 11,1%. Здесь важно не только ценовое позиционирование, но и другие сопутствующие факторы.

**Уникальные лекарства.** Оригинальные ЛС, не имеющие аналогов, не нуждаются ни в ценовом позиционировании, ни в каком-либо другом. По той причине, что они являются единственными в своем роде и не имеют альтернативы, то есть дженериков более низкой стоимости. Они позиционируются на фармацевтическом рынке именно как уникальные, и никакое другое ЛС не сможет их заменить.

Таким образом, в результате изучения вопросов позиционирования ЛС и его специфики на фармацевтическом рынке Российской Федерации, автором статьи было выявлено, что позиционирование и специфика продвижения напрямую зависит от того, каким является лекарственный препарат, и какие методы продвижения будут использоваться на фармацевтическом рынке. Более того, будут ли действия по его продвижению и позиционированию эффективными или нет, это определит длительность жизненного цикла лекарственного средства. Выявлено, что позиционирование ЛС на фармацевтическом рынке Российской Федерации зависит от следующих факторов: цена ЛС; новизна ЛС (в какой из групп данный препарат находится); является ли лекарственный препарат оригинальным ЛС или дженериком; уникальность ЛС.

#### Литература:

1. Об обращении лекарственных средств [Электронный ресурс]: федеральный закон Российской Федерации от 12.04.2010 № 61. — доступ из СПС «КонсультантПлюс».

2. Амблер, Т. Практический маркетинг/Т. Амблер. — СПб: Питер, 1999. — 400 с.
3. Бельских, И.Е. Особенности российского фармацевтического рынка/И.Е. Бельских, С.В. Кулагина // Известия Волгоградского государственного технического университета. — 2010. — Т. 10. — № 13 (73). — с. 56–66.
4. Бельских, И.Е. Реклама лекарственных препаратов в фармацевтическом маркетинге/И.Е. Бельских, С.В. Кулагина // Маркетинг в России и за рубежом. — 2010. — № 4. — с. 74–80.
5. Бельских, И.Е. Особенности регулирования цен на фармацевтическом рынке/И.Е. Бельских, С.В. Кулагина // Международный бухгалтерский учет. — 2011. — № 14. — с. 37–45.
6. Бове, К.Л. Современная реклама: учебник/К.Л. Бове, У.Ф. Арнс. — Тольятти: Издательский дом Довгань. — 1995. — 704 с.
7. Евстратов, А.В. Основные направления процесса импортозамещения на фармацевтическом рынке Российской Федерации/А.В. Евстратов, Г.А. Рябова // Вестник Самарского государственного экономического университета. — 2016. — № 1 (135). — с. 49–54.
8. Евстратов, А.В. Основные направления деятельности субъектов фармацевтического рынка Российской Федерации/А.В. Евстратов, В.С. Игнатьева // Экономика: теория и практика. — 2016. — № 1 (41). — с. 35–40.
9. Евстратов, А.В. Исследование процессов слияний и поглощений компаний на мировом фармацевтическом рынке/А.В. Евстратов // Вестник Самарского государственного экономического университета. — 2016. — № 3 (137). — с. 32–37.
10. Евстратов, А.В. Процесс импортозамещения на фармацевтическом рынке РФ: возможности и перспектива/А.В. Евстратов, Г.А. Рябова // Известия Волгоградского государственного технического университета. — 2016. — № 1 (180). — с. 64–69.
11. Евстратов, А.В. Структурные параметры развития фармацевтического рынка Российской Федерации: закономерности формирования и основные тенденции/А.В. Евстратов // Экономика: теория и практика. — 2014. — № 4 (36). — с. 39–46.
12. Евстратов, А.В. Региональная специфика формирования фармацевтических кластеров в современной России/А.В. Евстратов // Известия Волгоградского государственного технического университета. — Волгоград, 2011. Т. 11. № 4 (77). — с. 210–215.
13. Евстратов, А.В. Основные субъекты фармацевтического рынка Российской Федерации и их роль в повышении эффективности его функционирования/А.В. Евстратов, В.С. Игнатьева // Вестник Самарского государственного экономического университета. — 2015. — № 9 (131). — с. 94–100.
14. Евстратов, А.В. Слияния и поглощения компаний на мировом фармацевтическом рынке/А.В. Евстратов // Известия Волгоградского государственного технического университета. — Волгоград, 2010. Т. 10. № 13. — с. 135–138.
15. Евстратов, А.В. Структурные параметры фармацевтического рынка Российской Федерации в 2001–2014 годах: закономерности формирования и тенденции развития/А.В. Евстратов // Известия Волгоградского государственного технического университета. — 2015. — № 3 (158). — с. 31–43.
16. Косякова, И.В. Интернационализация мировой экономики и реализация концепции устойчивого развития/И.В. Косякова // Проблемы экономики. — 2007. — № 1. — с. 146–152.
17. Косякова, И.В. Исследование современных принципов и тенденций развития менеджмента/И.В. Косякова, Г.И. Яковлев // Вестник Самарского государственного университета. — 2014. — № 6 (117). — с. 48–55.
18. Папанова, С.Ю. Определение ключевых аспектов эффективного менеджмента аптечной организации в условиях серьезных преобразований российского фармацевтического рынка/С.Ю. Папанова // Белгородский экономический вестник. — 2015. — № 1 (77). — с. 79–86.
19. Папанова, С.Ю. Маркетинговые аспекты управления ассортиментом товаров аптечных организаций: диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук: 08.00.05/С.Ю. Папанова. — Белгород, 2007.
20. Стоун, М. Прямое попадание: факторы успеха прямого маркетинга/М. Стоун, Д. Дейвис, Э. Бонд. Мн.: Амалфея. — 1998. — 448 с.
21. Траут, Дж. Позиционирование: битва за умы/Дж. Траут, Э. Райс. — СПб: Питер, — 2009. — 336 с.
22. Тюренков, И.Н. Товаропроводящая система волгоградского фармацевтического рынка/И.Н. Тюренков, А.В. Евстратов // Новая Аптека. — 2003. — № 5. — с. 18.
23. 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.
24. Чебыкина, М.В. Анализ современной модели конкуренции/М.В. Чебыкина // Известия высших учебных заведений. — 2013. — № 2 (16). — с. 90–94.

## 13. ЭКОНОМИКА ТРУДА

### Механизмы реализации занятости населения региона

Болатова Ботакоз Жумабековна, PhD., старший преподаватель;  
Нургалиева Шынар Токашевна, магистр, старший преподаватель;  
Шакеева Джамилия Турегалиевна, магистр, старший преподаватель  
Актюбинский государственный региональный университет имени К. Жубанова

В условиях реформирования экономики актуальным является вопрос реформирования трудовых отношений, совершенствование политики занятости. Проблемы занятости населения тесно взаимосвязаны с социальными и экономическими проблемами, стоящими перед обществом и имеет прямые связи с разрабатываемыми в последние годы республиканскими и региональными программами по борьбе с бедностью и безработицей, концепцией социальной защиты населения Республики Казахстан.

Государственная долгосрочная программа занятости рассчитана до 2020 года. Но уже сегодня она успешно реализуется, так как выбраны наиболее оптимальные для казахстанского рынка труда механизмы реализации занятости.

Во-первых, программа обеспечивается за счет развития инфраструктуры и жилищно-коммунального хозяйства. Во-вторых, создаются рабочие места путем развития предпринимательства и опорных сел. В третьих, проводится обучение соискателей и оказывается содействие в их трудоустройстве. Кроме того вблизи вновь открываемых производств строится жилье. Оно предоставляется участникам программы на льготных условиях.

В Казахстане вопросам занятости уделяется особое внимание, всесторонне изучен мировой опыт. Независимые эксперты, а также сотрудники профильного ведомства на постоянной основе отслеживают актуальные тенденции и проблемы на мировом рынке труда. [1]

Достижение высокого уровня занятости — одна из основных задач экономической политики Актюбинской области. В рост трудоустройства будут интегрированы ранее принятые программы по развитию предпринимательства и поддержке бизнеса, в рамках которых разработаны механизмы выделения бюджетных средств, где наблюдается высокий процент безработных граждан и людей с низкими доходами.

Программа Дорожная Карта Занятости 2020 будет основным инструментом поддержания занятости и устранения имеющихся диспропорций, которая позволяет решить вопрос о трудоустройстве каждого гражданина.

В рамках Программы ДКЗ 2020 будут финансироваться мероприятия по обучению, переобучению и содействию в трудоустройстве, развитию предпринимательства через обучение бизнес-навыкам и предоставление микро-

кредитов, обеспечение мобильности трудовых ресурсов, а также по обеспечению занятости населения путем реализации инфраструктурных проектов в сельских населенных пунктах со средним или высоким потенциалом социально-экономического развития. [2]

Открытие новых и расширение действующих производств, развитие малого и среднего бизнеса города позволило в 2014 году создать 9369 новых рабочих мест, или 100 % к соответствующему уровню прошлого периода, план 2014 года выполнен на 105 %.

В течение 2014 года проведено 13 городских ярмарок вакансий, в которых приняли участие 256 организаций города. По итогам года на предоставленные вакансии принято 574 человека.

В целях обеспечения занятости безработных и нуждающихся в социальной поддержке на 1 января 2015 года рабочими местами обеспечены 4447 безработных, из них на постоянную работу трудоустроены 3912 человек и на общественную — 535 человек.

Уровень фиксированной безработицы на 1 января 2015 года составил 0,2 %. Для реализации программы «Дорожная карта занятости-2020» на 2014 год из республиканского бюджета было выделено 120,8 млн тенге. По первому направлению данной программы в 2014 году реализованы 14 инфраструктурных проектов, трудоустроено — 175 человек, или 102 %. По второму направлению программы на 1 января 2015 года обучено основам предпринимательства 20 человек, 13 участникам выданы микрокредиты на сумму 30 млн тенге. [3] По третьему направлению программы «Содействие в трудоустройстве через обучение и переселение в рамках потребностей работодателя» на 1 января 2015 года:

— при плане 200 человек оказано содействие в трудоустройстве на социальные рабочие места 339 человек, или 170 %. Из 411 участников, завершивших работу на социальных рабочих местах, на постоянную работу трудоустроено 308 человек, или 75 %.

— при плане 400 человек направлено на молодежную практику 490 безработных выпускников, или 122 % от плана. Из 573 человек, завершивших молодежную практику, на постоянную работу трудоустроено 510 человек, или 89 %. [3]



В 2014 году на подготовку по специальностям повар, кондитер, контролер-кассир, оператор котельной, электромонтажник, газосварщик направлено 65 человек, из них на профессиональное обучение — 30 человек, на переподготовку — 30 человек, на повышение квалификации — 5 человек. С начала года профподготовку завершили 226 участников, из них на 1 января 2015 года трудоустроено 168 человек, или 74 %.

Государственная адресная социальная помощь в 2014 году была назначена 39 малообеспеченным семьям в количестве 155 человек на сумму 3,7 млн тенге.

Пособия семьям, имеющим детей до 18 лет, в 2014 году было назначено для 1458 семей (3765 детей) на сумму 47,8 млн тенге. По сравнению с прошлым годом количество малообеспеченных семей снизилось, так как ведется работа по трудоустройству, обучению и переобучению трудоспособных лиц.

#### Литература:

1. Анализ рынка труда РК: наиболее дефицитными становятся технические профессии <http://www.primeminister.kz>
2. Прогноз социально-экономического развития Актюбинской области на 2014–2018 годы
3. Тезисы отчетного доклада акима города Актобе Е. Умарова перед населением «Итоги социально-экономического развития города Актобе за 2014 год и задачи на 2015 год» <http://akimataktobe.gov.kz>

## Анализ состояния управленческого персонала профессиональных образовательных организаций

Тарасенко Владимир Владимирович, кандидат педагогических наук, доцент  
Оренбургский государственный педагогический университет

*В статье рассмотрена структура управленческого персонала профессиональных образовательных организаций Российской Федерации. Проведен анализ социально-демографического и профессионального портрета управленческого персонала профессиональных образовательных организаций. Выявлены проблемы и определены направления системы развития управленческого персонала профессиональных образовательных организаций.*

**Ключевые слова:** система профессионального образования, профессиональная образовательная организация, социально-демографический и профессиональный портрет управленческого персонала, система развития управленческого персонала профессиональных образовательных организаций.

В современных социально-экономических условиях конкурентные преимущества организации и национальной экономики в целом во многом зависят от уровня профессиональной компетентности специалистов, формирующейся в процессе институционального (получаемого в образовательной организации) и неинституционального (например, дистанционное обучение, самообразование) образования. Не вызывает сомнений, что ведущая роль в подготовке специалистов, отвечающих возрастающим требованиям рынка труда, отводится системе профессионального образования.

В условиях современного социально-экономического заказа профессиональные образовательные организации

Проводится систематическая работа с инвалидами, численность которых в настоящее время составляет в городе 10099 человек.

В прошлом году в регионе утверждена Карта занятости лиц с ограниченными возможностями на 2014 год. По итогам 2014 года трудоустроены 335 инвалидов, что составляет 76 % от плана.

С целью адаптации и реабилитации инвалидов в современных условиях на постоянные рабочие места трудоустроены 221 инвалид, на общественные работы направлены 49 инвалидов, в рамках программы «Дорожная карта занятости-2020» направлены на молодежную практику 9 инвалидов, на социальные рабочие места — 28, по первому направлению программы на ремонтные работы направлены 8 инвалидов, 20 инвалидов трудоустроились на постоянные рабочие места при первичном обращении без мер государственной поддержки.

призваны обеспечить соответствие требованиям федерального государственного образовательного стандарта (стандартов) для подготовки специалистов с актуальным уровнем профессиональной компетентности, а также решать задачу по созданию эффективных механизмов, позволяющих сформировать устойчивые связи между работодателями и выпускниками учебных заведений, включая прогноз потребности в специалистах, формирование открытых и доступных информационных ресурсов, отражающих реальное состояние рынка труда [1, 4].

При возрастающей роли профессионального образования в развитии национальной экономики изменяются права и обязанности управленческого персонала

профессиональной образовательной организации. Актуализируются способности руководителя по выявлению и привлечению максимального количества ресурсов (кадровых, финансовых, материально-технических, информационных) в соответствии со стратегией развития образовательной организации, а также по оптимизации их использования. В этой ситуации от профессиональной компетентности руководителя, от его способности и готовности грамотно осуществлять функции управления (планирование, организация, мотивация, контроль, коммуникация и принятие решения) будет зависеть степень эффективности и результативности функционирования системы образования по подготовке квалифицированных кадров, соответствующих современным требованиям рынка труда [3].

Рассмотрим социально-демографический и профессиональный портрет управленческого персонала профессиональных образовательных организаций Российской Федерации, выявим его сильные и слабые стороны. Характеристику управленческого персонала проведем на основе официальной базы данных Министерства образования и науки Российской Федерации.

На начало 2014–2015 уч. года в России количество управленческого персонала профессиональных образовательных организаций составило 17694 руководителей (3505 директоров и 14189 заместителей директора). Большая часть руководителей работает в образовательных организациях Центрального и Приволжского федеральных округов, меньшая — в Крымском и Дальневосточном федеральных округах (рис. 1).

Управленческий персонал профессиональных образовательных организаций, как правило, представлен женщинами-руководителями (62,8%). При этом в должности директора чаще работают мужчины-руководители (57,4%), заместители директора — преимущественно женщины (67,8%).

Максимальная доля женщин-руководителей работает в профессиональных образовательных организациях Дальневосточного (69,5%) и Сибирского (66,3%) федеральных округов, минимальное значение показателя — в Северо-Кавказском (51,6%) и Центральном федеральных округах (60,8%) (рис. 2).

Доля женщин-руководителей в России существенно выше, чем в зарубежных образовательных организациях, где по результатам Международного исследования по вопросам преподавания и обучения» TALIS (Teaching and Learning International Survey) руководителей-женщин в среднем — 49,8%. Например, в Японии доля женщин составляет только 6%, в Южной Корее — 13,3%, в Австралии — 38,6%, в Финляндии — 40,6%. Это свидетельствует о том, что в России социальный лифт для женщин-руководителей образовательных организаций работает эффективнее.

Средний возраст управленческого персонала профессиональной образовательной организации составляет 52 года, вместе с тем, сохраняется высокая доля руководителей пенсионного возраста (26,25%) при одновременно низкой доле молодых руководителей до 35 лет (8,41%) (таблица 1), что объясняется востребованностью учредителей в управленческом персонале, подтвердившем на протяжении многих лет эффективный менеджмент, а также нежеланием части руководителей пенсионного возраста снижать уровень материального и социального положения в связи с выходом на пенсию. Между тем, результаты международного исследования TALIS показали, что у 90% руководителей образовательных организаций пенсионного возраста отмечается высокий уровень удовлетворенности результатами работы, что негативно может сказываться на реализации стратегии управления организацией в режиме развития, требующей систематического выявления разрывов между желаемым и действительным состоянием учебного



Рис. 1. Распределение управленческого персонала профессиональных образовательных организаций по федеральным округам, (чел.)

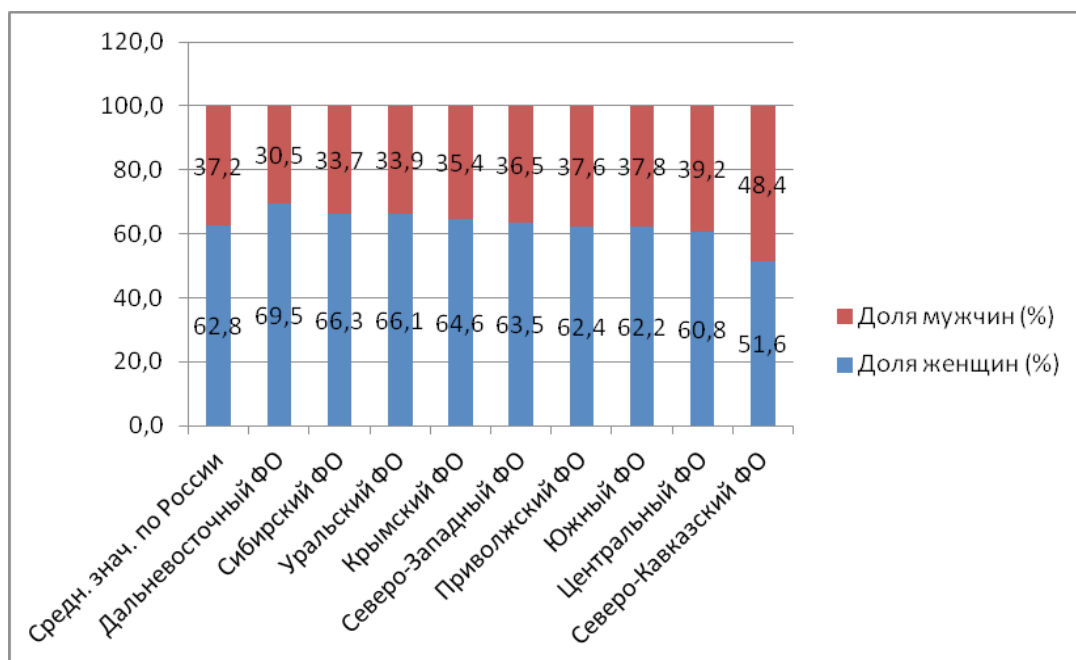


Рис. 2. Распределение управленческого персонала профессиональных образовательных организаций по гендерному признаку, (%)

заведения с целью проведения необходимых организационных изменений.

В российской системе профессионального образования управленческий персонал обладает большим стажем работы в должности руководителя: более 20 лет имеют 70,18% руководителей, от 10 до 20 лет — 22,95%, доля начинающих руководителей со стажем до 5 лет незначительна и составляет 2,31% (таблица 2).

Распределение управленческого персонала профессиональных образовательных организаций по стажу еще раз

подтверждает востребованность учредителей в руководителях с большим управленческим опытом работы и говорит о низком уровне текучести управленческого персонала, что имеет как положительные (высокий уровень управленческой компетентности), так и отрицательные (например, профессиональное выгорание) последствия.

Доля руководителей профессиональных образовательных организаций с высшим образованием составляет 94,7%, в том числе высшее педагогическое образование имеют 47,37% руководителей. Максимальная доля руко-

Таблица 1

Распределение управленческого персонала профессиональных образовательных организаций по возрасту

Критерий	всего	Возраст (лет)				
		менее 25	25–34	35–44	45–55/60	пенсионеры
Управленческий персонал (чел.)	17694	45	1445	4427	7133	4644
Управленческий персонал (%)	100	0,25	8,16	25,02	40,32	26,25

Таблица 2

Распределение управленческого персонала профессиональных образовательных организаций по стажу

Критерий	Всего	Стаж работы					
		до 3 лет	от 3 до 5 лет	от 5 до 10 лет	от 10 до 15 лет	от 15 до 20 лет	20 лет и более
Управленческий персонал (чел.)	17694	204	206	805	1634	2428	12417
Управленческий персонал (%)	100	1,15	1,16	4,55	9,23	13,72	70,18

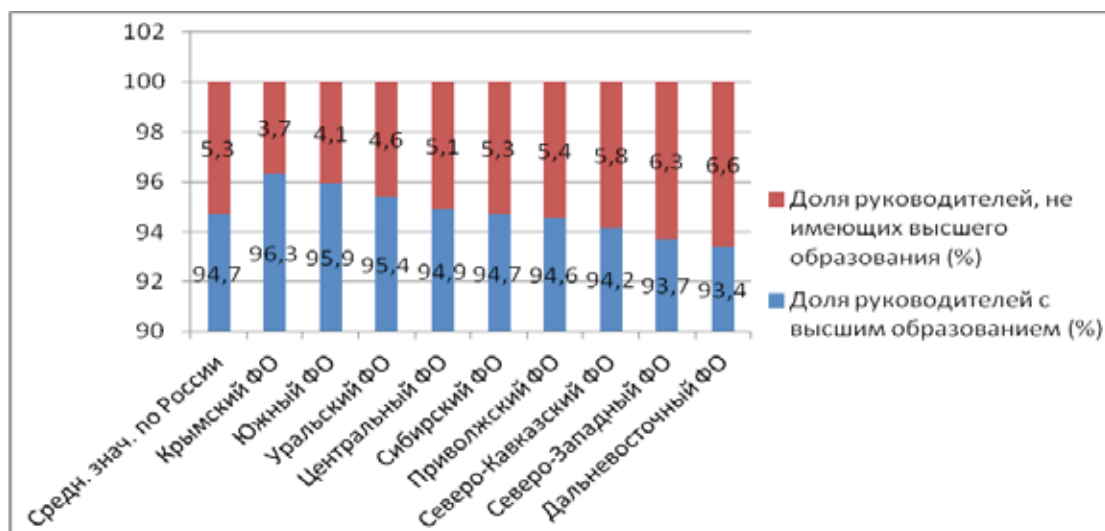


Рис. 3. Распределение управленческого персонала профессиональных образовательных организаций по наличию высшего образования, (%)

водителей с высшим образованием в Крымском (96,3%) и Южном (95,9%) федеральных округах, минимальное значение показателя — в Дальневосточном (93,4%) и Северо-Западном (по 93,7%) федеральных округах (рис. 3).

Следует отметить, что в ряде территорий доля руководителей без высшего образования доходит до критического уровня, превышая среднероссийские значения в несколько раз: например, в Магаданской области доля таких руководителей составляет 22,7%, Чукотском автономном округе — 14,8%, Кабардино-Балкарской республике — 13,4%, республике Северная Осетия-Алания — 13,3%.

Более половины руководителей российских профессиональных образовательных организаций (51,2%) прошли аттестацию на соответствие занимаемой должности руководителя. В том числе, аттестованы на высшую квалификационную категорию 37,9% руководителей, на первую

квалификационную категорию — 10,9% руководителей. В ходе исследования также выявлено и отсутствие квалификационной категории у 51,2% руководителей профессиональных образовательных организаций, что грубо нарушает требования Единого квалификационного справочника и Профессионального стандарта руководителя образовательной организации. Максимальная доля руководителей образовательных организаций, не прошедших аттестацию на соответствие занимаемой должности, в Южном и Уральском федеральных округах; минимальное значение показателя — в Крымском федеральном округе (рис. 4). В разрезе по субъектам Российской Федерации — максимальная доля неаттестованных руководителей: на Камчатском крае (75,9%), в Новгородской области (73,6%), Краснодарском крае (71,5%), Томской области (69,9%). При этом, в лучшей степени

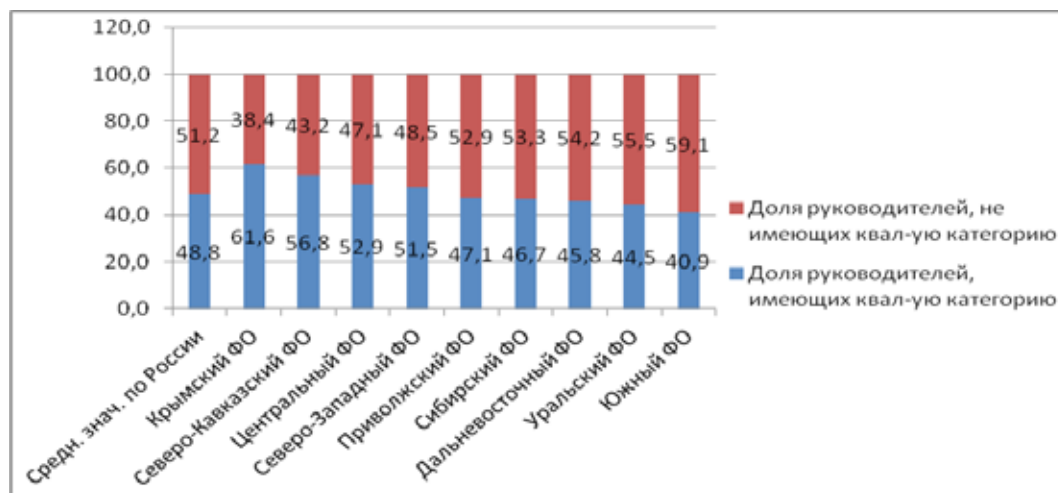


Рис. 4. Распределение управленческого персонала профессиональных образовательных организаций по наличию квалификационной категории, (%)

организована работа с аттестацией управленческого персонала — в Ненецком (100%) и Чукотском (88,9%) автономных округах, Брянской (79,7%) и Белгородской (77,3%) областях.

Результаты проводимых международных исследований TALIS показали, что российские руководители образовательных организаций тратят на административную работу в среднем 53% своего времени, что выше аналогичного показателя у их зарубежных коллег (41%). Такой объем административной нагрузки эксперты считают высоким [2].

Таким образом, в ходе исследования социально-демографического и профессионального портрета управленческого персонала профессиональных образовательных организаций выявлено ряд проблем, заключающихся в высокой доле руководителей пенсионного возраста с большим стажем работы и одновременно низкой доле молодых руководителей (как директоров, так и заместителей директора) до 35 лет, что свидетельствует об отсутствии системной работы с кадровым резервом и планомерным продвижением специалистов по карьерной лестнице; в отсутствии у 5,3% руководителей высшего

образования и у 51,2% руководителей квалификационной категории, что грубо нарушает требования Единого квалификационного справочника и Профессионального стандарта руководителя образовательной организации; в большом объеме времени, затрачиваемом управленческим персоналом на административную работу по сравнению с их зарубежными коллегами, что свидетельствует о затруднениях в реализации управленческих функций, вызванных, на наш взгляд, отсутствием у руководителей базового менеджерского образования.

На основе выявленных проблем можно сделать вывод об отсутствии системы развития управленческого персонала профессиональных образовательных организаций в Российской Федерации. В связи с этим, считаем необходимым продолжить исследовательскую работу по проектированию данной системы с целью обеспечения планомерного развития руководителей, способных управлять профессиональными образовательными организациями в режиме развития и обеспечивать необходимый комплекс условий для подготовки жизнеспособных и конкурентоспособных на рынке труда специалистов.

#### *Литература:*

1. Государственная программа «Развитие образования» на 2013—2020 годы, утвержденная Распоряжением Правительства РФ от 15 мая 2013 года № 792-р.
2. Кибанов, А.Я. Управление персоналом: Учебник [Текст]/А.Я. Кибанов, Л.В. Ивановская, Е.А. Митрофанова. — М.: Изд-во ИЦ РИОР, 2010. — 288 с.
3. Тарасенко, В.В. Социально-демографические проблемы управленческого персонала общеобразовательных организаций/В.В. Тарасенко. — Молодой ученый: Международный научный журнал. — Казань: ООО «Издательство Молодой ученый», 2016. Том 7 № 6. — с. 561—565
4. Федеральный закон от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации».



## 14. ЭКОНОМИКА И ОРГАНИЗАЦИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ, УПРАВЛЕНИЕ ПРЕДПРИЯТИЕМ

### Необходимость проведения деловой оценки персонала как фактор влияния на эффективность работы предприятия

Алфёрова Дарья Сергеевна, студент;

Васильева Софья Сергеевна, студент

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса, филиал в г. Находке

Для современных предприятий грамотные и квалифицированные кадры являются потенциальным капиталом, который в последующем повысит и разовьёт предприятие по показателям его эффективного функционирования.

Самым проверенным методом определения квалификации персонала чаще всего выступает показатель соответствия персонала выполняемым функциям и занимаемой должности. [2, с. 18].

Деловая оценка персонала — это чётко выверенная процедура установления соответствия качественных характеристик персонала требованиям должности или рабочего места.

Кроме того, деловая оценка персонала выступает фактором диагностики работающих и соответствия ими количественным и качественным характеристикам в соответствии с выполняемой работой и занимаемой должностью.

В случае если оценка направлена на выявление социально-психологического климата, уровня корпоративной культуры, следованию миссии организации, то она может проводиться не в соответствии с нормами и требованиями законодательства [1, с. 40].

Но если оценка проводится на предмет соответствия требованиям рабочего места, и по ее результатам могут измениться условия труда оцениваемых, то процесс оценки должен проводиться в строгом соответствии с требованиями законодательства.

Стоит сказать, что процесс оценки персонала организации должен производиться с завидной периодичностью, по той простой причине, что сотрудникам необходимо демонстрировать их достижения и качественные показатели в работе, для того чтобы позднее эти показатели были оправданными или оценочными.

Основополагающая роль в данном случае принадлежит специалистам по управлению персоналом, менеджерам, в целом руководителям различного ранга.

Цель любой организации — это выполнение миссии на неё возложенной. Чаще всего это фактор достижения цели, стоящей перед ней. При чём фактор достижения по-

зволяет судить о том, насколько эффективно используются находящиеся в ее распоряжении ресурсы.

Если показатели прибыли и рентабельности деятельности организации позволяют оценить эффективность работы предприятия в целом, то немаловажное влияние на этот процесс оказывают и сотрудники организации.

Неоспоримо, что не все работники организации одинаково ответственно относятся к своим должностным обязанностям. Для любого предприятия характерны и свои передовики, и аутсайдеры. И именно процесс оценки персонала позволяет провести заданную дифференциацию и выявить тип работника и его эффективность [4, с. 30].

Конечно же, обозначенные положительные стороны не могут быть реализованы в организации с момента внедрения, их формирование происходит постепенно. Данный факт объясняется следующими причинами.

Понятие системы оценки персонала прежде всего должно быть правдиво и объективно для того чтобы оценить фактическую работу сотрудников.

Чтобы придать объективность данному процессу — он должен быть максимально открыт и понятен для сотрудников.

Далее, результаты оценки не должны быть достоянием всех работников организации, результаты могут знать только ограниченный круг лиц: сотрудник, руководитель, специалист отдела по работе с человеческими ресурсами. Данное правило необходимо соблюдать во избежание преследования сотрудника со стороны коллег и чтобы сотрудник мог самостоятельно устранить недостатки [3, с. 18].

Если же сотрудники приняли такую систему оценки и активно в ней присутствуют, то стоит говорить об эффективности этой системы.

Очень часто предприятия производят систему оптимизации персонала, и осуществляется это за счёт:

- универсифицированности системы оценки;
- установления стандартов и норм оценки;
- выбора методов оценки.

Если обратить внимание на всю сложность создания системы оценки, то по объективным факторам сделать это достаточно сложно. В связи с этими обстоятельствами сегодня используют ряд систем оценки персонала, каждая из которых имеет свои достоинства и недостатки.

При проведении системы персонала необходимо обратить внимание на такие показатели как система критериев, методов и задач.

К слову, необходимо включать критериальный подход при определении видов и оценки персонала.

Исходя из существующей практики, принято выделять следующие виды:

- системную оценку, которая производится через предписание и определение всех методов и факторов оценки;

- бессистемную оценку, при которой оценивающему лицу предоставляется выбор способа измерения оценки, процесса оценки, критериев оценки.

Определим цели оценки персонала:

- прежде всего, это совершенствование качества управления организации и предприятия;

- наличие единства в методе управления;

- более эффективное использование человеческого потенциала, который может и должен быть использован на благо компании;

- формирование и поддержание здорового морально-психологического климата в коллективе. Здесь срабатывает фактор того, что негласная система оценки влияет на формирование качественного климата среди сотрудников [5, с. 38].

- повышение производительности, так как персональные оценки — стимул для оцениваемых. Если пер-

сонал правильно оценен, то возрастает и производительность труда.

При оценке персонала основными задачами выступают:

- наличие управленческого воздействия, при наличии которого можно указать сотруднику на его место в компании и на должность, которая соответствует его профессиональным качествам;

- наличие границ вознаграждения, потому что если объективно оценена работа сотрудника, то и заработная плата выплачивается соответствующая;

- возможность развить персонал с позиции соответствующих ожиданиям форм поощрения и содействия карьерному росту;

- рациональность при использовании сотрудника, так как такая оценка более чем обязательная в вопросе занятия рабочего места и так же карьерного роста;

- трудовая мотивация, так как она — импульс к сознательной деятельности сотрудников, направленной на повышение достижений.

Так же, оценка персонала поможет в решении таких важных задач, как:

- установление обратной связи с сотрудником по организационным, профессиональным и иным вопросам;

- удовлетворение потребности сотрудника в оценке его труда и качественных характеристик.

Необходимость грамотного управления людьми, являющимися одним из основных ресурсов современных предприятий, становится все более актуальной, поскольку качество и конкурентоспособность выпускаемой продукции или предоставляемых услуг определяются в большей степени высококвалифицированным трудом.

#### Литература:

1. Вардянин, И. Предложения по совершенствованию системы нематериального стимулирования // Управление персоналом. — 2011. — № 4. — с. 34–42.
2. Веснин, В.Р. Управление организационными процессами // Менеджмент для всех / В.Р. Веснин. — М.: Юрист, 2013. — Разд. 2. — с. 31.
3. Виханский, О.С. Стратегическое планирование организации // Менеджмент: человек, стратегия, организация, процесс / О.С. Виханский. — М.: Московский государственный университет, 2012. — Разд. 4. — с. 29.
4. Травин, В.В. Система подбора кадров // Основные принципы кадрового менеджмента // В.В. Травин. — М.: Дело, 2014. — Гл. 8. — с. 29–44.
5. Холлинг, Х. Оценка профессиональной деятельности / Х. Холлинг // Иностранная психология. — 2013. — № 5. — с. 32–39.

## Некоторые аспекты внедрения процессного подхода к управлению на промышленном предприятии

Константинова Ирина Викторовна, кандидат экономических наук, доцент;

Чукалина Галина Михайловна, аспирант

Рязанский государственный радиотехнический университет

*В статье представлены основные проблемные зоны при внедрении процессного управления на предприятиях.*

**Ключевые слова:** процессный подход к управлению, бизнес-процесс, клиенты бизнес-процесса, декомпозиция бизнес-процессов на предприятии.

Процессный подход к управлению уже полвека является основой самых популярных систем управления на предприятии. Данный подход имеет и своих сторонников, и своих противников, однако и новый стандарт ISO 9001:2015 вновь базируется, как и в предыдущих версиях стандартов, на процессном подходе к управлению и бизнес-процессах как объектах данного управления. А значит, для внедрения системы менеджмента качества на предприятии необходимо обязательное представление предприятия как совокупности бизнес-процессов. Как показывает практика, сценарий развития ситуации на предприятии при внедрении процессного подхода может иметь, как минимум, три различных по своей результативности варианта:

1. успешное внедрение процессного подхода, когда все предприятие представлено как система (архитектура) бизнес-процессов, прозрачная для понимания целей управления. В рамках данного сценария предполагается построение всей системы оценки эффективности и результативности деятельности на основе оценки себестоимости и прибыльности функционирования процессов на предприятии;

2. формальное внедрение процессного подхода с целью сертификации в системе менеджмента качества. При таком подходе к внедрению можно выделить следующие проблемные места. Во-первых, существующая формально совокупность бизнес-процессов не всегда позволяет выделить проблемные зоны предприятия или возможные направления совершенствования. Во-вторых, использовать выделенные формально бизнес-процессы для построения системы стратегического управления и принятия обоснованных управленческих решений не представляется возможным. В-третьих, не позволяет сформировать эффективную систему учета затрат для целей контроля и регулирования деятельности предприятия. И самое главное, затраты на внедрение процессного подхода в таком сценарии не приносят результата в достижении конкурентных преимуществ на отраслевом рынке;

3. предприятие имеет потенциал развития и для его реализации выбирает процессный подход к управлению. Но при практическом внедрении процессного подхода на предприятии возникают сложности при идентификации бизнес-процессов и построении архитектуры бизнес-процессов предприятия из-за многообразия терминологических трактовок.

В результате получаются проекты организационных усовершенствований, которые завершаются неудачей, а инвестиции в развитие компании не дают отдачи. Во многих случаях причина неудач состоит в том, что «не туда» инвестировали и «не то» улучшали. В этом свете искусство нахождения точки приложения управленческих усилий выглядит решающим фактором повышения результативности и эффективности компаний.

Цель данной статьи — прояснить ключевые аспекты идентификации бизнес-процессов и применения их на практике. И первой проблемой, с которой можно столкнуться при идентификации бизнес-процессов на предприятии является многообразие трактовок понятия «бизнес-процесс». Годы исследований бизнес-процессов и опыт применения на практике показали, что частой ошибкой является то, что бизнес-процессом называют практически любую операцию на предприятии.

По большому счету технология и бизнес-процесс во многом имеют общие черты. Понятие технологического процесса возникло в условиях индустриальной экономики и ориентировано, главным образом, на производство. Общепринятая трактовка технологического процесса — это часть производственного процесса, содержащая целенаправленные действия по изменению и (или) определению состояния предмета труда. Технологические процессы состоят из технологических (рабочих) операций.

Понятие бизнес-процесса возникло на западе в условиях постиндустриальной экономики, пришло к нам из Запада и рассматривается в первую очередь как управленческая технология, ориентированная на клиента. Но технологический процесс и бизнес-процесс можно разделить на отдельные элементарные операции. Главная ориентация бизнес-процесса это ориентация на потребности клиента, поиск возможностей быстрого реагирования на изменения для поддержания конкурентного преимущества или создания нового конкурентного преимущества. Главная ориентация технологического процесса — это процесс преобразования предмета труда в продукт труда и сосредоточения на внутренних возможностях осуществления операций.

В связи с этим вопрос выделения бизнес-процессов и определение необходимого уровня их декомпозиции играет очень важную роль при внедрении процессного

подхода к управлению на предприятиях любой сферы деятельности.

Применение процессного подхода обеспечивает стабильность и отражает цикличность деятельности предприятия. Поэтому архитектура бизнес-процессов должна быть выстроена таким образом, чтобы не нарушить данные правила.

Для внедрения методики процессного подхода в управлении за основу возьмем следующие этапы и проведем их критический анализ [2]:

- создание сети бизнес-процессов;
- определение владельцев бизнес-процессов;
- моделирование (описания) бизнес-процессов;
- регламентации бизнес-процессов;
- управление бизнес-процессами на основе цикла PDCA;
- аудита бизнес-процессов.

Для целей создания сети (архитектуры) бизнес-процессов необходимым этапом является декомпозиция бизнес-процессов. Можно выделить горизонтальную и вертикальную декомпозицию.

Наиболее распространенная классификация бизнес-процессов на внешние и внутренние бизнес-процессы может быть использована как критерий для горизонтальной декомпозиции [1]:

- внешние или сквозные процессы, проходящие через всю организацию, потребителем выхода которого является конечный потребитель;
- внутренний процесс или подпроцесс ориентирован на внутреннего потребителя, может быть представлен как самостоятельный этап в рамках сквозного бизнес-процесса;

— операции, которые могут выполняться одним человеком или группой людей в рамках процесса.

Для вертикальной декомпозиции бизнес-процессов можем использовать классификацию процессов по уровню подробности рассмотрения:

- верхнего уровня;
- детальные;
- элементарные (операции, не требующие более детального описания).

В зависимости от специфики деятельности предприятия и уровней подчиненности и организационной структуре, можно использовать или горизонтальную декомпозицию, или вертикальную декомпозицию. Если на предприятии представлена сложная система подчинения сотрудников, то обязательно использование вертикальной декомпозиции при построении сети бизнес-процессов. В зависимости от поставленных задач на предприятии может использоваться сеть процессов, основанная и на горизонтальной, и на вертикальной декомпозиции одновременно.

Процессный подход как управленческая технология предполагает определение владельцев и клиентов бизнес-процессов. Процесс определения владельцев бизнес-процессов и моделирование бизнес-процессов предприятия необходимо осуществлять не последовательно, а параллельно. Выявление владельцев процессов позволяет идентифицировать управляющую, основную технологическую и вспомогательную подсистему в рамках осуществления бизнес-процессов. Данный анализ является неотъемлемой частью моделирования бизнес-процессов предприятия (см. рис. 1.).

Таким образом, получаем следующую схему внедрения бизнес-процессов на предприятии:



Рис. 1. Схема внедрения процессного подхода на предприятии

1 этап. Формирование архитектуры бизнес-процессов предприятия:

- горизонтальная и вертикальная декомпозиция бизнес-процессов;
- определение владельцев и моделирование бизнес-процессов.

2 этап. Управление бизнес-процессами на основе цикла PDCA:

- регламентация бизнес-процессов;
- внедрение системы постоянного совершенствования системы бизнес-процессов на базе цикла PDCA.

Такой подход к внедрению процессного подхода к управлению позволяет еще на начальном этапе идентифицировать бизнес-процесс и технологический процесс. Проведенная горизонтальная и вертикальная декомпозиция бизнес-про-

цессов отражает деятельность предприятия как функционирование сети бизнес-процессов предприятия с обязательным выделением владельцев данных бизнес-процессов. Выделение владельцев бизнес-процессов является одним из этапов моделирования процессной архитектуры предприятия. И только после осуществления данных этапов можно приступить к регламентации бизнес-процессов.

Однако внедрение процессного подхода — только первый шаг к новому стилю в управлении предприятием. На основе принципа PDCA необходимо постоянное сканирование эффективности осуществления бизнес-процессов и необходимости их постоянного улучшения. Только система непрерывного улучшения созданной сети бизнес-процессов позволит предприятию сохранять конкурентную позицию на отраслевом рынке.

#### Литература:

1. Репин, В. В., Елиферов В. Г. Процессный подход к управлению. Моделирование бизнес-процессов. — М.: Манн, Иванов и Фербер, 2013. — 544 с.
2. Зенченко, И. В. Процессный подход к управлению заказами на предприятиях машиностроения: диссертация кандидата экономических наук: 08.00.05/Зенченко Ирина Владимировна; [Место защиты: Оренбург. гос. ун-т]. — Оренбург, 2011. — 180 с.

## Применение методов фактического контроля при проверке расчетов коммерческих организаций

Котельник Юлия Самедовна, магистрант  
Керченский государственный морской технологический университет

Самый распространенный метод фактического контроля — инвентаризация, с помощью которой не только осуществляется контроль за сохранностью собственности организации, но и обеспечивается достоверность фактических данных.

Порядок инвентаризации имущества и финансовых обязательств юридических лиц (кроме банков) и организаций, которые финансируются за счет средств бюджета, определяется Методическими указаниями по инвентаризации имущества и финансовых обязательств (приказ Минфина России от 13 июня 1995 г. № 49 [5]).

Инвентаризация расчетов является частью обязательной инвентаризации имущества и обязательств, которая проводится перед составлением годовой отчетности в независимости от организационно-правовой формы и применяемых на предприятии налоговых режимов. Инвентаризация расчетов является наиболее сложным и проблемным вопросом в современных условиях.

Инвентаризация расчетов включает проверку расчетов:

- с покупателями;
- с поставщиками;
- с банками по займам (кредитам);

- с бюджетом по налогам и сборам и внебюджетными фондами по страховым взносам;
- работниками, в том числе подотчетными лицами;
- другими дебиторами и кредиторами.

Предлагаем семь правил, которым в обязательном порядке надо следовать при проведении инвентаризации расчетов и при отражении ее результатов в бухгалтерском учете.

#### Правило первое. Создать специальную комиссию.

Инвентаризацию проводит специально созданная комиссия, состав которой утверждается руководителем в обязательном порядке. В состав инвентаризационной комиссии могут входить: представители администрации организации, работники бухгалтерии, другие специалисты (экономисты, инженеры и другие). Следует обратить особое внимание на важные аспекты данного правила, такие как:

1. В состав инвентаризационной комиссии не могут входить материально-ответственные лица, но они в обязательном порядке должны присутствовать при ее проведении.
2. Ни один из членов комиссии не должен отсутствовать во время проведения инвентаризации, в обратном



случае, что все результаты могут быть признаны недействительными.

Также важно знать другие случаи обязательного проведения инвентаризации расчетов:

- ликвидация или реорганизация организации;
- смена руководителя организации;
- имущество подлежит выкупу или передается в аренду;
- выявление факта хищения, порчи имущества, пожар и другое.

**Правило второе. Издать приказ руководителя.**

Приказ о проведении инвентаризации (либо другой распорядительный документ) является обязательным аспектом. Унифицированная форма приказа № ИНВ-22 утверждена Госкомстатом России (Постановление от 18.08.1998 г. № 88) И хотя с 1 января 2013 года с вступлением в силу Закона «О бухгалтерском учете» № 402-ФЗ [3] формы первичных учетных документов, содержащиеся в альбомах унифицированных форм первичной учетной документации, не являются обязательными к применению, большинство бухгалтеров предпочитают использовать именно эту форму приказа.

В приказе нужно обязательно отразить: состав инвентаризационной комиссии, причину и срок инвентаризации, объекты инвентаризации.

**Правило третье. Подготовка к проведению и непосредственно проведение инвентаризации расчетов.**

*Инвентаризации расчетов с покупателями и поставщиками.*

Инвентаризация расчетов с покупателями, заказчиками, с поставщиками и подрядчиками, а также с прочими дебиторами, кредиторами заключается в проверке сумм, которые числятся на счетах:

- 60 «Расчеты с поставщиками и подрядчиками»;
- 62 «Расчеты с покупателями и заказчиками»;
- 76 «Расчеты с разными дебиторами и кредиторами».

*Порядок проведения инвентаризации прочих расчетов.*

Обязательной инвентаризации в бухгалтерском учете подлежат расчеты, отражаемые на следующих счетах:

- 66 «Расчеты по краткосрочным кредитам и займам»;
- 67 «Расчеты по долгосрочным кредитам и займам»;
- 68 «Расчеты по налогам и сборам»;
- 69 «Расчеты по социальному страхованию и обеспечению»;
- 70 «Расчеты с персоналом по оплате труда»;
- 71 «Расчеты с подотчетными лицами»;
- 73 «Расчеты с персоналом по прочим операциям»;
- 76 «Расчеты с разными дебиторами и кредиторами».

**Правило четвертое. Занести полученные данные в инвентаризационные описи с приложением справок.**

Формы инвентаризационных описей (актов) можно разработать самостоятельно либо использовать формы представленные в приложениях к Методическим указаниям по инвентаризации имущества и обязательств № 34 н [4].

Результаты инвентаризации расчетов с покупателями и поставщиками, например, оформляются следующим образом. Сначала итоги проверки каждого дебитора и кредитора заносятся в справку, являющуюся приложением к акту по форме № ИНВ-17. В этой справке указываются:

- реквизиты каждого дебитора и кредитора организации;
- дата и причина возникновения задолженности;
- сумма задолженности.

Затем на основании этой справки составляется акт инвентаризации расчетов с покупателями, поставщиками и прочими дебиторами и кредиторами по форме № ИНВ-17. В нем отражаются:

- наименование организации дебитора (кредитора);
- счета бухгалтерского учета, на которых числится задолженность;
- суммы задолженности, согласованные и не согласованные с дебиторами (кредиторами);
- суммы задолженности, по которым истек срок исковой давности.

**Правило пятое. Полученные результаты сверить с данными бухгалтерского учета.**

Если в результате инвентаризации комиссия выявила отклонения, то оформляется сличительная ведомость, в которой отражаются эти отклонения. То есть сличительная ведомость необходима для отражения расхождений между данными инвентаризационных описей и данными бухгалтерского учета.

**Правило шестое. Отразить итоги инвентаризации расчетов в итоговой ведомости.**

Итоги проведенной инвентаризации расчетов обобщаются в ведомости учета результатов, выявленных инвентаризацией. Ведомость учета результатов можно организацией разработать самостоятельно, либо воспользоваться унифицированной формой № ИНВ-26 (утв. Постановлением Госкомстата России от 27.03.2000 г. № 26) [2], в которой отражаются все выявленные недостатки, излишки и пр.

**Правило седьмое. Отразить результаты инвентаризации в бухучете.**

Расхождения между данными бухучета и фактическим наличием состояния расчетов в организации, выявленным в ходе инвентаризации, отражаются в бухгалтерском учете согласно «Положению о бухгалтерском учете и отчетности в РФ» (утв. Приказом Минфина РФ от 29.07.1998 г. № 34 н) (п. 5.1 Методических указаний) [4]

*Литература:*

1. Тепляков, А. Б. Все о расчетах организации. Гросс Медиа Росбух, 2009 г. — 312 с.

2. Формы первичных документов по учету результатов инвентаризации утверждены Госкомстатом России Постановлением от 27.03.2000 г. № 26.
3. Закон от 06.12.2011 г. № 402-ФЗ «О бухгалтерском учете».
4. Положение по бухучету, утвержденного приказом Минфина России от 29.07.1998 г. № 34 н.
5. Порядок проведения инвентаризации в Методических указаниях, утвержденный приказом Минфина России от 13.06.1995 г. № 49.

## Роль адаптации персонала в кадровой политики организации

Кудымова Марина Александровна, студент;

Жвик Екатерина Игоревна, студент

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса, филиал в г. Находке

**А**ктуальность вопроса адаптации и кадровой политики обусловлена тем фактом, что адаптация напрямую влияет на решение сотрудника — оставаться ли на данной работе или искать новое место трудовой деятельности. Кадровая политика в свою очередь напрямую влияет на процесс адаптации.

Адаптация представляет собой процесс изменения знакомства сотрудников с деятельностью и организацией и изменение собственного поведения в соответствии с требованиями среды.

Направление адаптационного процесса персонала призвано облегчать вхождение нового сотрудника в жизнь организации. Как показывает статистика 90% персонала увольняется в первый месяц пребывания на предприятии, так как не прошли процесс адаптации. [2, с. 233]

Обычно новички в организации сталкиваются со значительным числом трудностей, основная масса из которых являются отсутствие информации о порядке работы, месте расположения, особенности внутреннего распорядка.

Таким образом, адаптация персонала есть специальная процедура по введению нового сотрудника в деятельность организации, направленная на способствование снятию большого числа проблем, возникающих в ходе работы.

Кроме того, есть и особые способы по включению нового сотрудника в жизнь организации, которые способны существенно активизировать творческую направленность деятельности персонала и организации в целом.

Во многом, от того, насколько комфортно чувствует сотрудник себя в организации зависит и дальнейшее развитие организации, а также качество выполняемой работы, оказываемых услуг или выполняемых работ.

Таким образом, можно говорить о том, что процесс адаптации напрямую связан с потенциалом сотрудников организации, так как процесс принятия и внедрения сотрудника позволяет «раскрыть сотрудника» как личность.

Для руководителя вся информация, касающаяся вопроса организации деятельности в структурных подразделениях, представляется как сфера адаптации нового сотрудника и способна многое рассказать об уровне развития коллектива и степени его сплоченности и интеграции.

**Трудовая адаптация персонала** есть взаимная приспособляемость сотрудника организации, которая основана на постепенном включении сотрудника в функционирование организации с учетом новых для него профессиональных, психофизиологических, социально-психологических, организационно-административных, экономических, санитарно-гигиенических и бытовых условиях труда и отдыха.

В условиях функционирования рынка труда **возрастает и роль адаптации сотрудника**. При этом важно детально изучить опыт зарубежных компаний, которые уделяют значительную долю времени и затрат процессу адаптации новых сотрудников и в первую очередь молодых сотрудников. Именно данные категории персонала должны увидеть и почувствовать заботу в определенной степени со стороны управляющего персонала и руководителя в частности.

Чаще всего процесс **профессиональной адаптации** рассматривается как своего рода приобщение человека к труду в рамках определенной профессии, постепенное его включение в производственную деятельность, усвоения им условий и достижения нормативов эффективности труда.

В то же время нельзя оценивать процесс адаптации только как овладение специальностью.

Адаптация в широком смысле предусматривает такие направления как **приспособление сотрудника к социальным нормам поведения, которые приняты в коллективе**, установление отношений сотрудничества с коллективом, которые обеспечивают эффективность труда, удовлетворение материально-бытового и духовного развития сторон.

Цель адаптации персонала

— снижение стартовых издержек, пока сотрудник не знает новое рабочее место, он может работать менее эффективно, что в свою очередь требует дополнительной суммы затрат;

— снижение уровня озабоченности и неопределенности у нового сотрудника;

— сокращение уровня текучести кадров, так как если новый сотрудник чувствуют себя некомфортно на новом

месте и ненужными чувствует себя, то он может реагировать на это увольнением;

- экономия времени руководителя и сотрудника, так как работа, проводимая по программе, способствует экономии времени каждого из них;

- развитие позитивных отношений к работе в целом, удовлетворенности работой.

**Информационное обеспечение процесса адаптации** основывается на процессе сбора и оценке показателя уровня и длительности. Сбор и обработку информации рекомендуется проводить в рамках процедуры **текущей деловой оценки персонала**.

Для отечественных организаций главная проблема информационного обеспечения адаптации состоит в необходимости накопления нормативных показателей уровня и длительности адаптации.

Для руководителя информация о том, как организован в его подразделении процесс адаптации новых работников, может многое сказать о степени развития коллектива, уровне его сплоченности и внутренней интеграции.

Различают некоторые виды формы адаптации, приведем их ниже.

**Социальная адаптация** представляет собой процесс вживания сотрудника в социальную сферу деятельности и превращает ее в среду работы, что предполагает ряд этапов:

- внедрение;
- принятие и усвоение норм;
- активное отношение субъекта к среде.

**Производственная адаптация** есть процесс в котором сотрудник включается в новую для него производственную среду, усваивает всевозможные производственные условия, нормы трудовой деятельности, устанавливает и расширяет взаимосвязи между работником и производственной средой.

**Профессиональная адаптация** характеризует дополнительное освоение возможности, знания и навыка, а также формирование профессионального перечня качеств личности, положительного отношения к своей работе.

**Психофизиологическая адаптация** есть процесс приспособления к новой физической и психической нагрузке, физиологической системе труда.

**Социально-психологическая адаптация** включает в себя одновременно с освоением условий весь процесс социально-психологической адаптации к коллективу организации.

**Организационная адаптация** включает процесс знакомства сотрудника с особенностями организационного функционирования предприятия, местом своего подразделения и должности в общей системе целей и в организационной структуре. При данной адаптации у сотрудника должно сформироваться понимание собственной роли в производственном процессе.

**Также выделяют первичную и вторичную адаптацию.** **Первичная адаптация** — приспособление молодых кадров, не имеющих опыта профессиональной деятельности

(как правило, в данном случае речь идет о выпускниках учебных заведений). **Вторичная адаптация** — приспособление работников, имеющих опыт профессиональной деятельности (как правило, меняющих объект деятельности или профессиональную роль, например, при переходе в ранг руководителя).

На процесс адаптации оказывает прямое влияние кадровая политика организации, то есть генеральное направление всей работы с сотрудниками, которое отражает совокупность принципов, методов, набор правил и норм в области работы с персоналом, которые должны быть осознаны и определенным образом сформулированы.

Цель кадровой политики заключается в обеспечении оптимального соотношения процессов обновления и сохранения структуры и состава персонала в соответствии с потребностью самой организации.

Кадровая политика не всегда четко обозначена и представлена в виде документа, однако, независимо от степени выраженности, она существует в каждой организации.

**Формирование кадровой политики**

На формирование и развитие кадровой политики оказывают влияние внешние и внутренние факторы.

К факторам внешним можно отнести такие факторы, которые организация не в состоянии сама контролировать и изменять такие факторы, но в тоже время она должна учитывать для правильного определения все свои потребности в персонале и оптимальные источники покрытия таковой потребности. К внешним факторам можно отнести:

- ситуацию на рынке труда;
- тенденцию экономических приоритетов развития;
- научно-технический уровень прогресса;
- нормативно-правовую сферу деятельности.

Факторы внутренней среды есть это факторы, которые поддаются процессу контроля и управления воздействию со стороны организации. К таковым можно отнести:

- цель организаций;
- стили управления;
- кадровые потенциалы организации;
- стили руководства. [1]

Направления кадровой политики совпадают с направлениями кадровой работы в конкретной организации. Другими словами, направления кадровой политики конкретной организации соответствуют функциям системы управления персоналом, действующей в этой организации. В качестве примера рассмотрим характеристики основных направлений кадровой политики.

**Этапы выработки кадровой политики:**

- проведение анализа ситуации и подготовка прогнозов развития предприятия. Определение стратегических целей организации;
- разработка общих принципов кадровой политики, определение ключевых моментов и приоритетов;
- официальное утверждение кадровой политики организации;
- этап пропагандирования. Создание и поддержка системы продвижения кадровой информации. Информаци-

рование коллектива о разработанной кадровой политике и сбор мнений; [1]

— оценка финансовых ресурсов на осуществление выбранного типа стратегии — формулирование принципов распределения средств, обеспечение эффективной системы стимулирования труда;

— разработка плана оперативных мероприятий: планирование потребности в трудовых ресурсах, прогноз численности кадров, формирование структуры и штата, назначение, создание резерва, перемещение. Определение значимости мероприятий;

#### Литература:

1. Кадровая политика организации // Энциклопедия экономиста. URL: <http://www.grandars.ru/college/biznes/kadrovaya-politika-organizacii.html> (дата обращения: 21.03.2016).
2. Базарова, Т. Ю., Еремена Б. Л. Управление персоналом. —, 1999. — 532 с.

## Учет и контроль доходов и расходов в организациях, применяющих упрощенную систему налогообложения

Кузнецова Юлия Александровна, студент

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса, филиал в г. Находке

*Раскрываются особенности формирования дохода и расхода в организации, которая применяет упрощенную систему налогообложения. Раскрывается суть упрощенной системы налогообложения. Приводятся основные проблемные вопросы в области формирования дохода и расхода.*

**Ключевые слова:** доход, расход, организация, налогообложение, деятельность

Процесс формирования доходов расходов — актуален для любой организации, функционирующей на рынке товаров, работ или услуг. Контроль же расходов актуален даже для бюджетной сферы, которая не ставит цель получения прибыли.

Природа понятия доходов и расходов уникально для каждого предприятия, организации или фирмы.

Несмотря на то, что перечень доходов и расходов четко оговорен нормативно-законодательными актами РФ, все же вопрос формирования и состава расходов и доходов — особенная сфера для каждой организации.

С экономической точки зрения, доход представляет собой все полученные в ходе функционирования организации суммы от основной или прочей деятельности.

К расходам можно отнести все суммы понесенных затрат, которые связаны с основной или прочей деятельности организации. Сопоставление дохода и расхода по своим стоимостным оценкам дает право говорить о прибыли или убытке.

Общепризнано, что превышение дохода над расходом формирует прибыль, а превышение расхода над доходами позволяет говорить об убытке.

— реализация кадровых мероприятий: обеспечение программы развития, отбор и найм персонала, профориентация и адаптация сотрудников, формирование команд, профессиональная подготовка и повышение квалификации.

Обобщая все вышесказанное, можно говорить о том, что кадровая политика, как неотъемлемая часть деятельности любого предприятия способная оказывать прямое влияние на процесс подбора и управления персоналом. В то же время кадровая политика позволяет контролировать и совершенствовать процесс адаптации персонала к новым трудовым условиям.

Таким образом, вопрос формирования и контроль сумм дохода и расхода значим и лежит в основе формирования конечного финансового результата.

Относительно доходов и расходов можно сказать, что они подразделяются на две группы [3]:

- основные;
- прочие.

К основным как доходам, как и расходам относят только те, которые связаны с деятельностью, указанной в учредительных документах как «основная». К прочим относят поступление или выбытия средств, которые связаны с прочими, например — оказание дополнительных услуг, реализация неиспользуемого имущества, выплата или получение процентов и т. д.

Значимость и актуальность вопроса формирования финансового результата не требует доказательств. Финансовые результаты деятельности организации являются важными показателями ее экономической эффективности, на основе анализа которых как внутренними, так и внешними пользователями бухгалтерской информации принимаются управленческие решения.

Под финансовым результатом понимается прирост или уменьшение стоимости собственного капитала организации в результате хозяйственной деятельности организации за отчетный период.

Финансовый результат является результатом хозяйственной деятельности организации и выражается в виде прибыли или убытка, который определяется как разница между доходами и расходами организации.

Конечный финансовый результат в разных отраслях деятельности формируется по ряду правил.

В производственной деятельности выручка (нетто) от продажи продукции (за минусом налога на добавленную стоимость, акцизов, налога с продаж и аналогичных обязательных платежей) — себестоимость проданной продукции (по учетной цене, принятой по учетной политике) — получим валовую прибыль.

В торгово-закупочной деятельности. В оптовой торговле, снабженческо-сбытовой деятельности, розничной торговле и общественном питании — аналогично, как и в производственной деятельности [1].

Нужно иметь в виду, что: под выручкой (нетто) от продажи товаров понимается сумма оптового, снабженческо-сбытового, розничного оборота или оборота общепита; под себестоимостью — сумма реализованных товаров (продуктов в общепите) по покупной стоимости без НДС, уплаченного за них; под коммерческими расходами — расходы на продажу товаров (продуктов в общепите).

Конечный финансовый результат (прибыль или убыток), выявленный на основании бухгалтерского учета всех хозяйственных операций предприятия — это балансовая прибыль (убыток). Именно на этом этапе становится ясно, хорошо ли организация потрудились, увенчались ли успехом ее хозяйственные дела.

Стоит отметить, что определение доходов и расходов четко определено законодательством РФ, в частности определение и состав доходов и расходов приведено в ПБУ 9/99 и ПБУ 10/99.

Основной источник доходов торговых организаций — это продажи, таким образом доход по обычным видам деятельности — это выручка от продажи продукции. Но помимо основного вида деятельности, организация вправе осуществлять и прочие виды деятельности. Что касается организаций, применяющих упрощенную систему налогообложения — то до 2013 года данные компании не вели учет, не формировали баланс, а значит и не формировали бухгалтерские записи. Формировались только книги покупок и книги продаж, книги доходов и расходов.

После принятия Федерального закона «О бухгалтерском учете» № 402 ФЗ, ситуация изменилась и компании, применяемые упрощенную систему налогообложения стали обязаны сдавать бухгалтерский баланс как бухгалтерскую отчетность. Из чего можно сделать вывод об обязанности вести учет, в том числе доходов и расходов, на счетах бухгалтерского учета. Специальные нало-

говые режимы устанавливаются Налоговым Кодексом РФ и применяются в случаях и порядке, которые предусмотрены Налоговым Кодексом РФ и иными актами законодательства о налогах и сборах.

Специальные налоговые режимы могут предусматривать особый порядок определения элементов налогообложения, а также освобождение от обязанности по уплате отдельных налогов и сборов, предусмотренных статьями 13–15 Налоговым Кодексом РФ. Как и все другие специальные системы налогообложения малого бизнеса, УСН может использоваться исключительно добровольно. Но существует ряд ограничений на применение этого режима, который оговорен в Налоговом кодексе РФ:

- предприятия, которые за последние ровно 9 месяцев не заработали более 15000000 рублей;

- организации, чьи доходы за год не превышают 20000000 рублей;

- если количество работников фирмы не больше чем 100 человек;

- те предприятия, стоимость имущества которых меньше 100000000 рублей.

Подать заявление о переходе на УСН в налоговый орган можно не только лично.

Достаточно направить свой письменный документ по почте. Есть лишь 2 месяца, в период которых можно подать заявление — это октябрь и ноябрь.

УСН — это упрощенная версия ОСНО которая:

- не платит налог на имущество;

- не платит налог на прибыль;

- не платит НДС;

имеет упрощенную отчетность. Отчет по режиму УСН сдается 1 раз в год, весной года, следующего за отчетным.

Стоит заметить тот факт, что организации освобождаются от налогов, которые относятся к тем доходам, что получены в результате именно предпринимательской деятельности.

Вместе с тем, УСН предполагает и наличие некоторых обязанностей у представителей малого бизнеса [4]:

- уплачивать все необходимые сборы и налоги, которые указаны в законодательстве;

- использовать кассовую технику или же вести строгую отчетность;

- постоянно предоставлять статистику и отчеты.

Большинство ООО находятся именно на данном налоге.

Объектом налогообложения, в соответствии со статьей 346.4 Налогового кодекса РФ, признаются как доходы, так и доходы уменьшенные на величину расходов.

Уточним налоговые ставки при каждом виде налогообложения:

УСН «Доходы» — ставка 6%. Налог платится с общего оборота, размер налога составляет 6%;

УСН «Доходы, уменьшенные на величину Расходов». Налог оплачивается с чистой прибыли организации, размер его составляет 15%.



С целью контроля расходов и доходов проводят инвентаризацию имущества и обязательств и сравнивают ее результаты с показателями, отраженными в учете. Только после того как у вас появилась уверенность, что все операции за год отражены полностью и достоверно, можно приступать к реформации баланса. Реформацию проводят последними, итоговыми записями по состоянию на 31 декабря.

Расходы на УСН учитываются только при объекте налогообложения «доходы минус расходы». Принимаемые расходы при УСН, на которые налогоплательщик вправе уменьшать полученные доходы, указаны в статье 346.16 Налогового кодекса РФ. Только те расходы, которые названы в этой статье, можно учитывать. Любые другие затраты учитывать в УСНО нельзя. Кроме того, необходимо, чтобы расходы, учитываемые при УСНО, отвечали следующим критериям:

- расход должен соответствовать профилю ведения бизнеса;
- расход должен быть подтверждён и оплачен;
- расход должен быть произведён для осуществления деятельности, направленной на получение дохода.

Признание расходов при УСН — вопрос сложный. Например, в какой момент учитывать расходы: когда услуги оплатили или, когда услуги оказаны? Расходы при УСН признаются, когда выполнены оба условия — оплата и факт совершения услуги. То есть, если услуги оказаны во втором квартале, а оплачены в начале третьего — расход признаётся в третьем квартале. То же самое можно сказать, если услуга выполняется поэтапно: признание расходов при УСН будет в том квартале, в котором услуга будет оказана и оплачена. Стоит также отметить, что не зависимо от режима налогообложения финансовый результат — как итог сопоставления доходов и расходов 0 является основой для оценки эффективности деятельности [3].

Учитывая и анализируя результаты деятельности организации, в том числе торговых, находящихся на упрощенной системе налогообложения, нельзя обойти значимость аудиторской проверки. В соответствии с законодательством не все организации попадают под аудиторскую проверку, но данные организации имеют право проводить аудит инициативный — то есть по своей собственной инициативе.

Как и любая аудиторская проверка, профессиональный аудит торговой деятельности должен проходить в организациях с определенной регулярностью, что поможет более эффективно продвигаться вперед, а не стоять на месте.

Тем не менее, многие игроки на рынке не спешат доверить такую проверку профессионалам. Часто начальники отделов продаж, и маркетологи коммерческой организации предпочитают самостоятельно проводить аудит продаж и маркетинговой политики. Но при этом они зачастую не знают параметров проверки, основных критериев и методов анализа. Обобщая вышесказанное, необходимо отметить, что финансовый результат, как источник для оценки рентабельности — является значимым и важным критерием оценки функционирования предприятия в целом и отдельных структур в частности. Но необходимо уточнить, что формирование финансового результата на предприятиях различных организационно-правовых форм и применяющих различные режимы налогообложения — неодинаково. На предприятиях с упрощенной системой налогообложения учитываются доходы и расходы, также, как и на иных предприятиях, а налог на прибыль рассчитывается по определённой, специфической форме. Оценить правильно ведения бухгалтерского учета и уровень соблюдения законодательства можно с помощью аудиторской проверки. Но проблемным вопросом является то, что в силу различных причин не многие руководители согласны на проведение данной проверки.

#### Литература:

1. Процесс формирования финансового результата/Режим доступа: <http://www.grandars.ru/student/buhgalterskiy-uchet/finansovye-rezultaty-organizacii.html>
2. Доходы и расходы при УСН/Режим доступа: <http://www.moedelo.org/uchet-doxodov-i-rasxodov-pri-usn>
3. Упрощенная система налогообложения/Режим доступа: <https://ru.wikipedia.org/wiki>
4. Аудит продаж: цель и задачи/Режим доступа: [http://webprofiters.ru/services/audit\\_sistemy\\_prodazh/](http://webprofiters.ru/services/audit_sistemy_prodazh/)

## Оптимизация работы по набору персонала на предприятии

Левина Яна Альбертовна, студент

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса, филиал в г. Находке

*Данная статья посвящена актуальным вопросам оптимизации работы по набору персонала на предприятии. Проведенное исследование позволяет утверждать, что политика компании по набору и найму работников является важнейшей для предприятия, так как она выполняет важнейшую роль для достижения целей и миссии организации.*

**Ключевые слова:** кадры, персонал, набор, найм, предприятие, кадровый менеджмент, сотрудники, система

В настоящих экономических условиях текучесть персонала это одно из веяний времени. Множество компаний регулярно испытывают нехватку квалифицированных кадров той или другой профессии, нужной специальности. Хорошие работники, у которых профессиональная компетентность будет соответствовать занимаемой должности, у которых личностные качества будут способствовать поддержанию и созданию в коллективе эффективной рабочей и доброжелательной атмосферы, обязательно гарантируют успех предприятию. Ошибка или неточность в наборе персонала могут повлечь не только повышенную текучестью персонала, а также конфликтность, но и приведут к большим затратам [1].

Актуальность данной проблемы еще обостряется и из — за того, что при развитых рыночных отношениях в РФ все большую значимость имеет рынок труда. Политика предприятия по найму и набору персонала является важнейшей для компании, так как она имеет важнейшую роль для достижения целей и миссии организации.

Эффективная работа кадров предприятия является важнейшим условием успешной деятельности любой хозяйствующей единицы. В результате этого набор новых работников на свободные должности это очень ответственная и творческая задача. Ее решение начинается с разработки целого комплекса требований к будущему кандидату, которые включают личностные, профессиональные, медицинские критерии, которые могут формироваться исходя из обязанностей данного сотрудника и описания рабочего места на предприятии.

Есть понятия «набор кадров» и «наем кадров». Для незнающего человека это в принципе одно и то же. На самом деле, есть разница между задачами и самими процессами в том или ином случае.

Итак, набор кадров — это привлечение на работу сотрудников в какую-нибудь компанию. Эта работа заключается в следующем:

- анализ потребности в персонале;
- определение требований к кандидатам, исходя из обязанностей;
- понимание, где искать нужные кандидатуры;
- подбор методической базы для оценки и отбора соискателей [2].

Найм персонала — включает в себя все этапы набора кадров и прием на работу. Иногда сюда же входит и вве-

дение нового сотрудника в коллектив. Также в рамках процедуры найма специалист по персоналу либо объявляет о заключении контракта с кандидатом, либо доносит до него решение об отказе.

Набор новых работников — это хорошая возможность для компаний пополнить свежими силами свой кадровый состав, и с другой стороны это проблема, так как новые работники не имеют достаточно знаний и опыта, необходимых для активного выполнения работы. Поэтому очень важно скрупулезно выстроить всю систему набора и найма персонала, чтобы работа новичков в коллективе не сказалась на репутации все компании [1].

Различают активные и пассивные методы набора персонала.

Активные методы — это методы, к которым обычно прибегают в том случае, если на рынке труда спрос на квалифицированную рабочую силу превышает ее предложение. Во-первых, это вербовка кадров, т. е. налаживание предприятием нужных контактов с теми людьми, которые имеют значительный интерес для нее в качестве потенциальных кандидатов на вакантные должности. Обычно такую вербовку проводят непосредственно в учебных заведениях того города, где находится компания. Вербуют так же нужных сотрудников у конкурентов, и посредством государственных центров занятости, через частные рекрутинговые фирмы.

На много дешевле обходится найм работников с помощью личных связей уже работающего персонала, а также путем участия в ярмарках вакансий, праздниках, фестивалях и проведения презентаций, этими способами формируется имидж организации, что может осуществить нужный набор (вербовку) персонала.

Все вышеперечисленные методы привлечения персонала, как правило, применимы к персоналу массовых специальностей, которые имеют средний и низкий уровень квалификации. Для привлечения в компанию достаточно высококвалифицированных специалистов, с узкой специальностью используются иные способы привлечения [3].

Пассивные методы набора кадров используют тогда, когда предложение рабочей силы на рынке превышает ее спрос. Одной из разновидности пассивных методов набора кадров является размещение объявлений о вакантных должностях, о требованиях к будущему специалисту, об условиях оплаты труда и отдыха, в средствах массовой

информации, сети Интернет (различные сайты поиска работы).

Стоит отметить, что и телевидение позволяет обеспечить более широкую аудиторию при поиске сотрудника, но стоимость рекламы очень высока и адресность не так значительна, как хотелось бы.

Объявления о поиске сотрудника на радио обходится работодателю намного дешевле, но при этом аудитория также широка, но слушают его не многие и, как правило, только во время работы, или те, кто идет на работу рано утром. Применяя данный способ размещения объявлений о поиске сотрудника в основном можно привлечь лиц, желающих поменять работу.

Все объявления о найме персонала должны формировать имидж компании. Они не должны содержать дискриминационных моментов, но должны быть достаточно интересными, броскими, законными, краткими, хорошо написанными и самое главное правдивыми.

В объявлениях так же следует отразить следующие сведения: особенности деятельности компании; требования к соискателю; характеристику должности; оклад, льготы и премии; необходимые документы, сроки их подачи; адрес и контактные телефоны, электронную почту [2].

В процессе найма персонала работодатель может столкнуться с множеством проблем, основными из которых являются:

- отсутствие четкого представления о том, кого искать, каким требованиям должен удовлетворять кандидат, для выполнения каких обязанностей необходим новый сотрудник. Вследствие этого поиск нужного сотрудника может безуспешно продолжаться длительное время;

- неумение определить источник и способ поиска сотрудников в соответствии с должностью. В итоге на поиск кандидатов расходуются средства и время, а резюме поступает очень мало и кандидаты приходят на собеседование крайне редко;

- непрофессиональность сотрудника, занимающегося отбором, непонимание того, какие компетенции и какими методами нужно оценивать при отборе. Это приводит

к неверной (заниженной или завышенной) оценке профессиональных и личностных качеств кандидатов;

- отсутствие программы адаптации новичка, в результате чего затягивается процесс «приживания» работника, откладывается начало его самостоятельной эффективной работы [4].

В целом создание эффективной системы набора кадров предполагает решение одной из актуальнейших проблем управления кадров. Основой правильного набора персонала является обязательно наличие объективной информации о работнике и требованиях к свободной должности с тем, чтобы обоснованно произвести их соединение. Набор персонала должен производиться на научной основе, в соответствии с разработанными принципами управления кадрами:

- подбор работников осуществляется руководителем предприятия или работником отдела кадров;

- подбор необходимых кадров осуществляется, исходя из производственного опыта, профессиональной подготовки и качеств человека;

- подбор персонала производится, исходя из определенных особенностей фирмы и ее подразделений;

- состав всех функциональных обязанностей может определяться на основании опыта руководителя или организационных документов, под конкретного специалиста [5].

Таким образом, конечная цель реализации системы набора персонала — максимальное совпадение ожиданий кандидата и предприятия. Мировая практика и исследования показывают, что даже в лучших фирмах они совпадают не более чем в 30 % случаев. Чем выше совпадение, тем выше степень мотивации сотрудников и их годность считать интересы предприятия своим личным делом. Поэтому следует стремиться к максимальному увеличению степени совпадения ожиданий. Грамотно организованный процесс подбора персонала — первый шаг к успеху компании на рынке. Необходимо подобрать именно таких людей, которые гармонично впишутся в коллектив, которым будет интересна работа и близка корпоративная культура компании.

#### Литература:

1. Коханов, Е. Ф. Работа с персоналом/Е. Ф. Коханов. — М.: ГАУ, 2012.
2. Дятлов, В. А. Основы кадрового менеджмента/В. А. Дятлов. — М.: Дело, 2011.
3. Одегов, Ю. Г. Управление персоналом/Ю. Г. Одегов. — М., 2012.
4. Травин, В. В. Система подбора кадров/В. В. Травин. — М.: Дело, 2012.
5. Ладанов, И. Д. Управление персоналом/И. Д. Ладанов. — М: Ника, 2013.

## Совершенствование системы отбора персонала в сфере услуг

Надыкто Мария Евгеньевна, студент

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса, филиал в г. Находке

*В статье исследованы механизмы совершенствования системы отбора персонала в сфере услуг на примере действующего предприятия ООО «Бастион Лайн», г. Находка Приморского края.*

**Ключевые слова:** организация, подбор, отбор, найм, персонал, кадры, претендент, методы, анализ, технологии.

В условиях постоянно изменяющейся структуры национальной экономики, увеличения конкуренции первостепенное значение приобретает человеческий ресурс организаций. Именно от компетентности персонала, его профессиональных и личностных качеств зависит стабильное развитие как организации, так и самого общества. В связи с этим возникает потребность создания и использования в фирмах современных и эффективных технологий отбора, подбора и найма персонала. Такие технологии создаются с учетом внешних (состояние экономики в стране и мире, ситуация на рынке труда и другие) и внутренних (периоды жизненного цикла фирмы, ее позиции в отрасли и другие) факторов. Многие ученые рекомендуют разработку профессиональных требований с учетом определения будущих навыков сотрудника, создание (или адаптирование) эффективных методик оценки и отбора рабочего персонала применительно к конкретной организации, расчет экономического эффекта от их применения и т.д. [1, с. 54]. Современные российские организации нуждаются во внедрении эффективной системы подбора, отбора и найма персонала по ряду причин.

Первая из них заключается в том, что отсутствие системного видения процесса отбора, подбора и найма персонала часто приводит к ошибке, обуславливающей повышение текучести кадров, рост затрат на найм персонала, уменьшение производительности труда, рост уровня травматизма, формирование негативной репутации фирмы и др. Вторая причина кроется в том, что зачастую при отборе персонала используются устаревшие, неэффективные технологии, заимствованные из зарубежной практики, как правило, без учета российских условий. Эти технологии отбора в ряде случаев уже морально устарели и нуждаются в принципиальном обновлении [2, с. 130].

В отечественной же научной литературе по теории управления и экономике труда наблюдается явный недостаток работ, посвященных осмыслению новейших технологий отбора, подбора и найма персонала. Третья причина заключается в том, что в некоторых фирмах не проводятся предварительные расчеты затрат на применение той или другой технологии отбора, подбора и найма персонала, что приводит к дополнительным финансовым затратам.

Таким образом, необходимость анализа системы подбора, отбора и найма персонала характеризуется

проблемами, с которыми встречаются российские фирмы в своей рабочей деятельности: это отсутствие отлаженного механизма отбора кандидатов на вакантные должности; отсутствие в некоторых фирмах разработанных требований к кандидатам; отсутствие связи целей подбора, отбора и найма персонала, с одной стороны, с задачами и целями фирмы на определенном периоде ее развития, с другой; недостаток штата специалистов, способных квалифицированно провести подбор, отбор и найм персонала [3, с. 123].

Существует необходимость доработки зарубежных технологий отбора, подбора и найма персонала и создания отечественных разработок в этой области; проведения экономических обоснований при выборе той или другой технологии подбора, отбора и найма персонала; обучения современным технологиям отбора, подбора и найма персонала; проведения экономической проверки эффективности подбора, отбора и найма персонала.

Общество с ограниченной ответственностью «Бастион Лайн» создано одним учредителем в 2009 году. В кафе обеспечен высокий уровень комфортности за счет великолепного дизайна зала, оборудования удобной мебелью, создания надлежащего микроклимата путем кондиционирования воздуха, интерьера и т.д.

В табл. 1 представлены технико-экономические показатели деятельности ООО «Бастион Лайн» за 2014–2015 гг.

Из табл. 1 видно, что с 2014 г. возрос объем выручки от продажи в абсолютных показателях на 898 тыс. руб., темп роста составил 26%. Данный фактор объясняется увеличением спроса на услуги предприятия. В связи с ростом объема выручки увеличились показатели себестоимости, валовой и чистой прибыли, уровень темпа роста у данных показателей колеблется от 22 до 28%. Следует также отметить тенденцию к увеличению уровней дебиторской и кредиторской задолженностей на 9 и 122 тыс. руб. соответственно. Темп роста уровня кредиторской задолженности составил 44%, что свидетельствует о нехватке оборотного капитала на предприятии.

В целом в 2014–2015 гг. отмечается равномерный рост собственного и заемного капитала, характерного для развивающейся организации. Увеличение рентабельности производства на 7,81% произошло в связи с преобладанием в 2015 г. такого вида услуг, как огнезащита, чья рентабельность выше иных видов услуг, оказываемых пред-

Таблица 1

Технико-экономические показатели деятельности ООО «Бастион Лайн» за 2014–2015 гг.

Показатель	2014 г.	2015 г.	Абсолютный прирост	Темп роста, %
Выручка от продажи товаров, тыс. руб.	2604	3502	898	26
Себестоимость, тыс. руб.	1630	2090	460	22
Валовая прибыль, тыс. руб.	974	1412	438	31
Прибыль до налогообложения, тыс. руб.	524	707	183	26
Чистая прибыль, тыс. руб.	344	480	136	28
Уставной капитал, тыс. руб.	1500	1500	0	0
Дебиторская задолженность, тыс. руб.	85	94	9	10
Кредиторская задолженность, тыс. руб.	155	277	122	44
Собственный капитал, тыс. руб.	1927	2443	516	21
Заемный капитал, тыс. руб.	338	471	133	28
Рентабельность производства, %	59,75	67,56	7,81	12
Рентабельность предприятия, %	11,81	52,41	40,60	77
Фондоотдача	0,06	0,06	0,00	2
Экономическая эффективность предприятия, %	17,85	19,65	1,80	9

приятием. Темп роста в 77 % рентабельности предприятия также связан с увеличением объема услуг по огнезащите, которые имели завышенную стоимость в 2015 г., обусловленную высоким уровнем спроса. Экономическая эффективность предприятия с 2014 г. увеличилась на 1,8 %. Краткая экономическая характеристика организации была бы неполной без качественного и количественного анализа персонала ООО «Бастион Лайн» (табл. 2).

На основании табл. 2 можно сделать вывод, что за 2014–2015 гг. число работников ООО «Бастион Лайн» увеличилось, что косвенно подтверждает стабильность работы организации. Состав персонала ООО «Бастион Лайн» по гендерному признаку, возрасту и уровню профессионального образования приведен в табл. 3.

Данные табл. 3 наглядно показывают, что самая многочисленная группа работников предприятия — люди от 25 до 35 лет с высшим профессиональным образованием. Положительная динамика в уровне образования сотрудников в 2015 г. связана с политикой руководства

организации, отдающей предпочтение при найме на работу лицам, заканчивающим профессиональное обучение по заочной форме. В табл. 4 представлены методы оценки кандидатов на вакантные должности.

В целом система подбора и отбора персонала в ООО «Бастион Лайн» организована на достаточно высоком уровне; в то же время анализ движения персонала выявил значительное выбытие персонала по определенному показателю, связанному с внутренней ситуацией в организации. Как правило, это претенденты, не прошедшие испытательный срок. Причиной послужил неэффективный подход к системе подбора и отбора персонала.

В качестве направлений совершенствования системы отбора и подбора персонала в ООО «Бастион Лайн» предлагаются оптимизация затрат на отбор персонала, использование комплексного подхода к процессу:

- системы оценки деятельности отдела кадров в области подбора, отбора и найма персонала;
- технологии проведения личных собеседований;

Таблица 2

Состав сотрудников ООО «Бастион Лайн» по трудовому стажу

Общий стаж работы, лет	Количество сотрудников, чел.		Удельный вес сотрудников, %	
	2014	2015	2014	2015
Менее 1	1	0	4	0
1–3	2	3	8	11
3–5	8	9	32	33
5–10	8	9	32	33
10–20	5	4	20	15
Свыше 20	1	2	4	7
Итого	25	27	100	100



Таблица 3

Состав персонала по гендерному признаку, возрасту и уровню образования, чел.

Показатель	2014 г.	2015 г.	Отклонение 2014/2015 гг.	Темп роста 2014/2015 гг., %
По гендерному признаку				
Мужчины	15	16	1	107
Женщины	10	11	1	110
По возрасту				
18–25 лет	4	2	–2	50
25–35 лет	19	20	1	105
35–45 лет	1	3	2	300
45 лет и старше	1	2	1	200
По уровню образования				
Среднее	2	1	–1	50
Среднее специальное	3	2	–1	67
Высшее	20	25	5	125

Таблица 4

Методы оценки кандидатов на вакантные должности в ООО «Бастион Лайн»

Метод	Краткое описание
Биографический метод	Оценка работника по биографическим данным.
Произвольные устные или письменные характеристики	Устное или письменное описание того, что собой представляет работник и как он себя проявляет (включая достижения и упущения).
Тестирование	Определение знаний, умений, способностей и других характеристик на основе специальных тестов.
Ранжирование	Определение экспертным или другим путем ранга (места) оцениваемого среди других работников и расположение всех оцениваемых по порядку убывания рангов.
Метод критического инцидента	Оценивается, как вел себя работник в критической ситуации (понятие ответственного решения, разрешение незнакомой проблемы, преодоление сложной ситуации и др.).
Метод свободного или индивидуального обсуждения	В свободной форме или по заранее составленной программе проводится обсуждение с оцениванием планов и практических результатов работы кандидата, сотрудника.
Метод альтернативных характеристик	Отдельный работник характеризуется с точки зрения наличия или отсутствия того или иного качества.

в) методов выявления дезинформации, неискренности в процессе личного собеседования.

Оценку полезности предлагаемых направлений усовершенствования системы отбора и подбора персонала предлагается проводить по следующим количественным показателям:

- 1) уровень текучести кадров, особенно среди новых работников;
- 2) доля рабочих кадров, не прошедших испытательный срок, от общего числа взятых на работу;
- 3) финансовые траты на поиск и отбор кандидатов;
- 4) уровень дисциплинарных нарушений среди новых работников (отсутствие на рабочем месте, опоздания, прогулы);

5) уровень ошибок и брака, создаваемых новыми работниками;

6) уровень производственного травматизма среди новых рабочих;

7) количество жалоб и претензий со стороны потребителей, клиентов, поставщиков, полученных по вине новых работников [4, с. 120].

С экономической стороны использование в рабочей практике организации этих направлений увеличит эффективность траты средств из-за экономии их на обучении вследствие подбора уже профессионально подготовленных кадров. Предложенные направления усовершенствования позволят сделать отбор рабочих кадров в организации более эффективным.

*Литература:*

1. Валиева, О. В. Управление персоналом. — М.: Приор-Издат, 2010. — 175 с.
2. Дейнека, А. В. Управление персоналом: Учебник. — М.: Дашков и К, 2010. — 291 с.
3. Бунатян, А. Н. Методологические аспекты подбора персонала в современных условиях // Вестник Университета Российской академии образования. — 2010. — № 3. — с. 123–129.
4. Сидорчук, А. П. Методы оценки и принятия решения о приеме кандидата на работу // Московское научное обозрение. — 2011. — № 5 (9). — с. 118–127.

**Особенности учета нефинансовых активов в бюджетных учреждениях**

Ропотан Светлана Викторовна, старший преподаватель;

Суша Екатерина Андреевна, студент

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса, филиал в г. Находке

*Вопрос учета нефинансовых активов актуален для учреждений бюджетной сферы, особенность формирования состава нефинансовых активов строго определен законодательством сферы бухгалтерского учета, нарушение которого недопустимо.*

**Ключевые слова:** активы, бюджетное учреждение, нефинансовые активы, имущество, деятельность, бухгалтерский учет, бухгалтерская отчетность

**Н**ефинансовые активы — данная экономическая категория и понятие характерно только для бюджетных учреждений. Относительно бюджетных учреждений можно сказать, что это учреждения, которые не ставят цели получить прибыль, которые зависят от бюджетов различного уровня.

Несмотря на то, что цели получения прибыли у таких учреждений нет, все же они имеют право занимать предпринимательской деятельностью.

Учреждения, которые занимаются бюджетной и предпринимательской деятельностью, обязаны формировать годовую отчетную форму 0503768 «Сведения о движении нефинансовых активов учреждения».

Относительно нефинансовых производственных активов важно отметить тот факт, что они формируются как результат производственных процессов. Данные активы состоят из основных фондов, материальных оборотных активов и материальных ценностей.

В учете бюджетного учреждения имущество может быть признано объектом основных средств, при условии соблюдения сразу нескольких пунктов:

- объект является материальным [2];
- объект может быть использован в процессе функционирования учреждения при выполнении работ, оказании услуг и в сфере реализации управленческих нужд;
- у объекта срок полезного использования должен превышать 12 месяцев.

Особенности учета в бюджетном учреждении заключаются в применении особого плана счетов. Для учета основных средств используется счет 0.101.00.000 «Основные средства». В данную группу входят такие активы, как жилые и нежилые здания, сооружения, различ-

ного рода машины и оборудование, транспорт, инвентарь как производственный и хозяйственный.

Счет 0.102.00.000 «Нематериальные активы» предназначен для учета нематериальных активов, к которым относят такие активы как исключительное право учреждения на результат интеллектуальной деятельности.

Поступление материального запаса отражается на счете 0.105.00.000 «Материальные запасы». В бюджетном учреждении к материальным запасам относят материалы и сырье, которые применяются в ходе функционирования деятельности учреждения.

Счет 0.106.00.000 «Вложения в нефинансовые активы» формирует первоначальную стоимость объект основных средств, который принимается к учету, отражает вложение в нематериальные и непроизводственные активы, а также в материальные запасы.

Таким образом, можно подвести итог, что к нефинансовым активам относят:

- основные средства;
- нематериальные активы;
- непроизводственные активы;
- материальные запасы;
- иные нефинансовые активы.

В бюджетном учреждении с целью учета нефинансовых активов применяют счет 0.100.00.000 «Нефинансовые активы».

Как было сказано выше — бюджетное учреждение, помимо бюджетной деятельности, вправе заниматься и предпринимательской деятельностью.

По окончании отчетного года учреждение должно формировать вместе с другими отчетными формами отчет

«Сведения о движении нефинансовых активов учреждения» (форма 0503768) [3].

Необходимо изучить порядок заполнения формы 0503768 «Сведения о движении нефинансовых активов учреждения» и соотношение показателей данной формы с Балансом учреждения (форма 0503730) за отчетный финансовый год.

Годовая отчетная форма 0503768 формируется учреждением отдельно по видам деятельности (финансового обеспечения):

- бюджетная (КФО 4);
- предпринимательская (КФО 2).

В разделах «Нефинансовые активы» и «Недвижимое и особо ценное имущество учреждения» формы 0503768 должно быть указано:

- показатель стоимости объекта нефинансовых активов, сумма амортизации, сумма вложений в нематериальные активы, а также объекты нефинансовых активов, находящихся в пути, которая формируется по данным соответствующих счетов (группам счетов) бухгалтерского учета, на начало отчетного периода;

- показатель суммы поступивших объектов нефинансовых активов (превышение их балансовой стоимости), осуществленных вложений в нефинансовые активы за отчетный период, формируемые по данным дебетовых оборотов соответствующих счетов (группам счетов) бухгалтерского учета;

- показатели суммы выбытий объектов нефинансовых активов (уменьшения их стоимости), уменьшения вложений в нефинансовые активы за отчетный период, которые формируются по данным кредитовых оборотов соответствующих счетов (группам счетов) бухгалтерского учета, уменьшенных в части амортизации на дебетовые обороты соответствующих счетов аналитического учета счета 0.104.00.000 «Амортизация»;

- показатели стоимости объектов нефинансовых активов, суммы амортизации, вложений в нематериальные активы, а также объектов нефинансовых активов в пути, формируемые по данным соответствующих счетов (группам счетов) бухгалтерского учета, на конец отчетного года [2];

Стоит отметить тот факт, что учет в бюджетных учреждениях ведётся аналогично коммерческим организациям. Особенность и специфика бюджетного учета заключается лишь в том, что применяется специальный план счетов, предназначенный именно для бюджетного учета

Стоит отметить, что особенностью нефинансовых активов является тот факт, что они принимаются к бюджетному учету по их первоначальной стоимости.

Первоначальной стоимостью объектов нефинансовых активов признается сумма фактических вложений в приобретение, сооружение и изготовление объектов нефинансовых активов, с учетом сумм налога на добавленную стоимость, предъявленных учреждению поставщиками и подрядчиками (кроме их приобретения, сооружения

и изготовления в рамках деятельности, облагаемой НДС, если иное не предусмотрено налоговым законодательством Российской Федерации).

Первоначальной стоимостью объектов произведенных активов признаются фактические вложения учреждения в их приобретение, за исключением объектов, впервые вовлекаемых в экономический (хозяйственный) оборот, первоначальной стоимостью которых признается их текущая рыночная стоимость на дату принятия к бюджетному учету.

Вложениями на приобретение, сооружение и изготовление объектов нефинансовых активов являются:

- суммы, уплачиваемые в соответствии с договором поставщику (продавцу);

- суммы, уплачиваемые организациям за осуществление работ по договору строительного подряда и иным договорам;

- суммы, уплачиваемые в соответствии с договором уступки (приобретения) прав правообладателю (продавцу) [1];

- суммы, уплачиваемые организациям за информационные и консультационные услуги, связанные с приобретением объектов нефинансовых активов;

- регистрационные сборы, государственные пошлины и другие аналогичные платежи, произведенные в связи с приобретением (получением) прав на объекты нефинансовых активов;

- затраты по доставке объектов нефинансовых активов до места их использования, включая расходы по страхованию доставки;

- расходы по изготовлению (израсходованные учреждением материалы, оплата труда и начисления на оплату труда, услуги сторонних организаций и т. д.).

- иные затраты, непосредственно связанные с приобретением, сооружением и изготовлением объектов нефинансовых активов, включая содержание дирекции строящегося объекта и технический надзор.

Оценка объектов нефинансовых активов, стоимость которых при приобретении выражена в иностранной валюте, производится в валюте Российской Федерации путем пересчета суммы в иностранной валюте по курсу Центрального банка Российской Федерации, действующему на дату принятия объекта к бюджетному учету.

Балансовой стоимостью объектов нефинансовых активов является их первоначальная стоимость с учетом указанных изменений.

Первоначальной стоимостью объектов нефинансовых активов, полученных учреждением по договору дарения, признаются их текущая рыночная стоимость на дату принятия к бюджетному учету, а также стоимость услуг, связанных с их доставкой, регистрацией и приведением их в состояние, пригодное для использования.

Согласно Инструкции № 148н, под текущей рыночной стоимостью понимается сумма денежных средств, которая может быть получена в результате продажи указанных активов на дату принятия к бюджетному учету [3].

Безвозмездная передача объектов нефинансовых активов между учреждениями, подведомственными разным главным распорядителям бюджетных средств одного бюджета бюджетной системы Российской Федерации (далее — уровень бюджета), между учреждениями разных уровней бюджетов, а также между учреждениями, подведомственными одному главному распорядителю (распорядителю) бюджетных средств, а также государственным и муниципальным организациям, осуществляется по балансовой стоимости объекта с одновременной передачей суммы начисленной на объект нефинансового актива амортизации.

Учреждения проводят переоценку стоимости объектов нефинансовых активов, за исключением активов в драгоценных металлах, по состоянию на начало отчетного года путем пересчета их балансовой стоимости и начисленной суммы амортизации. Сроки и порядок переоценки устанавливаются Правительством Российской Федерации.

Суммы уценки (дооценки) стоимости объекта основных средств и начисленной амортизации, полученные в результате переоценки, отражаются по дебету (кредиту) счета 040103000 «Финансовый результат прошлых отчетных периодов» и кредиту (дебету) соответствующих

счетов аналитического учета счета 010000000 «Нефинансовые активы» и соответствующих счетов аналитического учета счета 010400000 «Амортизация» [4].

Переоценка активов в драгоценных металлах осуществляется в порядке, установленном Министерством финансов Российской Федерации на дату совершения операций, а также на отчетную дату составления бухгалтерской отчетности, и отражается по дебету счета 010108310 «Увеличение стоимости драгоценностей и ювелирных изделий» и кредиту счета 040101171 «Доходы от переоценки активов» (положительная переоценка) или по дебету счета 040101171 «Доходы от переоценки активов» и кредиту счета 010108410 «Уменьшение стоимости драгоценностей и ювелирных изделий» (отрицательная переоценка).

Результаты проведенной по состоянию на первое число отчетного года переоценки объектов нефинансовых активов подлежат отражению в бюджетном учете обособленно. Результаты переоценки не включаются в данные бюджетной отчетности предыдущего отчетного года и принимаются при формировании данных бухгалтерского баланса на начало отчетного года.

#### Литература:

1. Годовой отчет для бюджетных организаций-2014/под ред. Ю. А. Васильева. — М: Изд-во Аюдар Пресс, 2015. — 418 с.
2. Данилов, Д. Е. Анализ хозяйственной деятельности в бюджетных и научных учреждениях/Д. Е. Данилов, В. Е. Арабникова, Л. К. Шипиков. — Минск: Интерпрессервис, 2015. — 336 с.
3. Колеватова, О. А. Бухгалтерский учет в бюджетных учреждениях по новому плану счетов: Типовые проводки, примеры, постатейные комментарии. — М: Проспект, 2014. — 170 с.
4. Кондраков, Н. П. Бухгалтерский учет в бюджетных организациях/Н. П. Кондраков, И. Н. Кондраков. — 5-е изд., перераб и доп. — М: ТК Велби, Изд-во Проспект, 2013. — 336 с.

## Проблемные аспекты формирования себестоимости услуг в организации

Ропотан Светлана Викторовна, старший преподаватель

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса, филиал в г. Находке

*Раскрываются особенности услуги, как экономической категории. В статье приведен обзор основных элементов, формирующих статьи затрат и лежащих в основе калькуляции. Рассмотрен принцип формирования услуги и затрат на ее оказание. Приводятся основные проблемные вопросы в области формирования себестоимости услуг.*

**Ключевые слова:** элемент, затраты, услуга, издержки, калькуляция

Современная Россия проходит период изменений в экономике, в таком периоде на первый вид выдвигается в большей степени предложение, а не спрос.

В целом будущее процветание страны связано со стабильным развитием, этому способствует развитие малого и среднего бизнеса. Сейчас в России в малом и среднем бизнесе примерно занято 25 % трудовых ресурсов.

В перспективе, необходимо проявить заботу не только о добыче ресурсов, но и о развитии производства, развитии малого и среднего предпринимательства.

В экономике преобладающее большинство принадлежит обрабатывающим производствам, а именно, машиностроению и черной металлургии. Такая обстановка дел, при возможном снижении уровня активности круп-

ного бизнеса, способная привести к спаду экономической активности региона и страны в целом. В данной ситуации именно малое предпринимательство может выступать движущей силой в направлении устойчивого развития и экономического роста на уровне всей страны.

Что касается сектора услуг — то данная ниша занимает сравнительно малую долю по сравнению с иными направлениями деятельности, что свидетельствует о несбалансированности экономического развития.

Но именно ниша услуг является перспективой развития экономики в целом, так как данное направление требует небольшое изначальное финансирование и в перспективе имеет достаточно быстрый срок окупаемости.

В настоящее время все направления услуг, предоставляемые в России, зачастую не соответствуют всему списку услуг, которые предоставляются гражданам в развитых странах. Одной из весомых проблем рынка услуг является низкий уровень рентабельности, который возник, в связи с неправильным подходом к оценке затрат в формировании себестоимости.

Именно формирование себестоимости влечет за собой искажение в сумме исчисления налогов, завышения цен и снижения товарооборота.

Начать стоит с того, что раскрыть вопрос понятия услуги.

Услуга на сегодняшний день представляет собой неовещественную форму работы. ТО есть результат оказанной услуге не осязаем и его невозможно материализовать

С другой стороны услуга обладает особенностями:

- услуга оказывается за плату;
- услуга оформляется документально;
- услуга несет экономическую выгоду как тем, кто ее оказывает, так и тем, кто ее потребляет.

В качестве примера оказания услуг можно привести ситуации:

- оказание консультационных услуг;
- оказание услуг аренды;
- оказание транспортных услуг.

Это только небольшая часть всего перечня возможных услуг.

Услуга как и продукт требует определенных затрат, которые и формируют себестоимость.

Себестоимость представляет собой выраженные в денежной форме повседневных затраты на производство и реализацию продукта, являются расчетной базой цены.

При формировании себестоимости значимость имеет такое понятие как калькуляционная единица. Калькуляционная единица — это единица конкретного изделия (услуги) по калькуляционным статьям (по калькуляции)

Основой расчета цен является процесс калькулирования себестоимости (издержек обращения). Издержки обращения — собственные затраты посредника без учета расходов на закупаемый товар.

Все дополнительные «надбавки» — как посредническая, так и торговая по своему экономическому характеру, становятся ценами на услуги.

Цена, как экономическая категория представляет собой посредническое ценовое вознаграждение и включает в себя три элемента:

- сумма затрат посредника и издержки обращения;
- сумма прибыли;
- сумма косвенных налогов.

Также стоит отметить, что основой формирования себестоимости являются материальные затраты, которые включают в себя затраты на материалы, сырье, электроэнергию и прочие текущие затраты организации.

Помимо материальных затрат в состав себестоимости услуг могут быть включены такие затраты как:

- затраты на оплату труда, с учетом социального страхования;
- затраты на амортизацию основных фондов;
- прочие расходы, которые нельзя отнести к вышеприведенным группам.

Сумма затрат на оплату труда которая может быть включена в стоимость готового продукта, подробно раскрывается в законодательных актах РФ.

Законодательные акты раскрывают перечень затрат, которые могут быть включены в стоимость работ, услуг и готовой продукции.

Основной ошибкой при формировании себестоимости можно определить тот факт, что принцип производственной направленности сумм затрат зачастую не соблюдается на том или ином предприятии.

В результате такого распределения в себестоимость продукта могут быть включены даже затраты непроизводственного характера.

Касательно сумм социального страхования, которые также должны быть отнесены на себестоимость готового продукта, необходимо сделать акцент на такой момент, как источник формирования платежей во внебюджетные фонды, данный источником должен совпадать с источниками формирования затрат на оплату труда.

В первую очередь необходимо отметить, что в себестоимость готового продукта будут включаться изначально отчисления на социальное страхование сотрудников, занятых прямым процессом производства.

Из этого возникает задача разделения бухгалтерского учета затрат на две основные сферы: относящаяся к прямому производственному процессу, и не относящаяся, то есть данное направление затрат будет носить косвенный характер и включаться в себестоимость продукта будет только после пропорционального деления.

Стоит отметить тот факт, что если затраты на оплату труда реализуются за счет фонда чистой прибыли, то источников формирования платежей во внебюджетные фонды, также станет чистая прибыль.

Следующий элемент, включаемый в себестоимость и требующий внимания — суммы амортизационных отчислений. Амортизационные отчисления представляют собой основной элемент затрат и подлежат прямому включению в себестоимость готового продукта. Суммы износа основных фондов отражает уровень использо-



вания оборудования и суммы, сформированные за счет потребителя на обновления основного производственного фонда.

К основным проблемам настоящего времени в части формирования себестоимости продукта можно отнести не редкие случаи, в которых организация и ведение бухгалтерского учета, сориентирована в большей степени на необходимость формирования бухгалтерской отчетности и предоставление ее в налоговые органы, с целью формирования конечной суммы налога на прибыль.

Именно себестоимость продукты будет являться источником снижения налогооблагаемой базы, а значит и налога на прибыль. Процесс формирования достоверной

информации для налоговых органов к задачам бухгалтерского учета не относятся.

Основной задачей учета ставится формирование информации с целью оптимизации затрат производственного и непроизводственного характера, что упускается из виду на современном этапе функционирования предприятий.

Все факты свидетельствуют о том, что сами организации недостаточно заинтересованы в формировании и использовании учетной информации для целей оперативного управления, и зачастую такой подход способен привести к нарушению правил и требований, предъявляемых к бухгалтерскому учету и отчетности.

#### Литература:

1. Брызгалин, А. В. Профессиональные комментарии о составе затрат./А. В. Брызгалин. — Москва.: ИНФРА 2011 г.
2. Состав затрат, которые включаемы в себестоимость/под ред.. Рябова Р. И. — 4-е издание Москва: ИНФРА-М 2013 г.
3. Шнайдерман, Т. А. Состав и учет затрат, включаемых в себестоимость/Т. А. Шнайдерман. — Москва.: ИНФРА-М, 2011 г.

## Актуальность контроля расчетных операций организации на современном предприятии

Шаврина Елизавета Александровна, студент

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса, филиал в г. Находке

*Расчётные операции представляют собой значимый объект учета организации различных форм собственности и любых организационно-правовых форм, что и обусловило актуальность вопроса.*

**Ключевые слова:** расчёт, денежные средства, наличные и безналичные расчеты, организация, расчётный счет

Расчетные операции — это операции, предполагающие взаиморасчет между двумя взаимосвязанными сторонами. Расчётные операции могут быть как внутри организации. Так и за ее пределами. Так, например расчеты с персоналом по оплате труда можно отнести к внутренним расчетам, а расчеты с поставщиками и покупателями к внешним [1].

Среди внешних расчетов значимую роль играют поставщики и покупатели, так как именно данные категории обеспечивают организации бесперебойную работу, поставщики являются источников исходного материала, а покупатели являются потребителем изготовленной продукции, работы или услуги.

Таким образом, можно утверждать, что расчеты с данными категориями — одни из самых важных расчетов на предприятии или в организации.

Расчеты с поставщиками и подрядчиками — данный блок информации предназначен для обобщения информации о расчетах с поставщиками и подрядчиками за:

— полученные товарно-материальные ценности, принятые выполненные работы и потребленные услуги, включая предоставление электроэнергии, газа, пара, воды, а также по доставке или переработке материальных ценностей, расчетные документы на которые акцептованы и подлежат оплате через банк;

— товарно-материальные ценности, работы и услуги, на которые расчетные документы от поставщиков или подрядчиков не поступили (так называемые неотфактурованные поставки);

— излишки товарно-материальных ценностей, выявленные при их приемке;

— полученные услуги по перевозкам, в том числе расчеты по недоборам и переборам тарифа (фрахта), а также за все виды услуг связи и др.

Учет расчетов с поставщиками и подрядчиками — неотъемлемая составляющая учетной системы любого предприятия. Какой бы ни была фирма, она не может делать деньги из воздуха, обязательно возникнут расходы

на аренду помещения, коммунальные услуги, материалы (а в случае производства сырье), услуги и т. д.

А значит ведение учета расчетов с поставщиками и подрядчиками неизбежно. Документы с такими расчетами относятся к первичной документации.

Поставщики и подрядчики — это организации, которые поставляют предприятию необходимые ему товарно-материальные ценности или оказывают различные услуги. Первым документом, с которого начинается сотрудничество с поставщиком или подрядчиком является договор.

Договор с поставщиком должен содержать такую информацию:

- реквизиты обеих сторон;
- срок действия и/или сумма договора;
- предмет договора (товар и/или услуга);
- порядок и сроки предоставления товаров и/или услуг;
- порядок расчетов, документооборота и сверки между двумя организациями;
- порядок урегулирования споров и разногласий, а также штрафные санкции.

В зависимости от порядка расчетов, описанного в договоре, следующим документом, оформляемым в процессе взаимодействия предприятия с поставщиком, является счет-фактура (если речь идет о предоплате) или накладная/акт выполненных работ.

Счета-фактуры выписывают поставщики для того, чтобы контрагент на их основании мог оплатить за товары или услуги.

Накладная — это документ, сопровождающий поступление товарно-материальных ценностей на предприятие.

Обычно ее оформляют вместе с актом приемки, где покупатель сможет указать расхождения по количеству или качеству поставленных товаров.

На предприятии-покупателе должны оформить доверенность на лицо, уполномоченное принимать товар. Доверенность вместе со вторым экземпляром накладной и акта приемки передается представителю поставщика.

В акте выполненных работ поставщик указывает оказанные услуги, дату их выполнения и стоимость.

Расчеты между поставщиками и покупателями производятся в основном в безналичной форме; в настоящее время они сами выбирают форму расчетов при заключении договоров.

Расчеты осуществляются либо непосредственно между сторонами возмездного имущественного отношения, либо с участием дополнительного субъекта — кредитной организации. Важнейшими нормативными актами, регулирующими данную сферу общественных отношений, являются Гражданский кодекс РФ (ст. 861–885), федеральные законы «О Центральном банке Российской Федерации (Банке России)», «О банках и банковской деятельности», различные нормативные акты Президента и Правительства РФ и нормативные акты Банка России.

Безналичным денежным обращением называется сумма платежей, осуществляемая путем перечисления

денежных средств по банковским счетам в безналичной форме, т. е. в форме записей на счетах [2].

Преимущества безналичного расчета:

- контроль денежного оборота;
  - расширение кредитных возможностей банковской системы;
  - безналичный оборот ускоряет оборот денежных средств и оборот материальных ресурсов.
- Значение безналичных расчетов велико, так как:
- безналичные расчеты способствуют концентрации денежных ресурсов;
  - безналичные расчеты способствуют нормальному кругообороту средств в народном хозяйстве.

Правила проведения безналичных расчетов устанавливаются Центральным банком РФ. В настоящее время действует Положение о безналичных расчетах в РФ, утвержденное ЦБ РФ 12 апреля 2001 г. № 2-П. Это положение содержит правила осуществления безналичных расчетов для юридических лиц.

Для осуществления безналичных расчетов кредитными организациями открываются счета клиентов и заключается договор между банком и клиентом.

Для проведения межбанковских безналичных расчетов банки открывают в других банках корреспондентские счета. Кроме того, для проведения межбанковских расчетов и других операций каждый банк имеет в ЦБ РФ корреспондентский счет.

Клиенты банка имеют право открывать в любом банке без ограничения следующие виды банковских счетов:

- расчетный счет. Он открывается коммерческими предприятиями и организациями, которые осуществляют свою деятельность по принципу самоокупаемости. В случае открытия нескольких расчетных счетов выделяется один из них, который будет называться «расчетный счет по основной деятельности»;

- текущие счета. Открываются юридическими лицами, предприятиями, организациями, учреждениями, финансирование деятельности которых идет из бюджета. Это некоммерческие организации (школы, институты и т. д.);

- для организаций и юридических лиц, которые систематически являются должниками по уплате налогов, открывается счет неплательщика по налогам дополнительно к имеющимся счетам. В этом случае операции по расчетному счету и текущим счетам прекращаются, и все поступления отражаются на счете неплательщика налога. С этого счета погашаются долги по налогам.

Списание денежных средств по счетам осуществляется:

- по распоряжению владельца;
- без распоряжения владельца счета, но только в тех случаях, которые предусмотрены законодательством, т. е. в бесспорном порядке;
- между плательщиком и получателем;
- между банком и плательщиком.

Процедура списания средств со счета предполагает применение расчетных договоров. Формы расчетных договоров устанавливаются положением, утвержденным ЦБ РФ.

Оплата со счета производится в пределах остатка на нем денежных средств. Но если банк и клиент заключают договор о кредите, то банк берет на себя обязательство в некоторых пределах оплачивать платежные документы клиента при отсутствии остатка денежных средств на счете, т. е. кредит.

Банки осуществляют операции по счетам на основании расчетных документов.

Расчетный документ представляет собой оформленное в виде документа на бумажном носителе или, в установленных случаях, электронного платежного документа:

- распоряжение плательщика (клиента или банка) о списании денежных средств со своего счета и их перечислении на счет получателя средств;

- распоряжение получателя средств (взыскателя) на списание денежных средств со счета плательщика и перечисление на счет, указанный получателем средств (взыскателем).

В Российской Федерации используются следующие расчетные документы:

- платежные поручения;
- платежные требования поручения;
- чеки;
- аккредитив;
- инкассовое поручение;
- электронные платежи.

Для совершения платежей расчетные документы печатаются в нескольких экземплярах исходя из потребностей участников расчетов. Первый экземпляр расчетного документа должен быть обязательно подписан должностными лицами, имеющими право распоряжаться счетом в банке и иметь оттиск печати. Списание средств со счета плательщика производится только на основании первого экземпляра расчетного документа. Второй экземпляр является копией.

Расчетные документы принимаются банком к исполнению в течение операционного дня банка.

Срок действия расчетных документов ограничен и составляет 10 дней, не считая дня его подписания.

Допускается, что клиент банка может отозвать свои расчетные документы.

Банки и предприятия несут ответственность за нарушение правил совершения расчетных операций в соответствии с действующим законодательством. Имущественная ответственность между банком и его клиентом определяется нормативными актами и договорами между банком и его клиентом.

Правильная организация расчетных операций обеспечивает устойчивость денежного обращения в стране и наиболее эффективное воздействие финансово-кредитных рычагов на дальнейшее развитие экономического производства.

Но для правильной организации и ведения безналичных расчетных операций требуется регулярный, четкий, планируемый контроль.

Основными задачами контроля и ревизии расчетных операций являются:

- определение законности, целесообразности и реальности их возникновения и осуществления;
- установление состояния соблюдения и путей дальнейшего укрепления расчетно-платежной дисциплины;
- повышения эффективности использования собственных и заемных денежных средств.

Контроль и ревизия расчетных операций нацелены не только раскрывать допущенные недостатки в их организации, но и предупреждать неправильное использование платежных средств.

По этой причине за состоянием расчетно-платежной дисциплины на каждом предприятии должен функционировать систематический контроль на всех стадиях формирования и реализации расчетных взаимоотношений, начиная от их планирования и заканчивая погашением задолженности.

По своей природе надежная система платежей имеет значимость для поддержания стабильности банков и финансовых рынков, а также проведения денежно-кредитной политики государства в целом [3].

Учитывая тот факт, что платежная система представляет собой жизненно важную часть финансовой системы, она требует пристального внимания со стороны Центрального банка. Наиболее яркими отличительными чертами условий, в которых развивается расчетная система России, являются наличие большой протяженности страны, необходимость больших и разветвленных расчетных сетей для эффективного проведения расчетов в максимально приближенном к реальному времени режиме по всей территории РФ.

Все проблемы связанные с безналичными расчетами можно разделить на три группы.

Первая группа проблем систем безналичных расчетов в России связана с достаточно низкой эффективностью таких платежей.

Вторая группа проблем посвящена определению возможности адаптации иностранных банковских технологий проведения расчетных операций в российской системе.

Третья группа проблем связана с минимизацией платежных рисков, что наиболее актуально и значимо на сегодняшний день.

Более того, можно сказать, что отдельные сегменты платежной системы значительно отличаются друг от друга по степени технологического развития. Основная часть платежей по-прежнему осуществляется через систему МФО расчетной сети Банка России, которая на сегодняшний день не соответствует предъявляемым требованиям не только по скорости расчетов, но, прежде всего по качеству их проведения (системы защиты, спектр платежных инструментов). Медленно идет интеграция в мировую платежную систему и использование ее достижений для улучшения как международных, так и внутрироссийских расчетов. Решение этих общих проблем, связанных с организацией расчетов, и других, сопутствующих раз-

витию каждой из подсистем межбанковских расчетов идет по следующим основным направлениям:

- совершенствование форм организации расчетов через расчетную сеть Банка России;
- широкое использование электронных платежей и современных технологий с использованием вычислительной техники и компьютерных сетей;
- развитие новых форм организации расчетов.
- остановимся подробнее на каждом из этих направлений.

Банк России уже не первый год ведет работу по совершенствованию платежной системы нашей страны, которая способствует постепенному улучшению качества расчетов и подготавливает платформу для введения более современных форм организации расчетов. Помимо чисто

технической модернизации системы расчетов через РКЦ разработаны и постепенно внедряются меры по совершенствованию методологических основ проведения расчетов. Без солидной правовой базы платежная система России будет подвержена нестабильности и будет включать в себе постоянный правовой риск для банков и всей экономики в целом. Электронные платежи — динамичная область права не только в нашей стране, но и за рубежом.

Обобщая все вышесказанное, можно заключить, что безналичные формы расчетов, в том числе и с поставщиками занимают значимое место в современной организации, но так как расчетные операции сложно и важны — организации должны регулярно их контролировать, анализировать и наблюдать за ними

#### Литература:

1. Гражданский кодекс РФ: часть I от 30.11.1994 № 51-ФЗ
2. Соловьёва, Е.В. Внутренний контроль налоговых обязательств на производственных предприятиях. Электронный ресурс. Режим доступа: <http://www.scienceforum.ru/2014/728/6092>
3. Понятие и цели финансового контроля. Электронный ресурс. Режим доступа: <http://www.grandars.ru/student/finansy/ponyatie-finansovogo-kontrolya.html>

## Особенности учета и налогообложения в бюджетных учреждениях

Юлчибаева Карина Ганишиервна, студент

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса, филиал в г. Находке

*В данной статье раскрывается вопрос значимости и сущности бюджетного учреждения в современном мире. Также раскрывается вопрос особенности налогообложения в сфере деятельности бюджетного учреждения.*

**Ключевые слова:** бюджет, налог, деятельность, учет, экономика

Актуальность заявленной темы основывается на том факте, что бюджетные организации, то есть организации, зависящие от бюджета находящиеся под ведомством государственных органов были, есть и будут.

Бухгалтерский учет по своей сути представляет формирование документированной систематизированной информации об объектах, предусмотренных Федеральным законом от 6 декабря 2011 г. № 402-ФЗ «О бухгалтерском учете», в соответствии с требованиями, установленными этим законом, и составление на ее основе бухгалтерской (финансовой) отчетности (п. 2 ст. 1 Закона № 402-ФЗ).

Бюджетные организации ведут бухгалтерский учет на основании Единого плана счетов бухгалтерского учета для государственных (муниципальных) учреждений и Инструкции по его применению, утвержденным Приказом Минфина России от 1 декабря 2010 г. № 157н. Данный документ устанавливает основные принципы учета имущества и обязательств бюджетных организаций. При этом

бюджетники отражают все хозяйственные операции в бухгалтерском учете в соответствии с Планом счетов бухгалтерского учета бюджетных учреждений и Инструкции по его применению, утвержденным Приказом Минфина России 16 декабря 2010 г. № 174н.

Правила ведения учета в учреждениях зависят от их статуса. Они устанавливаются исходя из правовых положений данных учреждений (в соответствии с Федеральным законом от 8 мая 2010 г. № 83-ФЗ). Учреждения подразделяются на три типа [1]:

- казенные;
- бюджетные;
- автономные.

Отметим, что порядок финансирования зависит от типа учреждения. Эти учреждения могут финансироваться по двум схемам.

Первая — финансирование за счет средств соответствующего бюджета бюджетной системы РФ (применима к казенным учреждениям как к получателям бюджетных

средств). Здесь предусмотрена сметная система финансирования.

Вторая — финансирование путем предоставления субсидий на выполнение государственных и муниципальных заданий (распространяется на бюджетные и автономные учреждения).

Порядок распоряжения имуществом зависит от вида имущества и типа того учреждения, которое его учитывает. За казенными, бюджетными и автономными учреждениями имущество закрепляется на праве оперативного управления. Они владеют и пользуются активами в соответствии с целями своей деятельности, назначением этого имущества в установленных законом пределах.

Все учреждения должны вести бухгалтерский учет на основании нормативных документов. Порядок применения нормативных актов также зависит от типа учреждения [3].

Принципы бухгалтерского учета учреждениями, финансовыми органами и органами, осуществляющими кассовое обслуживание, определены Инструкцией по применению Единого плана счетов.

Бухгалтерский учет ведется методом двойной записи.

Счета учета должны быть включены в рабочий план счетов субъекта учета и взаимосвязаны. Рабочий план счетов разрабатывается и утверждается на основании соответствующего Плана счетов и Инструкции по его применению. Об этом сказано в пункте 21 Инструкции по применению Единого плана счетов. Рабочий план счетов утверждается в составе учетной политики учреждения (как отдельное приложение) или его можно закрепить отдельным внутренним нормативным актом (приказом руководителя). Хозяйственная операция на счетах учета отражается строго на основании первичных учетных документов.

При ведении бюджетного учета применяют метод начисления (результаты операций признаются по факту их совершения).

Дополнительно отметим, что автономные учреждения применяют План счетов бухгалтерского учета, соответствующий типу данного учреждения. На основании общих норм утверждается рабочий план счетов бухгалтерского учета. Каждый счет Плана счетов имеет 26 знаков. Аналитические коды в номере счета рабочего плана счетов отражают в специальном порядке. А именно:

- в разрядах 1–17 — аналитический код по классификационному признаку поступлений и выбытий;
- в разряде 18 — код вида финансового обеспечения (деятельности);
- в разрядах 19–23 — синтетический код счета Единого плана счетов;
- в разрядах 24–26 — аналитический код вида поступлений, выбытий объекта учета (коды КОСГУ).

Код вида финансового обеспечения (деятельности) в разряде 18 аналитического счета может принимать значения от 1 до 9.

Государственные (муниципальные) учреждения, финансовые органы соответствующих бюджетов и органы, осуществляющие их кассовое обслуживание, используют следующие значения:

- 1 — деятельность, которая ведется за счет средств соответствующего бюджета бюджетной системы РФ (бюджетная деятельность);
- 2 — приносящая доход деятельность (собственные доходы учреждения);
- 3 — средства во временном распоряжении;
- 4 — субсидии на выполнение государственного (муниципального) задания;
- 5 — субсидии на иные цели;
- 6 — бюджетные инвестиции;
- 7 — средства по обязательному медицинскому страхованию.

Финансовые органы отражают операции, проведенные в рамках кассового обслуживания бюджетных и автономных учреждений и иных некоммерческих организаций, которые не являются участниками бюджетного процесса.

Для этого применяют такие коды [2]:

- 8 — средства некоммерческих организаций на лицевых счетах в части операций с собственными средствами учреждения (организации), со средствами во временном распоряжении и с субсидией на выполнение государственного (муниципального) задания, учитываемых на лицевом счете учреждения (организации);
- 9 — средства некоммерческих организаций на отдельных лицевых счетах в части операций с субсидиями на иные цели и бюджетными инвестициями, учитываемых на отдельном лицевом счете.

Использование бюджетной классификации при отображении хозяйственных операций учреждений позволяет организовать аналитический учет.

Данные бухгалтерского учета о видах имущества, обязательствах и хозяйственных операций по определенным экономическим признакам обобщаются на синтетических счетах (разряды 19–23 номера счета).

По существу учреждения работают с девятью знаками бюджетного счета, а 17 знаков — это бюджетная классификация, которая будет повторяться в однородных операциях.

Единый план счетов состоит из пяти разделов, которые сгруппированы по экономическому содержанию.

В первом разделе — «Нефинансовые активы» — представлены счета для учета основных средств, нематериальных и произведенных активов, амортизации, материальных запасов, вложений в нефинансовые активы, нефинансовых активов в пути и нефинансовых активов имущества казны.

Во втором разделе — «Финансовые активы» — сосредоточены счета для учета денежных средств учреждения, средств на счетах бюджетов (органа казначейства), финансовых вложений, расчетов, а также вложений в финансовые активы.



В третьем разделе — «Обязательства» — представлены счета для учета расчетов с кредиторами, по принятым обязательствам, прочих расчетов с кредиторами, внутренних расчетов по поступлениям и по выбытиям из бюджета.

В четвертом разделе — «Финансовый результат» — представлены счета для учета доходов и расходов, доходов и расходов будущих периодов и отражения финансового результата прошлых периодов.

В пятом — «Санкционирование расходов бюджетов» — сосредоточены счета для отражения информации о лимитах полученных и переданных бюджетных обязательств, а также о бюджетных ассигнованиях, суммах утвержденных сметой доходов и расходов по приносящей доход деятельности (планом финансово-хозяйственной деятельности учреждения), о принятых обязательствах (денежных обязательствах).

На забалансовых счетах учитываются:

- ценности, не закрепленные за учреждением на праве оперативного управления (арендованные основные средства, нефинансовые активы и т. п.);

- материальные ценности, которые учитываются вне балансовых счетов;

- расчеты;

- обязательства, ожидающие исполнения, а также дополнительные аналитические данные о проведенных операциях, необходимые для раскрытия сведений об исполнении бюджета в бюджетной отчетности.

Рабочий план счетов отражается в учетной политике. Под учетной политикой учреждения для целей бухгалтерского учета понимается принятая им совокупность способов ведения бухгалтерского учета: первичного наблюдения, стоимостного измерения, текущей группировки и итогового обобщения фактов финансово-хозяйственной деятельности. Кроме способов ведения бухгалтерского учета следует определить (в тех случаях, когда это допускается Налоговым кодексом РФ) способы исчисления налоговой базы и расчета каждого конкретного налога.

В учетной политике учреждения для целей бухгалтерского учета утверждаются (п. 6 Инструкции № 157н):

- рабочий план счетов бухгалтерского учета, содержащий применяемые счета бухгалтерского учета для ведения синтетического и аналитического учетов;

- методы оценки отдельных видов имущества и обязательств;

- порядок проведения инвентаризации имущества и обязательств;

- правила документооборота и технология обработки учетной информации, в том числе порядок и сроки передачи первичных (сводных) учетных документов в соответствии с утвержденным графиком документооборота для отражения в бухгалтерском учете;

- формы первичных (сводных) учетных документов, применяемых для оформления хозяйственных операций, по которым законодательством РФ не установлены обязательные для их оформления формы документов. При этом утвержденные учреждением формы документов должны содержать обязательные реквизиты первичного учетного документа, предусмотренные абзацем 2 пункта 7 Инструкции № 157н;

- порядок организации и обеспечения (осуществления) учреждением внутреннего финансового контроля;

- иные решения, необходимые для организации и ведения бухгалтерского учета.

Учреждение формирует учетную политику исходя из особенностей своей структуры, отраслевых и иных особенностей деятельности и выполняемых им полномочий. В учетной политике следует отражать только те способы (методы) ведения учета (бухгалтерского или налогового), в отношении которых законодательство предоставляет учреждению право выбора или оно самостоятельно в их определении.

Проблемным аспектом формирования бухгалтерского учета в бюджетной организации является нехватка специалистов данной сферы деятельности, так как деятельность носит узкую направленность, решение данной проблемы видится в повышении уровня значимости в сфере формирования специалистов бухгалтерского учета. В целом же обобщая материал, несмотря на специфику учета в бюджетной организации, учет базируется на тех же принципах и нормах, что и учет коммерческой организации.

#### Литература:

1. Петракова, И.Л. Особенности бюджетного учета/И.Л. Петракова // [http://www. glavbukh. ru/gubrika/19#ixzz3tkh2YJj3](http://www.glavbukh.ru/gubrika/19#ixzz3tkh2YJj3)
2. Качкова, О. Е. Квалификация фактов хозяйственной жизни в бухгалтерском учете/О.Е. Качкова// Бухгалтерский учёт и налогообложение в бюджетных организациях. — № 10. — 2015. — 32 с.
3. Кришталева, Т.И. Административная ответственность за нарушение правил ведения бухгалтерского учета/Т.И. Кришталева // Бухгалтерский учёт и налогообложение в бюджетных организациях. — № 10. — 2015—21 с.

## 15. РЕГИОНАЛЬНАЯ ЭКОНОМИКА

### Понятие и сущность региональных коммерческих банков

Корощенко Надежда Алексеевна, кандидат педагогических наук, преподаватель;

Мишина Наталья Михайловна, старший преподаватель, магистрант;

Симонова Ирина Владимировна, старший преподаватель

Тобольский педагогический институт имени Д.И. Менделеева (филиал) Тюменского государственного университета

Сегодня термин «региональный банк» имеет очень широкое применение, однако единое понятие в отечественной научной литературе отсутствует. Российские ученые не однократно пытались дать определение «регионального банка», что привело к огромному количеству трактовок, кроме того исследования по повышению эффективности региональных банков выделены в отдельную область в паспорте специальностей Высшей аттестационной комиссии России. Современные российские региональные банки трактуются как «особый феномен человеческой цивилизации» [7, с. 107].

Ассоциация региональных банков «Россия» предлагает ввести понятие «региональный банк». Важность формирования региональных банков в отдельную группу вызвана многими особенностями их функционирования, организационно-экономическими и институциональными условиями деятельности, качественным отличием экономических характеристик региональных банков от остальных банков Российской Федерации.

В России законодательно принятого определения «региональный банк» нет, поэтому традиционно при проведении исследований к региональным банкам относят банки, зарегистрированные на территории субъекта РФ. Это причинно определяется тем, что статистическая информация в региональном разрезе собирается по субъектам РФ. Центральный банк РФ, в целях анализа, в годовых отчетах понимает под региональными банками, банки созданные и функционирующие в регионах, не распространяющий своего влияния на Москву и московский регион. Но такой характеристики недостаточно для полного определения регионального банка, поскольку ей отвечают как крупные федеральные, государственные, дочерние иностранные, сырьевые, так и средние и малые банки, созданные в регионах [3, с. 40].

Ряд рейтинговых агентств, выделяя региональные банки в отдельную группу, исходят из различных показателей деятельности, например, величина собственного капитала, уровень капитализации, объем валюты баланса и т.д. в исследовании, проведенном рейтинговым агентством «Рус-Рейтинг», региональные банки выделены в отдельную группу, наряду со Сбербанком, госбанками, крупными федеральными банками, иностранными, мо-

сковскими, сырьевыми банками, по уровню капитализации, распределения активов и ресурсной базы.

Существуют и другие критерии выделения регионального банка, например, по контрольному пакету акций банка у региональных властей, что предопределяет сферу деятельности регионального банка, его роль, специфику. Так, Ю.Ю. Русанов отмечает, что деятельность региональных банков должна быть связана с потоками бюджетных средств, с государственными займами, региональными программами. Роль таких банков автор сводит к выполнению агентских функций регионального правительства. Однако, на практике это не всегда так, российская государственная политика ставит перед собой цель сокращения расходов и развитие самофинансирования у реальной сферы экономики, следовательно, региональные банки не всегда являются проводниками бюджетных средств.

М.Ш. Сагитдиновой, Р.Х. Мардановой, И.Р. Кошегуловой, под региональным банком понимают «...кредитную организацию, принимающую активное участие своими банковскими услугами в развитии экономики конкретного региона, выполняющую в рамках банковского законодательства определенные функции экономического регулирования региона и имеющую в своем капитале значительную долю средств регионального бюджета». Следует отметить, что В.В. Янин также выделяет одним из признаков отнесения банка к категории регионального, именно участие региональных властей, как в роли учредителей, так и в роли собственников [1, с. 10]:

- 1) учреждение региональными властями и муниципалитетами;
- 2) преобладание средств местных органов власти в уставном капитале (ресурсах) банка;
- 3) преимущественное обслуживание местных, муниципальных, бюджетных организаций, региональных органов власти, внебюджетных фондов;
- 4) ведение счетов бюджетополучателей местного бюджета.

Данный подход не учитывает, что региональный банк может осуществлять свою деятельность через сотрудничество с банками других регионов или столичными банками, которые не имеют взаимосвязей с экономикой конкретного региона.

Шахова И. Е. считает, что «...основными критериями принадлежности к региональному банку является: наличие филиальной сети на территории региона и его пределы при условии ее нормального функционирования, наличие широкого спектра услуг, социальная значимость банков и их весомая доля в предоставлении банковских услуг в своем регионе, качество обслуживания». Мы разделяем мнение, что региональный банк, наилучшим образом удовлетворяет потребности в своем регионе, через банковские продукты, подстроенные под конкретные группы потребителей. Так же, как и Шахова И. Е., не умаляем социальной значимости региональных банков, но опыт показывает, что региональные банки могут осуществлять свою деятельность как используя филиальную сеть, так и не создавая ее.

Бескорвайная Н. С. под региональным банком понимает банк, осуществляющий следующие направления деятельности:

- обеспечение наличными денежными ресурсами в необходимом объеме;
- бесперебойное ведение безналичных расчетов и платежей;
- кредитная поддержка социально-экономического комплекса региона;
- стимулирование привлечения средств граждан и мелких предпринимателей, а также эффективное их размещение;
- кредитование инновационно-инвестиционных проектов и социально-экономических программ;
- развитие консалтинговых услуг и нетрадиционных банковских операций.

Белоглазова Г. Н. «Муниципальные, или коммунальные, банки — это банки, находящиеся в собственности местных органов власти, по обязательствам которых солидарную, или субсидиарную, ответственность несет местный бюджет. Они создаются для кредитования коммунального хозяйства и других местных нужд. Эти банки действуют на принципах самоокупаемости, проводят политику, согласованную с местными властями, но независимы от них. Однако, в случае возникновения у такого банка серьёзных финансовых проблем, угрожающих их кредиторам и вкладчикам, местный бюджет приходит к ним на помощь, не допуская банкротства». Сегодня финансовая сфера нестабильна, склонна к возникновению кризисных явлений, поэтому для местного бюджета не целесообразно брать на себя роль регулятора финансовых проблем банков.

Современное банковское дело предлагает изучение сущности и статуса регионального банка с учетом разных подходов. Рыкова И. Н. и Андреянова Е. В. выделяют четыре основных подхода к определению сущности регионального банка:

1) клиентоориентированный подход, предполагающий работу банка только в одном регионе и с клиентами данного региона, таким образом, банковские услуги способствуют развитию экономики региона;

2) учредительский подход, предполагающий учреждение банка региональными властями и обслуживанием их;

3) статистико-административный подход, в соответствии с которым региональность банка определяется по факту регистрации на территории субъекта;

4) подход, в основе которого лежит региональное значение для территории данного региона. Каждый из данных признаков неоднозначный и поэтому спорный, в этой связи использовать данные признаки для определения регионального банка не представляется возможным.

В этой связи, следует внести дополнительные характеристики регионального банка, которые позволят выделить его из массива прочих банков, оперирующих на региональном рынке:

- 1) корни формирования собственного капитала лежат в регионе;
- 2) пассивы банка формируются в основном за счет средств населения и юридических лиц региона;
- 3) реализация банковских услуг осуществляется на рынке региона;
- 4) банк независим от финансовых ресурсов инорегиональных банков.

Таким образом, данные признаки определяют, что благополучное функционирование такого банка полностью зависит от финансового состояния бизнеса и благосостояния местного населения с одной стороны, и оказывает прямое влияние на экономическое благополучие данного региона — с другой стороны.

В развитие этих подходов можно выделить мнение О. И. Лаврушина, который при характеристике банковского сектора выделяет региональные банки по сфере обслуживания: «По сфере обслуживания банки делятся на региональные, межрегиональные, национальные, международные. К региональным банкам, обслуживающим главным образом какой-либо местный регион, относятся и муниципальные банки». Он указывает на такие характеристики: «...особенность деятельности региональных банков состоит в том, что они должны работать непосредственно на экономику региона, реализацию программ регионального развития. Исторически так было как в России, так и в других странах. Городские (муниципальные) банки успешно функционировали только потому, что они, в отличие от больших банков межрегионального и общенационального значения, осуществляли поддержку малого и среднего бизнеса, совместно с местной властью кредитовали социально важные проекты. Немаловажно и то, что местные банки при этом имели высокую степень доверия у населения, предпочитающего размещать в них, а не в других денежно-кредитных институтах свои капиталы. «Патриотизм» местных банков вполне окупался совместной заинтересованностью, как в развитии региона, так и в получении дохода».

Региональный банк — это организация, осуществляющая финансово-посреднические специализированные операции на территории региона с целью развития его эко-

номики, и зависящая от финансового состояния юридических и физических лиц данного региона. Региональные банки, безусловно, можно назвать специализированными финансовыми организациями, поскольку каждый отдельно взятый регион имеет специфику своего экономического развития, следовательно, банк вынужден предоставлять на рынок только те услуги, которые являются наиболее востребованными в рамках данного региона.

Учитывая выше сказанное нами было сформулировано следующее определение: региональный банк — это кредитная организация, созданная на территории конкретного региона и оказывающая влияние на экономическое благополучие данного региона.

Некоторые авторы являются противниками выделения понятия регионального банка. Так, А.В. Верников считает, что «если «региональный» — это банк ведущий бизнес вне Москвы, то такому критерию отвечают практически все ведущие российские банки, которые давно занимаются кредитованием в тех регионах, где для того есть потенциал. Если же имеется в виду место регистрации банка, то непонятно, почему оно является системообразующим признаком. Концентрация и централизация капитала не подчиняются внутренним административным границам. Когда банковские услуги доступны и качественны, а партнер вызывает доверие, то потребителю безразлично, какой области банк платит налоги» [4, с. 136].

Другие авторы считают, что слово «региональный» не нейтрально: акцент на происхождении банка косвенно поощряет местничество, обособляет региональные финансовые рынки и противопоставляет один регион России другим».

При сравнении этих двух «подходов», необходимо учитывать мнения обеих сторон. Безусловно, банки регионов Российской Федерации являются частью единого банковского сектора страны. Обладая определенными общими чертами и закономерностями развития, банки регионов имеют в то же время и свои особенности, обусловленные состоянием экономической конъюнктуры региона, его местом в системе межрегиональных хозяйственных связей.

Объединение этих подходов возможно в России, такой огромной по территории стране, с различной плотностью

населения, большими расстояниями между городами и сёлами, с сильной дифференциацией в экономическом развитии регионов. Должны пройти десятки лет, пока в регионы придут новые высокоскоростные технологии, линии связи и обмена информации, и то лишь туда, где они будут востребованы. Поэтому считаем, что, именно в таких «экстремальных» условиях, лучше всего работают региональные банки, заинтересованные в развитии своего региона, своей «малой Родины». Только региональные банки со своим местным управляющим заинтересованы в предоставлении доступных банковских услуг [2].

Основным качеством регионального банка является его способность оказывать влияние на экономику региона посредством использования банковского капитала. Наличие данного качества обеспечивается при формировании и функционировании регионального банка на основе следующих принципов:

1. Принцип адекватности. Он означает, что региональный банк должен соответствовать потребностям реальной экономики, то есть на практике это означает соответствие принимаемых нормативных актов реальным процессам в экономике (своевременность, полнота охвата).

2. Принцип функциональной полноты. Означает, что в региональный банк должен быть одновременно универсальным и специализированным, для более полного удовлетворения потребностей реального сектора региона.

Обобщая вышесказанное можно сделать следующие выводы. Региональные банки — это не просто кредитные организации, осуществляющие свою деятельность в регионе, а банки, тяготеющие к реальному сектору экономики, нашедшие для себя прочные экономические ниши и замкнувшие на себя важнейшие кредитные операции в регионах. Такие банки являются по-настоящему опорными для целых территорий, поскольку тесно вплетены в действующую сложную социальную систему принятия решений в регионах, согласования интересов, получения информации и обратной связи. Они проявляют оперативность в решении многих вопросов, так как находятся в непосредственной близости к региональному сектору экономики и способны наиболее компетентно решать проблемы на местном уровне.

#### Литература:

1. Жуков, Е. Ф. Банковское дело: учебник для бакалавров/Е. Ф. Жуков [и др.]; под ред. Е. Ф. Жукова. — М.: Издательство Юрайт, 2012. — 591 с.
2. Концепция развития финансового рынка России до 2020 г. Банковский сектор [Электронный ресурс]/Ассоциация региональных банков России. URL: [http://www.asros.ru/files/27-08-08\\_02.pdf](http://www.asros.ru/files/27-08-08_02.pdf) (дата обращения 01.11.2015)
3. Комаров, С. В. Региональные банки: проблемы и перспективы модернизационного развития/С. В. Комаров // «Экономика и современный менеджмент: теория и практика»: материалы XXVI международной заочной научно-практической конференции. (19 июня 2013 г.) — Новосибирск: Изд. «СибАК», 2013. — с. 11–16
4. Мандрыка, А. Ю. Региональная банковская система: сущность, элементы, проблемы функционирования. [Электронный ресурс]/Современные исследования социальных проблем (электронный научный журнал), № 11 (19), 2012. — Режим доступа: [www.sisp.nkras.ru](http://www.sisp.nkras.ru) (дата обращения: 20.09.2015).

5. Мазикова, Е.В. Анализ состояния регионального банковского сектора Тюменской области/Е.В. Мазикова, К.Ф. Исхакова // Молодой ученый. — 2014. — № 18. — с. 398–403.
6. Основные направления деятельности Ассоциации региональных банков России на 2014–2016 годы // Ассоциация региональных банков России — Москва — май 2014 г. — 16 с.
7. Шараборин, Е.В. Влияние банковского сектора на экономическое развитие и эффективную работу субъектов малого и среднего предпринимательства в Тюменской области/Е.В. Шараборин // Молодой ученый. — 2014. — № 21. — с. 465–467.

## Сравнение практик инициативного бюджетирования в Российской Федерации

Подхвятилина Мария Дмитриевна, аспирант;

Мирук Виктория Андреевна, студент

Сибирский институт управления — филиал Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации

*Данная статья включает анализ практик инициативного бюджетирования в Российской Федерации с целью выявления лучшего механизма управления расходами бюджета на территории субъекта Российской Федерации.*

Процесс активного вовлечения граждан в бюджетный процесс реализуется на территории Российской Федерации с 2007 года и на сегодняшний день представлен множеством форм. В связи с тем, что опыт субъектов в Российской Федерации свидетельствует о разнообразии форм поддержки инициатив и проектов граждан, было введено понятие «инициативное бюджетирование», которое включает в себя «набор практики вовлечения граждан в бюджетный процесс, предполагающий участие граждан в определении и выборе предметов расходования бюджетных средств, а также последующем контроле за реализацией отобранных проектов». [2, с. 42]

Анализ практик вовлечения граждан в бюджетный процесс позволяет выделить 4 основные формы: публичные слушания бюджета, софинансирование программ в социальной сфере, программа поддержки местных инициатив и партиципаторное бюджетирование. В свою очередь, данные формы, могут рассматриваться как самостоятельные механизмы по управлению расходами бюджета субъекта Российской Федерации. Определим краткое содержание каждой дефиниции.

**Публичные слушания** — это форма прямого волеизъявления граждан, реализуемая путем обсуждения жителями муниципального образования проектов муниципальных правовых актов по вопросам местного значения.

**Софинансирование** — это перераспределение расходной части бюджета со стороны органов власти и управления в пользу социально-значимых программ и проектов социальной сферы. (Например, софинансирование образовательных услуг, лекарственного обеспечения).

**Программа поддержки местных инициатив** — это механизм, позволяющий объединить финансовые ресурсы областного бюджета, бюджетов муниципальных образований, средства физических и юридических лиц, и направить их на решение социально-значимых проблем на основе проведения конкурса проектов.

**Партиципаторное бюджетирование** — это участие граждан в распределении бюджетных средств муниципального образования, заключающееся в расширении рамок участия населения муниципалитетов в бюджетном процессе путем созыва специальных комиссий, которые занимаются распределением выделенных денежных средств.

Для выявления лучшего механизма управления расходами бюджета в субъекте России рассмотрим более детально каждую из указанных форм, основываясь на следующих критериях: спектр проблем, на разрешение которых направлен механизм, территория распространения, комплексность механизма, основа возникновения, конечный продукт (результат) механизма.

Сравнительный анализ представленных механизмов указывает, на эффективность применения двух форм: программы поддержки местных инициатив и партиципаторное бюджетирование. Указанные формы направлены на больший спектр разрешения проблем, а также обладают комплексностью подхода, что позволяет говорить о большей прозрачности и открытости бюджета. Однако, партиципаторное бюджетирование, в отличие от программы поддержки местных инициатив, имеет значительное преимущество, так как обеспечивает большую открытость и понятность внутренней работы администрации муниципалитета, а также бюджетных процессов.



Таблица 1

## Сравнительная характеристика форм инициативного бюджетирования

Критерии/форма	Публичные слушания бюджета	Софинансирование программ	Программа поддержки местных инициатив	Партиципаторное бюджетирование
Спектр проблем (на что направлен механизм?)	Необходимость учета мнения населения муниципального образования по проектам бюджета муниципального образования [1]	Необходимость дополнительных вложений в развитии социальных программ в целях расширения круга получателей дополнительных благ	Необходимость развития социальной инфраструктуры за счет выделения на конкурсной основе субсидий из областного бюджета на реализацию наиболее важных для небольших территорий задач и проектов, иницированных населением.	Необходимость внедрения эффективных бюджетных решений в области расходов, установления контакта между властью и обществом, усиления общественного контроля
Территория распространения (каков охват?)	85 субъектов РФ	Кировская область	Ставропольский край, Кировская область, Тверская область, Нижегородская область, Хабаровский край, Республика Северная Осетия — Алания [2, с. 43]	Ленинградская область (г. Сосновый Бор), Вологодская область (г. Череповец), Красноярский край (г. Железногорск) [3]
Комплексность механизма (Существует ли разбиение процесса на последовательные этапы?)	Процедурный подход: регистрация, проведение слушания, составление протокола	Процедурный подход, основанный на бюджетном законодательстве	Процесс состоит из двух этапов, включающих отдельные процедуры, начиная от выявления проблем, заканчивая реализацией проекта, победившего по результатам конкурса	Процесс состоит из 3 этапов со множеством процедур, начиная от обучения основам бюджетного процесса, заканчивая оценкой эффективности реализуемых мероприятий
Основа возникновения	Законодательная (Федеральный закон от 06.10.2001 № 131-ФЗ)	Законодательная (Бюджетный Кодекс РФ)	Научные исследования (Центр инициативного бюджетирования при Научно-исследовательском финансовом институте)	Научные и общественные исследования (Европейский университет в Санкт-Петербурге, Комитет гражданских инициатив)
Конечный продукт (Какой результат?)	Предложения, поправки, замечания участников публичных слушаний об одобрении или отклонении проекта бюджета	Расширенный спектр получателей общественных благ в рамках реализованной программы	Реализованный проект, победивший в результате процедуры конкурса	Реализованный проект (ы), набравший (ие) наибольшее количество голосов жителей муниципального образования

## Литература:

1. Федеральный закон от 06.10.2003 № 131-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации» Электронный ресурс. URL: [https://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_44571/](https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_44571/) (дата обращения: 20.02.2016)

2. Доклад Министерства финансов Российской Федерации «О лучшей практике развития «Бюджета для граждан» в субъектах Российской Федерации и муниципальных образованиях за 2015 год» Электронный ресурс. URL: [http://www.minfin.ru/ru/document/?id\\_4=93505](http://www.minfin.ru/ru/document/?id_4=93505) (дата обращения: 15.02.2016)
3. Шилов, Л.А. Партиципаторный бюджет. Как граждане участвуют в распределении муниципальных средств/ [Электронный ресурс]. URL: <http://komitetgi.ru/news/news/1799/> (дата обращения: 15.02.2016)

## Анализ кредитных и депозитных операций коммерческих банков в 2014–2015 годах

Рыскина Алевтина Викторовна, студент

Научный руководитель: Субракова Людмила Константиновна, кандидат экономических наук, доцент  
Хакасский государственный университет им. Н.Ф. Катанова

*В статье проанализирована реализация денежно-кредитной политики Банка России, причиной которой стали введенные в отношении России санкции в 2014 г. Рассмотрены изменения, произошедшие в экономике Республики Хакасия, подведены итоги и предложены рекомендации.*

**Ключевые слова:** санкции, девальвация, инфляция, денежно-кредитная политика Банка России, ключевая ставка, экономика Республики Хакасия.

На сегодняшний день, каждый из нас знает о том, что Россия находится в трудной экономической и политической ситуации, что связано, прежде всего, с введенными санкциями в 2014 г. В отношении страны были введены несколько видов ограничений: визовые, финансовые и секторальные санкции. Каждый вид санкций, принес достаточно проблем, как населению Российской Федерации (далее — РФ) и организациям независимо от их масштаба деятельности, так и всей стране в целом.

Основным ударом по всей банковской системе стало введение против России финансовых санкций, которые ограничили доступ российским банкам к внешним выгодным рынкам капитала. Однако, говоря о воздействии санкций на масштабы всей страны, необходимо отметить наиболее мощный по воздействию вид ограничений — секторальные санкции. Данный вид ограничений был направлен на нефтегазовый сектор экономики. Сущность

таких ограничений заключалась в том, чтобы, используя рыночный механизм, понизить стоимость нефти, что, необходимо отметить, удачно удалось сделать. В связи с этим, опасаясь за стремительные потери доходов бюджета, Центральный Банк РФ (далее — ЦБ РФ) отказался поддерживать национальную валюту России, впервые отпустив ее в свободное плавание. Это вскоре привело к девальвации рубля и бурному росту инфляции. Ухудшение экономической ситуации в России в целом не миновала и ее отдельные регионы, например, Республику Хакасию (далее — РХ, Хакасия). В Хакасии темп инфляции начал возрастать с октября 2014 г. и достиг максимальной отметки в декабре 2014 г., после чего пошел на снижение. До мая 2015 г. уровень инфляции в республике снижался и, как показывает тренд данного показателя, с мая 2015 г. по январь 2016 г. инфляция в Хакасии растет умеренным темпом (рис. 1). [1].



Рис. 1. Динамика уровня инфляции в Республике Хакасия, в % к пред. мес.

Помимо динамики уровня инфляции, произошли существенные изменения на рынке банковских услуг в РХ, вызванные негативными макроэкономическими процессами, происходящими в экономике (Табл. 1). [2].

Анализируя данные таблицы 2, можно выделить следующие изменения, происходящие на рынке банковских услуг в РХ: 1) Резкое сокращение привлеченных средств в декабре 2014 г.; 2) Сокращение выданных кредитов индивидуальным предпринимателям (далее — ИП) и юридическим лицам (далее — ЮЛ) в декабре 2014 г.; 3) Увеличение выданных кредитов физическим лицам (далее — ФЛ) в декабре 2014 г.; 4) Ужасающее сокращение объемов выданных кредитов ЮЛ, ИП и ФЛ в феврале 2015 г.; 5) Увеличение объемов выданных кредитов и привлеченных депозитов с марта по настоящее время.

Указанные изменения на рынке свидетельствуют об изменении ситуации в банковском секторе Хакасии, и о том, что существуют факторы, оказавшие непосредственное влияние на него. Необходимо отметить, что отправной точкой такой реакции явились введенные в отношении страны ограничения, в результате которых в российской экономике начали активность негативные макроэкономические процессы. Девальвация рубля и стремительный рост инфляции стали основной причиной массового оттока капитала со стороны банковской системы: большинство людей снимали размещенные средства со своих счетов и инвестировали их в различные объекты. Это объясняет сокращение привлеченных средств (на 26,2%) и увеличение вы-

данных кредитов ФЛ (на 4,6%) банками Хакасии в декабре 2014 г. Обратная ситуация наблюдается в количестве выданных кредитов ИП и ЮЛ в этом же периоде. Их объем сократился на 12%, что обусловлено сокращением спроса на банковские услуги со стороны малого и среднего бизнеса, вызванное ухудшением положения данной категории заемщиков на фоне общего снижения темпов производства и усиления экономической неопределенности.

Резкое ухудшение социально-экономической ситуации, а именно стремительный рост инфляции, массовый отток средств вкладчиков, которые путем их расходования еще больше провоцировали рост инфляции, снижение покупательной способности рубля и др., требовало немедленного принятия мер со стороны государства, в лице которого выступил ЦБ РФ. С помощью приоритетного инструмента денежно-кредитной политики, как отмечает Банк России, ключевой ставки, ЦБ РФ 16.12.2014. резко повышает ее до 17%, увеличив ее на 6,5 п. п. (рис. 2). [3].

Применение данного инструмента было направлено на ослабление инфляции и деловой активности, что является целью денежно-кредитной политики.

Резкое повышение ключевой ставки означает, что коммерческие банки (далее — КБ) могут привлекать ресурсы у ЦБ РФ по большей стоимости, т. е. процентной ставке, нежели ранее. Кроме того, на фоне ограничения доступа к внешнему фондированию, российские банки вынуждены кредитоваться у Банка России, что усиливает действие примененного инструмента. Результатом проведенной по-

Таблица 1

Объем предоставленных и выданных кредитов банками Республики Хакасия

Период	Объем предоставленных кредитов				Привлеченные средства от организаций, юридических лиц и физических лиц	
	Юридическим лицам и индивидуальным предпринимателям, млн. руб.	Темп прироста, %	Физическим лицам, млн. руб.	Темп прироста, %	Млн. руб.	Темп прироста, %
дек. 11	16515	-	20152	-	19321	-
дек. 12	19119	15,8	21919	8,8	21919	13,4
дек. 13	22832	19,4	21742	-0,8	26093	19,0
дек. 14	20085	-12,0	22751	4,6	19247	-26,2
январ. 15	21613	7,6	24686	8,5	19131	-0,6
февр. 15	474	-97,8	416	-98,3	18649	-2,5
март. 15	1006	112,2	1377	231,0	19036	2,1
апр. 15	1704	69,4	2251	63,5	19089	0,3
май. 15	2534	48,7	3191	41,8	20319	6,4
июн. 15	3177	25,4	3921	22,9	20476	0,8
июл. 15	4267	34,3	5401	37,7	21224	3,7
авг. 15	5794	35,8	6748	24,9	21320	0,5
сен. 15	7270	25,5	8022	18,9	22052	3,4
окт. 15	8790	20,9	9498	18,4	29201	32,4
ноя. 15	9719	10,6	10865	14,4	28772	-1,5
дек. 15	11043	13,6	12082	11,2	29088	1,1
январ. 16	13378	21,1	13831	14,5	30920	6,3

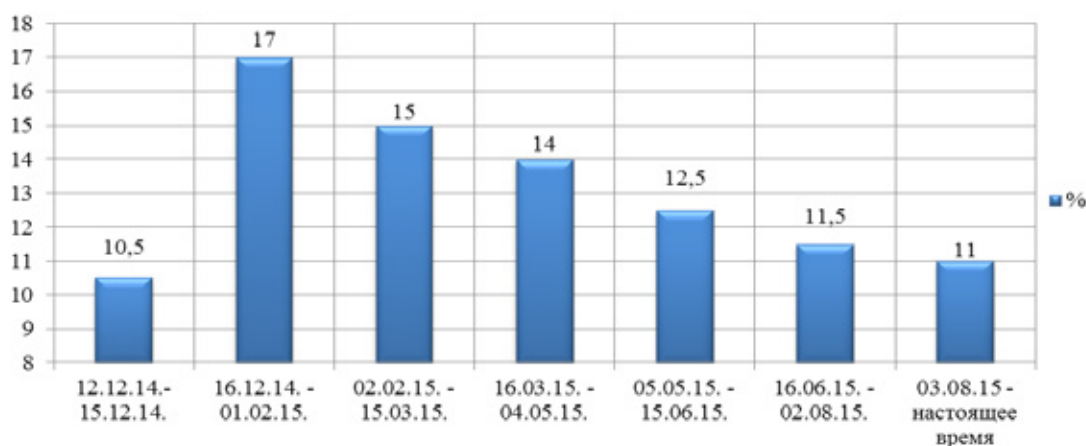


Рис. 2. Ключевая ставка Банка России, в %

литики становится резкое сокращение ресурсной базы КБ, что требует проведения последними политики в области процентных ставок, для того, чтобы сохранить прибыль. Процентная политика является целью денежно-кредитного регулирования, в результате которого резко уменьшились объемы кредитования и создана основа для притока денег в банковский сектор. Увеличение ставок по кредитам, т. е. их удорожание, приводит к уменьшению объемов кредитования, а повышение ставок по депозитам — к притоку капитала в банковскую систему.

В качестве оценки эффективности проведенной политики рассмотрим изменения в банковском секторе и в динамике уровня инфляции в РХ после ее проведения. Итак, можно заметить, что резкое повышение ключевой ставки в декабре 2014 г., продолжавшееся до февраля 2015 г., отразилось на объемах кредитования в феврале 2015 г. Динамика объема предоставленных кредитов субъектам экономической деятельности подтверждает это. Так, кредиты, предоставленные, как ЮЛ и ИП, так и ФЛ сократились в обоих случаях на приблизительно на 98 %. Рассматривая динамику уровня инфляции в РХ, следует отметить, что уже в мае 2015 г. уровень инфляции уменьшился на 2,2 %, а в сентябре — на 2,0 % по сравнению с декабрем 2014 г.

Обобщая анализ, можно выделить характерные черты, присущие современной экономике Хакасии: 1) Стремительный рост инфляции в РХ остановлен, однако наблюдается умеренно-высокий ее уровень. Более того, ориентируясь на тренд, можно заметить увеличение ее уровня; 2) Финансовые ограничения продолжают свою активность наряду с высокой ключевой ставкой, что вдвойне оказывает давление на ресурсную базу банков; 3) Наблюдается потеря доверия населения к национальной валюте России, что влечет за собой ряд негативных для экономики последствий. Население предпочитает тратить деньги, нежели сберегать по причине высокого уровня инфляции и девальвации валюты.

Итак, несмотря на то, что стремительный рост инфляции остановлен, на сегодняшний день наблюдается

трендовое ее увеличение. Постоянный рост цен сформировал стремление населения тратить деньги, а не сберегать их, так как в современных условиях доход любого человека позволяет купить «сегодня» больше, чем «завтра». Это сводится к серьезной проблеме, так как часть населения, располагающая свободными денежными средствами, не несет их в банк, а тратит их, тем самым, оказывая негативное влияние на банковский сектор региона и провоцируя рост инфляции. Такое поведение абсолютно логично: зачем хранить то, на что можно купить сегодня больше, чем завтра. Кроме того, зачем класть деньги в банк, если процентные ставки не оправдывают уровень инфляции. Так рассуждает большинство людей, что непосредственно можно увидеть на рис. 3. [4].

Так, по рис. 3, в 2013 г. сбережения во вкладах и ценных бумагах в РХ составили 5441934 тыс. руб., в 2014 г. — (-1593436) тыс. руб.

Исходя из сложившейся ситуации, т. е. при сокращении сбережений, невозможно исключить следствие такой ситуации, когда люди, располагающие большим количеством денежных средств будут предоставлять их в долг нуждающимся в них, под проценты, более низкие, чем в КБ, но более высокие, нежели инфляция. Таким образом, человек, располагающий свободными денежными средствами, будет получать больший доход, не отдавая деньги в банк. Банковская же система может претерпеть серьезные проблемы.

Парадокс сложившейся ситуации в банковской системе РХ заключается в том, что, во-первых, большинство банков не может повысить процентные ставки по вкладам и тем самым увеличить уровень капитала, во-вторых, в банковском секторе имеется достаточное количество банков, неспособных выжить в условиях кризиса. Такой расклад не оказывает положительного влияния на банковский сектор, экономику региона и страны в целом. В связи с этим можно утверждать, что наиболее выигрышны в подобных ситуациях крупные банки, имеющие наибольшую устойчивость к колебаниям величины

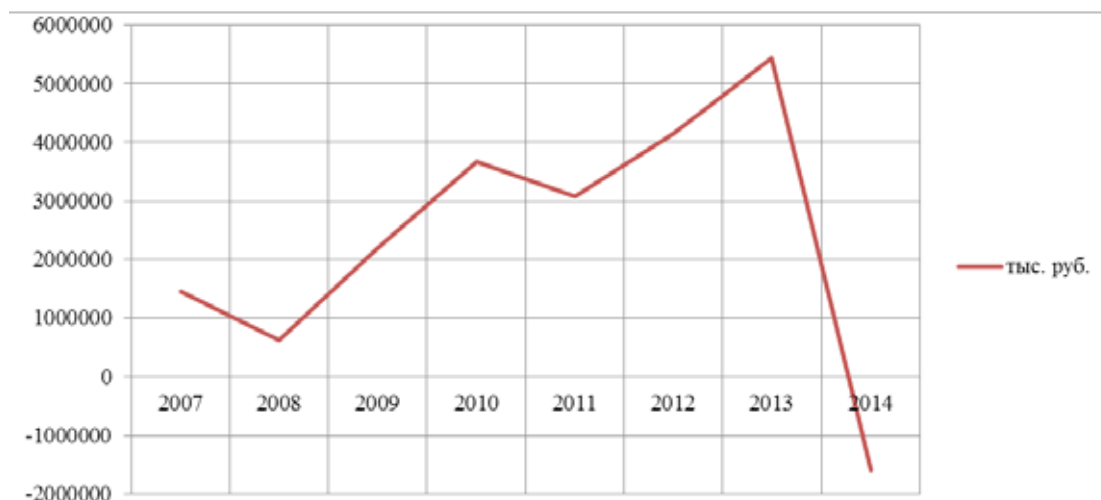


Рис. 3. Сбережения во вкладах и ценных бумагах, тыс. руб.

их ресурсов и прибыли. Мелкие банки, имея постоянных клиентов, при неспособности выжить в современных условиях могут оказать существенное негативное влияние на доверие населения к банковской системе. Исходя из этого, мелким банкам можно порекомендовать консолидироваться в более крупные, что позволит им быть более

устойчивыми в условиях нестабильности в стране. Таким образом, банков будут меньше, но по ресурсной базе они будут более крупные, тем самым более устойчивы. Это исключает их банкротство в условиях волатильности экономики, что положительно влияет на экономику всей страны и ее экономических субъектов.

#### Литература:

1. Хакасстат [Электронный ресурс] // <http://hakasstat.gks.ru/> (Дата обращения 01.03.2016).
2. Сведения о размещенных и привлеченных средствах. Банк России [Электронный ресурс] // <http://www.cbr.ru/statistics/?Prtid=sors> (Дата обращения 01.03.2016).
3. Ключевая ставка и ставка рефинансирования [Электронный ресурс] // Режим доступа: СПС «Гарант» (Дата обращения 01.03.2016).
4. Баланс денежных доходов и расходов населения Республики Хакасия. Хакасстат [Электронный ресурс] // <http://hakasstat.gks.ru/> (Дата обращения 01.03.2016).

## Инвестиционная привлекательность Орехово-Зуевского района

Строкова Анастасия Александровна, студент  
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации

**И**нвестиционная привлекательность региона — главная составляющая роста интереса к региону со стороны как российских, так и иностранных инвесторов. Это означает поступление в регион дополнительных финансовых ресурсов, ускорение его развития и, в конечном итоге, повышение качества жизни населения в регионе.

Рассмотрим Орехово-Зуевский район, который является административно-территориальной единицей и муниципальным образованием на востоке Московской области России.

Данный район занимает выгодное экономическо-географическое положение, имеет выход на федеральные и региональные автодороги. На территории района нахо-

дятся два железнодорожных узла со станциями «Орехово» и «Куровская».

Крупнейшая река района — Клязьма, которая имеет многочисленные притоки. Из почв наиболее распространенными являются подзолисто-болотные и дерново-подзолистые, при должном уходе некоторую ценность могут представлять болотные торфяные почвы на северо-востоке. Ценные для района серые лесные почвы залегают на юго-западе.

Орехово-Зуевский район обладает эксплуатируемыми запасами леса, а также значительными запасами торфа — до 15 млн. тонн, качественных каолиновых и кирпичных глин и строительных песков [1].



Главная цель инвестиционных проектов, которые будут реализованы в ближайшее время в сельскохозяйственной сфере — это сформировать на территории муниципального образования условия для развития высокотехнологического кластера мясомолочной промышленности и не только полностью обеспечивать своей продукцией население района, но и экспортировать ее в другие регионы.

В развитие промышленности района также будут вкладываться инвестиционные средства для модернизации производства, строительства складских помещений и много другого.

В последние годы активное развитие получает создание индустриальных парков. В районе ведутся работы по созданию двух таких парков, они будут созданы по типу «Гринфилд», то есть создаются на вновь отведенных, не застроенных территориях и специализируются в области производства и логистики. Создание индустриальных парков сейчас особо актуально, так как они являются важнейшим фактором поддержки импортозамещения в России.

Перейдём к рассмотрению городского округа Орехово-Зуево, его приоритетной задачей является улучшение инвестиционной привлекательности. Рассмотрено и одобрено 3 проекта с общим объемом инвестиций более полутора миллиардов рублей и планируемым созданием шестисот рабочих мест. Кроме того, продолжается работа по размещению на свободных земельных участках индустриальных парков.

На сегодняшний момент 34 предприятия располагают свободными земельными участками и производственными площадями, они готовы к сотрудничеству по привлечению инвесторов на свободную территорию.

На сегодняшний день разработана «Дорожная карта» по улучшению инвестиционного климата городского округа Орехово-Зуево. Ее реализация позволит привлечь предпринимателей, решивших вложить свои денежные средства на территории города.

Культурная программа «Орехово-Зуево — Родина российского футбола», организуемая в рамках чемпионата мира, способна в значительной степени активизировать все стороны жизни города, привлечь инвестиции. Она поставит Орехово-Зуево в один ряд с российскими городами, которые примут матчи чемпионата. Он вполне может стать местом притяжения многих известных спортсменов, гостей мирового турнира, которым будет интересно познакомиться с историей российского футбола [2].

Далее рассмотрим городское поселение Ликино-Дулево, которое входит в состав Орехово-Зуевского района. Одним из основных факторов, благоприятно влияющих на развитие Ликино-Дулево, можно считать его выгодное экономико-географическое положение. Поселение расположено в непосредственной близости к основным точкам сбыта городу Орехово-Зуево с населением более 120 тыс. человек на расстоянии 10 км и к столичному центру Российской Федерации — Москве с населением более 10 млн. чел. на расстоянии около 90 км до центра столицы.

Желание жителей Москвы жить за пределами урбанизированного мегаполиса, в экологически благоприятной местности, но в относительной доступности до столичного центра, обеспечивающей комфортную маятниковую миграцию, делает городское поселение Ликино-Дулево особо привлекательным для постоянного, а также летнего, места жительства, что в свою очередь, в перспективе, создает предпосылки для миграционного прироста населения и трудовых ресурсов.

Еще одним положительным фактором является строительство к 2020 году третьего транспортного кольца, участок которого пройдет недалеко от западной части города Ликино-Дулево. Строительство будет способствовать созданию благоприятных предпосылок для возникновения новых узлов развития на территории Московской области. По прикидкам инвестиции здесь могут составить около 20 миллиардов рублей. Реализация проекта может дать мощный импульс экономическому развитию городского поселения Ликино-Дулево: стимулировать городское строительство, создать предпосылки для роста современных логистических центров, новых производств, инженерной, транспортной и деловой инфраструктуры на территории городского поселения, сформировать новые рабочие места [3].

Основные преимущества экономики города:

1. наличие высокотехнологичных предприятий, способных производить конкурентоспособную продукцию;
2. наличие свободных промышленных площадок;
3. высокая квалификация персонала городских предприятий.

Одно из преимуществ инвестиционной среды Ликино-Дулево заключается в том, что в настоящее время разработаны и действуют нормативные документы о поддержке инвестиционной деятельности, предоставляющие налоговые льготы, гарантии и мероприятия по поддержке инвестиционных проектов.

Если рассмотреть продукцию города на примере автобусного завода, то модель ЛиАЗ 5292 соответствует всем современным требованиям и имеет ряд сильных сторон в сравнении со своими альтернативами. Уже сейчас автобусы этой модели можно увидеть на улицах Москвы. Всего до 2016 года по контракту планируется изготовление 123 единиц транспорта.

По итогам национального рейтинга состояния инвестиционного климата в субъектах РФ в 2015 году Московская область вошла в группу регионов с комфортными условиями ведения бизнеса и заняла 22 место среди 76 субъектов, принимавших участие в рейтинговании [4].

В планах губернатора Андрея Воробьева, уже через три года сделать Подмоскovie одним из самых привлекательных регионов России. Данная стратегия рассчитана на период до 2020 г, за это время планируется привлечь дополнительно свыше 2 триллионов руб. Она предусматривает два направления.

Одним станет взаимодействие властей с инвесторами и распространение информации в целях повышения инве-

стиционной привлекательности Подмоскovie. Вторая область относится к административным изменениям.

По отношению к другим районам Московской области в плане социально-экономического развития Орехово-Зуевский район находится в середине списка. Помочь переломить эту ситуацию может привлечение инвесторов. Губернатор поставил задачу выхода района в число 15 первых в области. И все предпосылки к этому есть. Орехово-Зуевский район уже сегодня весьма плодотворно работает с инвесторами.

Необходимо также затронуть вопрос о кризисе инвестиционной деятельности. Не нужно забывать, что слово «кризис», написанное по-китайски, состоит из двух иероглифов: один означает «опасность», другой — «благоприятная возможность». Поэтому не исключено, что экономические санкции ускорят процесс привлечения инвестиций и развитие.

Рассмотрим меры поддержки со стороны органов местного управления. Необходимо отметить, что администрация района оказывает комплексное инвестиционное сопровождение. В части обеспечения инфраструктурой рассматривается возможность максимального использования незадействованных площадей. Владельцы предприятий и организаций, имеющие такие площади, могут войти

в программу по созданию промышленных округов и передать площади инвесторам на договорных условиях. Таким образом, потенциальный инвестор может минимизировать первоначальные вложения.

Очевидно, что инвестирование в экономику района связано с обеспечением благоприятного инвестиционного климата. Для этого будет проведена работа по обеспечению организационной основы для сопровождения инвестиционных проектов, реализованы меры по развитию конкурентных отношений на территории и в перспективе будет разработан рейтинг инвестиционной привлекательности муниципального образования.

Сегодня важно создать реальные стимулы для инвестиционных вложений, защитить права инвесторов, убеждать, находить общие цели и уметь договариваться.

Таким образом, Орехово-Зуевский район Московской области обладает достаточным количеством квалифицированной рабочей силы со сбалансированной стоимостью, хорошей транспортно-логистической инфраструктурой и поддержкой со стороны администрации инвесторов, создавая благоприятные условия для реализации новых проектов и предложений, способствующих укреплению экономического потенциала района и повышению его инвестиционной привлекательности.

#### *Литература:*

1. Официальный сайт Орехово-Зуевского муниципального района [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://oz-rayon.ru/> — (дата обращения: 19.03.2016).
2. Официальный сайт городского округа Орехово-Зуево [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://ozmo.ru/> — (дата обращения: 19.03.2016)
3. Официальный сайт городского поселения Ликино-Дулёво [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://www.ld-gorod.ru/> — (дата обращения: 20.03.2016).
4. Официальный сайт регионального информационного агентства Московской области «РИАМО» [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://riamo.ru/> — (дата обращения: 28.03.2016).

## **Особенности и возможности стратегического развития регионов в Республике Казахстан**

Турмаганбетова Айну́р Канышкызы, магистрант  
Актюбинский университет имени С. Баишева

Социально-экономическое развитие каждого из регионов Республики Казахстан в период экономического кризиса при внезапности изменений внешней и внутренней сред, инфляций и темпов экономического роста, нуждается в применении системы планирования на республиканском и региональных уровнях с целью соединения текущего, перспективного и стратегического планирования функционирования и развития народного хозяйства республики, регионов, индивидуальных и корпоративных участников рынка — хозяйствующих субъектов.

Социально-экономическое развитие каждого из регионов, народного хозяйства республики, повышение эффективности использования всех видов ресурсов зависят от планомерно-расчетного обоснования текущего функционирования, перспективного развития и стратегического целевого ориентирования региональной экономики на достижение необходимых результатов, от выполнения социально-экономических программ, определяющих не только повышение темпов экономического роста, выход национальной и региональных экономик из депрессивного состояния, но и увеличение объемов потребления соци-

альных и материальных благ, рост трудовой занятости населения.

Находясь в составе Советского Союза, Казахстан развивался в единой экономической системе, все производительные силы осуществлялись согласно общесоюзной схеме. При этом развитие регионов Казахстана мало учитывались. Президент РК Н.А. Назарбаев в своих Посланиях народу страны подчеркнул, что нельзя добиться форсированной диверсификации без реформы регионального развития, а индустриализация страны должна формировать новую парадигму региональной политики [1, 16]. Развитие региона — многомерный и многоаспектный процесс, который обычно рассматривается с точки зрения совокупности различных социальных и экономических целей. Даже если речь идет только об экономическом развитии, оно обычно рассматривается совместно с развитием социальным.

Социально-экономическое развитие включает в себя такие аспекты, как:

- рост производства и доходов;
- перемены в институциональной, социальной и административной структурах общества;
- перемены в общественном сознании;
- перемены в традициях и привычках [2, с. 112–121].

Формирование рыночных отношений в каждом из регионов республики осуществлялись на фоне глубоких кризисных явлений и в экономике, и в социальной сфере. Тем не менее, более чем за 20 лет Независимому Казахстану удалось пройти сложный путь перехода от планово-административной к новой демократически-рыночной парадигме регионального развития [3, с. 77]. Территориальные особенности, разный стартовый уровень, различия в структуре и специализации хозяйств, неоднозначность остроты и глубины кризисных процессов в первые годы рыночных реформ, темпов и форм их осуществления поставили регионы нашей страны в неравные условия, что способствовало углублению их дифференциации. По результатам исследовательского агентства «Рейтинг KZ», направленного на ранжирование регионов Казахстана по комплексу статистических показателей, были получены результаты, которые позволили обозначить слабые точки каждого из регионов, а также их изначальные преимущества относительно среднереспубликанского уровня. В процессе анализа 19 статистических показателей были разделены на три группы: экономическая и социальная сфера, а также уровень жизни населения.

По результатам исследования административно-территориальные единицы разделены на три группы:

1. Регионы лидеры: города Астана и Алматы, Атырауская, Актыбинская, Мангистауская, Павлодарская области.
2. Регионы со средними показателями: Западно-Казахстанская, Карагандинская, Алматинская, Кызылординская области.
3. Регионы-аутсайдеры: Восточно-Казахстанская, Костанайская, Северо-Казахстанская, Акмолинская, Южно-Казахстанская и Жамбылская области.

Таким образом, выявленные результаты рейтинга отражают уровень развития региона, который обуславливается его географическим положением, качеством сырьевой базы либо особым статусом.

В ходе анализа подтвердился неофициальный статус Астаны как «города чиновников». Высокое место по ВРП в столице республики обеспечивается за счет непроизводственного сектора. По уровню производства промышленной и инновационной продукции на одного жителя г. Астана занимает одно из последних мест (14-е). Астана и Алматы характеризуются критическим уровнем преступности и дороговизной продовольственной корзины. Это объясняется повышенной привлекательностью для мигрантов, высокой долей регистрируемых преступлений, превышением спроса над предложением из-за высокого уровня доходов населения. Кроме того, г. Алматы отличается плохой экологией, что проявляется, в частности, в высокой смертности населения от онкологических заболеваний.

Атыраускую и Мангистаускую области объединяет ряд проблем, обусловленных сырьевым характером их экономики. В данных областях зафиксированы низкие показатели по производству промышленной продукции на человека, высокий уровень цен (прожиточный минимум), а также низкое качество педагогических кадров.

Наименьшее количество проблемных секторов имеют Актыбинская и Западно-Казахстанская области. Слабые точки Актыбинской области сосредоточены в социальной сфере: число коек в медицинских учреждениях (14-е) и доля педагогических кадров высшей категории (13-е). В Западно-Казахстанской области проблема качества педагогических кадров стоит еще более остро (15-е).

Павлодарскую и Карагандинскую области объединяют похожие проблемы, обусловленные развитым производственным сектором. К общим положительным характеристикам регионов относятся сравнительно большое производство инновационной продукции, невысокие цены и низкая доля самозанятого населения. Вопросы проблемного характера в данных регионах: численность активных субъектов малого бизнеса, низкая рождаемость и продолжительность жизни, смертность от онкологических заболеваний, а также низкие относительные показатели ввода жилья в эксплуатацию.

В Алматинской области требуют вмешательства исполнительных органов власти проблемы в экономической сфере (11-е), уровень жизни населения (14-е), количество коек в медицинских учреждениях (15-е). Последнее можно объяснить близостью и относительной доступностью медицинских учреждений г. Алматы для жителей области.

В Кызылординской области проблемная ситуация зафиксирована по 6 статистическим показателям. При этом по четырем из них область занимает последнее место по республике, в том числе по объему инновационной продукции. Жамбылская область, как и Южно-Казахстанская, имеет хорошие совокупные показатели в социальной

сфере. При этом в экономической сфере и по уровню жизни населения область занимает 16-е и 15-е места соответственно [4].

С восстановлением положительной динамики экономических процессов главной задачей экономической политики государства стало обеспечение устойчивого экономического роста в каждом регионе страны. В этой связи появилась необходимость в развитии региональных теорий с целью обоснования новой региональной политики, соответствующей современным реалиям глобализации, учитывающей специфику Казахстана и его регионов, обеспечивающей рациональное размещение производительных сил, их устойчивое развитие и на этой основе повышение качества жизни населения, проживающего на каждой территории нашей страны [5, с. 4–6]. Как показал анализ, в современных исследованиях и программных документах Казахстана все больший акцент делается на точечный подход в региональной экономике. На этот подход нацеливает и Президент РК Н.А. Назарбаев в Послании народу страны, подчеркивая необходимость начать формирование центров экономического роста на западе, в центре, на севере, юге и востоке страны. В Казахстане в качестве центров роста развиваются, прежде всего, регионы, где складывается наиболее благоприятная среда для повышения инновационной активности, в частности имеются предприятия обрабатывающей промышленности как потенциально наиболее активные инноваторы, развита рыночная инфраструктура, финансовый сектор и сектор услуг. При этом цель нового подхода в региональной политике в условиях экономического роста должна заключаться не столько в выравнивании уровня экономического развития регионов, как это делалось при советском планировании, а в обеспечении благосостояния населения и сокращении бедности на всей территории страны [6, с. 67].

Подводя итог, можно сказать, что благодаря новым условиям развития регионов Независимого Казахстана происходит формирование и осуществление «новой региональной политики», которая характеризуется следующими отличительными чертами. Во-первых, поддержка децентрализованных инициатив на уровне местных органов власти и самоуправления вместо государственных, безвозмездных субсидий. Положительный результат такой политики имел место в таких государствах как Италия и Китай. Во-вторых, стимулируется и поддерживается рост в беднейших регионах, что нашло отражение в активной региональной политике Бразилии, имевшей эффект в относительно бедных северо-восточных регионах страны. В-третьих, применяется комплексный подход, обеспечивающий использование конкурентных преимуществ региона и страны, а также оказывается содействие развитию региональных «точек роста». Наибольшее внимание уделяется инвестициям в инновации и научно-техническую сферу, в человеческий капитал. В-четвертых, в настоящее время в условиях глобализации мировой экономики получил распространение достаточно широкий подход к составу производительных сил, куда, наряду с традиционными экономическими показателями, включены новые элементы, такие как информационные, организационные и географическое положение. Выгодное географическое положение Республики Казахстан в центре Евразийского континента позволяет ей быть международным транспортным коридором, и использование территориального преимущества при достаточной развитости транспортной инфраструктуры может сыграть значительную роль в формировании эффективной структуры хозяйства страны. Перечисленные подходы к осуществлению региональной политики направлены на модернизацию хозяйства регионов, экономический рост, создание условий для социального развития и обеспечение экологической безопасности.

#### Литература:

1. «Послание Президента РК Н.А. Назарбаева народу Казахстана «Новое десятилетие — новый экономический подъем — новые возможности Казахстана» — в действии»: материалы республиканской научно-практической конференции (г. Алматы, 28 сентября 2010 г.) — Алматы, 2010. — 104 с.
2. Данилин, В. С., Смирнов С. Н., Яковлев А. А. Региональный аспект формирования и реализации целевых программ/«Методы обоснования перспектив развития регионов». Сборник докладов. Материалы Всероссийской научной — практической конференции. Москва, 27–28 мая 2004 г./М.: СОПС, 2004. с. 112–121.
3. Становление и развитие независимого Казахстана: социогуманитарный анализ, Алматы, 2011. 368 с.
4. Ранжирование регионов Казахстана. Результаты исследования агентства «Рейтинг KZ». [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://dknews.kz.htm>
5. Парамонов, В., Камилов И., Строков А.. Состояние и перспективы интеграции в Центральной Азии. // Экономическое обозрение. 2010. — 2. с. 4–6.
6. Лаумулин, М. Т. Казахстан в современных международных отношениях: безопасность, геополитика, политология. — Алматы, 2007. 185 с.

## 16. ДЕМОГРАФИЯ

### Современное состояние уровня жизни населения Республики Башкортостан

Гайнитдинова Вилена Ирековна, студент;

Лобанова Валентина Анатольевна, кандидат экономических наук, доцент

Башкирский государственный университет

**В** экономической литературе не существует однозначного определения категории уровень жизни населения, поэтому вопрос о перечне показателей, которые необходимы для адекватной статистической характеристики, также является дискуссионным. Уровень жизни, чаще всего определяется как обеспеченность населения необходимыми материальными благами и услугами, достаточным уровнем их потребления и степенью удовлетворения разумного и рационального потребностей. Уровень жизни необходимо рассматривать во взаимосвязи с общеэкономическими показателями, а также с критериями, связывающими общеэкономические показатели и уровень жизни — доходами населения, потребительским спросом, торговлей, ценами, госбюджетом, кредитом. Так, например, доходы населения являются ключевыми факторами, определяющими уровень жизни [3, с. 606].

Для анализа уровня жизни населения рассчитывают целый ряд статистических показателей, который отражает различные стороны данной категории:

- показатели доходов населения;
- расходы и потребление населением материальных благ и услуг;
- сбережения населения;
- накопленное имущество и обеспеченность населения жильем;
- дифференциация доходов населения, уровня и границ бедности;
- показатели состояния и охраны здоровья;
- качество и структура потребления продуктов питания, и т. д.

На практике, в качестве измерителей уровня жизни, применяют обобщающие показатели:

- валовой внутренний продукт;
- реальные доходы на душу населения;
- индекс потребительских цен;
- коэффициент младенческой смертности;
- индекс человеческого развития.

Проанализируем уровень жизни населения Республики Башкортостан на основе обобщающих показателей.

Таблица 1

Доходы населения Республики Башкортостан за 2012–2014 гг.

Показатель	2012	2013	2014	Темпы роста 2014/2012
Среднедушевые доходы населения, руб.	21267,5	23892,3	25945,0	121,9%
Реальные располагаемые денежные доходы, в % к предыдущему году	105,4	104,4	101,2	96,0%
Начисленная заработная плата одного работника, руб.	20264,7	22377,4	24987,6	123,3%
Реальная заработная плата, в % к предыдущему году	105,3	103,4	104,0	98,7%
Величина прожиточного минимума, руб.	5628	6368	7116	126,4
Доля населения с денежными доходами ниже величины прожиточного минимума, в % от общей численности населения	10,3	10,4	10,8	104,8%

Источник: составлено автором на основе данных, взятых из bashstat.gks.ru



Среднедушевые доходы населения Республики Башкортостан в 2014 году составили 25945 руб., что на 8,6% выше чем в предыдущем. Реальные располагаемые денежные доходы в 2014 году относительно 2013 года снизились на 3,2%. Они рассчитываются с целью устранения искажающего фактора инфляционных процессов и дают адекватную оценку изменения денежных доходов. Заработная плата в 2014 году составила 24987,6 руб., что на 11,6% выше уровня 2013 года. Что касается прожиточного минимума, то у него так же наблюдается положительная динамика — увеличение на 11,7% по сравнению с 2013 годом. Уровень бедности составил 10,8%, что на 0,4% выше чем в предыдущем.

Согласно определению Программы Развития Организации Объединенных Наций, «развитие человека (человеческого потенциала) представляет собой процесс расширения свободы людей жить долгой, здоровой и творческой жизнью, на осуществление других целей, которые по их мнению, обладают ценностью; активно участвовать в обеспечении справедливости и устойчивости развития на нашей общей планете. Принципиально важная идея концепции человеческого развития заключается в том, что уровень дохода, достигнутый в стране в настоящее время, не гарантирует экономического процветания в будущем, если полученный доход в достаточной мере не инвестируется в общее человеческое развитие, в поддержание социальной справедливости, обеспечение устойчивости позитивных результатов во времени, укрепление достоинства и основополагающих прав человека. Доход должен рассматриваться не как конечная цель, а как средство, расширяющее человеческий выбор в таких областях, как здоровье, образование, экономическая и общественная деятельность. В соответствии с этим концептуальным положением экспертами Программы развития ООН был предложен аналитический инструмент, позволяющий прямо или косвенно учитывать важнейшие параметры благополучия человека — индекс развития человеческого потенциала (ИРЧП) [1]. Рассмотрим индекс человеческого развития РБ за 2012–2014 годы.

Таблица 2

Индекс развития человеческого потенциала Республики Башкортостан 2012–2014 гг.

Показатель	2012	2013	2014	Темпы роста 2014/2012
Ожидаемая продолжительность жизни, лет	69,32	69,63	69,76	100,6%
Грамотность, %	99,6	99,6	99,6	100,0%
Доля учащихся среди молодежи, %	24,7	26,1	28,9	117,0%
ВВП на душу населения	25110,3	25662,7	25945,0	103,3%
ИРЧП	0,70	0,71	0,71	101,4%

Источник: составлено автором на основе данных, взятых из bashstat.gks.ru

ИРЧП рассчитывают по формуле:

$$I = \sqrt[3]{I_{\text{ж}} \times I_{\text{о}} \times I_{\text{д}}}$$

где,  $I_{\text{ж}}$  — уровень долголетия,

$I_{\text{о}}$  — уровень образования,

$I_{\text{д}}$  — уровень дохода.

При том, что долголетие определяется через продолжительность предстоящей жизни при рождении (ожидаемую продолжительность жизни):

$$I_{\text{ж}} = \frac{x_i - x_{\min}}{x_{\max} - x_{\min}},$$

$x_i$  — фактическое значение,  $x_{\min} = 25$  лет,  $x_{\max} = 85$  лет;

Уровень образования определяется показателями грамотности (с весом в 2/3) и доли учащихся среди детей и молодежи в возрасте от 6 до 23 лет (с весом в 1/3):

$$I_{\text{о}} = \frac{x_1 \times \frac{2}{3} + x_2 \times \frac{1}{3}}{x_{\max} - x_{\min}},$$

$x_1$  — грамотность,  $x_2$  — доля учащихся среди молодежи,  $x_{max} = 100$  лет,  $x_{min} = 0$  лет;

Уровень дохода оценивается через ВНД на душу населения по паритету покупательной способности (ППС) в долларах США:

$$I_d = \frac{x_i - x_{min}}{x_{max} - x_{min}},$$

$x_i$  — фактическое значение,  $x_{min} = 100$  \$,  $x_{max} = 40000$  \$;

$$ИРЧП_{2012} = \sqrt[3]{\frac{69,32 - 25}{85 - 25} \times \frac{99,6 \times \frac{2}{3} + 24,7 \times \frac{1}{3}}{100} \times \frac{25110,3 - 100}{40000 - 100}} = 0,70$$

$$ИРЧП_{2013} = \sqrt[3]{\frac{69,63 - 25}{85 - 25} \times \frac{99,6 \times \frac{2}{3} + 26,1 \times \frac{1}{3}}{100} \times \frac{25662,7 - 100}{40000 - 100}} = 0,71$$

$$ИРЧП_{2014} = \sqrt[3]{\frac{69,76 - 25}{85 - 25} \times \frac{99,6 \times \frac{2}{3} + 28,9 \times \frac{1}{3}}{100} \times \frac{25945 - 100}{40000 - 100}} = 0,71$$

Значительно увеличилась доля учащихся среди молодежи — на 17,0 %. Индекс развития человеческого потенциала с 2012 увеличился на 1,4 %, и на конец 2014 года составил 0,71, что говорит о среднем уровне развития в Республике Башкортостан. В рамках анализа развития трудовых ресурсов показателна оценка качества жизни самим населением: именно та компонента, которая характеризует раскрытие творческого и трудового потенциала человека, развитие личности, ее самореализацию, является наименее достигнутой в субъективных оценках жителей республики. Восприятие населением уровня жизни и социальных отношений является более удовлетворительным, однако существует дифференциация населения по социально-демографическим группам. В определенной зоне риска лица с более низким уровнем образования, более старшей возрастной категории, жители средних и малых городов республики; для безработного человека все показатели качества жизни и объективно, и субъективно, являются более низкими. По однозначному мнению жителей республики, процессы воспроизводства и развития трудового потенциала, повышения эффективности и производительности труда должны обеспечиваться, в первую очередь, адекватным и справедливым вознаграждением за труд. Эта проблема на сегодняшний день остается актуальной, но нерешенной как в России в целом, так и в Республике Башкортостан.

#### Литература:

1. Труд, занятость и человеческое развитие/Доклад о человеческом развитии Республики Башкортостан [Электронный ресурс] URL: [http://mintrudrb.ru/upload/docs/academiya\\_doklad\\_2015.pdf](http://mintrudrb.ru/upload/docs/academiya_doklad_2015.pdf) дата обращения (28.02.2016)
2. Федеральная служба государственной статистики по Республике Башкортостан [Электронный ресурс] URL: <http://bashstat.gks.ru> дата обращения (28.02.2016)
3. Экономическая статистика: Учебник/Под ред. проф. Ю. Н. Иванова. — 3-е изд., перераб. и доп. — М.: ИНФРА-М, 2006. — 736 с.

## Демографическая ситуация в деревне Нижние Таволги на 01.01.2016 года

Орлова Ирина Юрьевна, студент;

Орлова Мария Юрьевна, студент

Новоуральский технологический институт НИЯУ МИФИ

Одной из актуальных проблем в современной России является ухудшение демографической ситуации. Многие малонаселенные пункты бесследно исчезают с лица Земли. Неужели эта проблема может коснуться и нашей деревни?

В 2011 году, обучаясь в общеобразовательной школе, мы провели исследование по теме: «Демографическая ситуация в деревне Нижние Таволги (Невьянского района) на 01.01.2011 года».

В настоящее время перед нами возникли вопросы: «Как же изменилась численность населения нашей деревни через 5 лет? Растет она или уменьшается? С чем связаны эти изменения? Какие выходы из сложившейся ситуации можно предложить?»

Вначале рассмотрим основные понятия, связанные с данной темой:

**Демографическая ситуация** — это динамика численности и половозрастной структуры населения, а также демографических процессов (рождаемости, смертности, миграции, брачности и разводимости), протекающих на данной территории (страна, регион, поселение) в определенное время. [1]

**Миграция населения** — процесс территориального перемещения населения. Миграция населения — это сложный по природе, формам проявления и последствиям процесс. Чем интенсивнее протекают миграционные процессы, тем более существенные изменения вносятся в различные срезы социальной структуры населения, тем в большей мере меняется его территориальное размещение. Миграция способствует обмену трудовыми навыками и производственным опытом, содействует развитию личности, влияет на семейный состав и половозрастную структуру, непосредственно связана с социальной, отраслевой и профессиональной мобильностью населения. [2]

Каково месторасположение нашей деревни?

Поселение Нижние Таволги основано в 1768 году. Находится в 117 км от областного центра г. Екатеринбурга и в 17 км от районного центра г. Невьянска в северо-восточном направлении и связано с последним автомобильной дорогой с асфальтовым покрытием. Деревня расположена в живописном месте, на правом берегу реки Нейва. Общая площадь поселения 1 км<sup>2</sup>.

На территории деревни находятся следующие объекты социальной инфраструктуры: детский сад на 100 мест, фельдшерско-акушерский пункт, Дом культуры, два магазина, бар «Деревенская изба», гончарная мастерская Масликовых, деревянная церковь «Вознесения Господне», ООО «Таволожская керамика», отделение связи. В здании бывшей молочно-товарной фермы работает пилорама и функционирует свинарник.

Чтобы сравнить демографическую ситуацию в настоящее время с 2011 годом, нам необходимы данные о миграционной подвижности проживающих, их возрасте, соотношении мужчин и женщин.

**Статистика населения, демографическая статистика** — отрасль статистики, изучающая в определенных условиях развития общества численность и состав населения (классовый, половозрастной, по уровню образования, семейному состоянию), размещение населения по территории и его изменения. Статистика населения изучает рождаемость, смертность, прирост населения, заключение браков, миграцию населения. Наиболее точные и подробные данные о численности населения, его составе и размещении дает общая перепись населения. [3]

Таким образом, только перепись населения позволяет узнать точную цифру численности населения, сведения о его составе и об условиях его жизни.

Для получения данных демографической статистики по нашему населенному пункту нами был разработан опросный лист. Сбор сведений осуществлялся методом социологического опроса. Мы обошли все одиннадцать улиц нашей деревни и сравнили данные с данными, полученными 5 лет назад.

I. Количество проживающих:

1. На 01.01.2011г — 348 человек:

— Мужчин — 162 человека;

— Женщин — 186 человек.

2. На 01.01.2016г — 370 человек:

— Мужчин — 172;

— Женщин — 198.

II. Распределение населения в соответствии с социальным статусом:

1. На 01.01.2011г:

— Дети от 0—7 лет — 19 человек;

— Учащиеся — 62 человека;

— Работающие — 136 человек;

— Безработные — 23 человека;

— Домохозяйки — 9 человек;

— Пенсионеры — 99 человек.

2. На 01.01.16г:

— Дети от 0—7 лет — 25 человек;

— Учащиеся — 64 человека;

— Работающие — 140 человек;

— Безработные — 22 человека;

— Домохозяйки — 14 человек;

— Пенсионеры — 105 человек.

III. Количество жилого фонда:

1. На 01.01.2011г:

— Жилых домов — 141 дом;

— Нежилых — 9 домов;

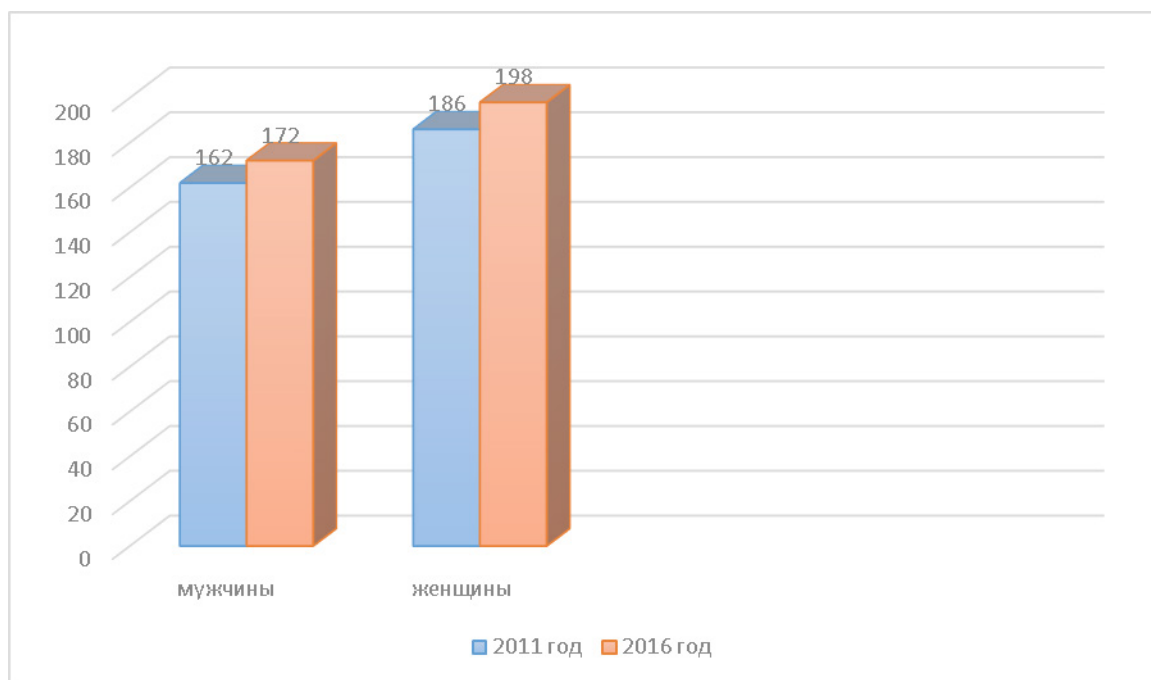


Рис. 1. График изменения количества мужчин и женщин в деревне Нижние Таволги на 2011 и 2016 гг.

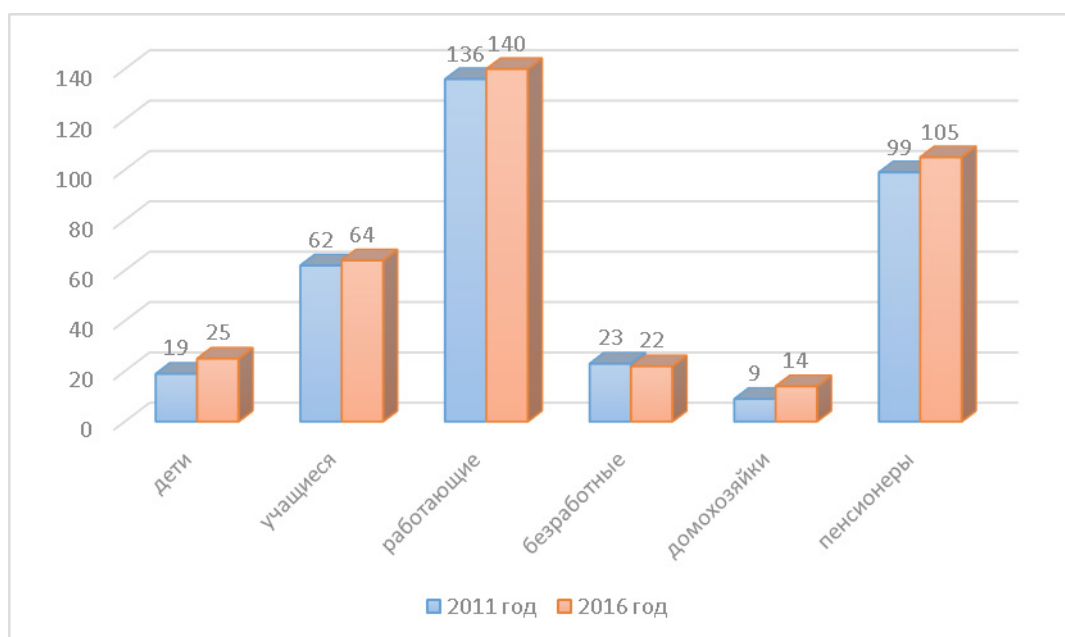


Рис. 2. Статус населения, проживающего в деревне на 2011 и 2016 гг.

— Дач — 96 домов.

2. На 01.01.2016г:

— Жилых домов-143 дома;

— Нежилых — 9 домов;

— Дач — 100 домов.

IV. Сравнение результатов смертности и рождаемости:

1. На 01.01.2011г:

— Рождаемость — 2 человека в год

— Смертность — 3 человека в год

2. На 01.01.2016 г:

— Рождаемость — 5 человек в год

— Смертность — 4 человека в год

V. Миграционная подвижность населения д. Н. Таволги:

1. На 01.01.2011г:

— Работающие в деревне — 50 человек

— Работающие в других населенных пунктах — 86 человек

2. На 01.01.2016г:

— Работающие в деревне — 40 человек

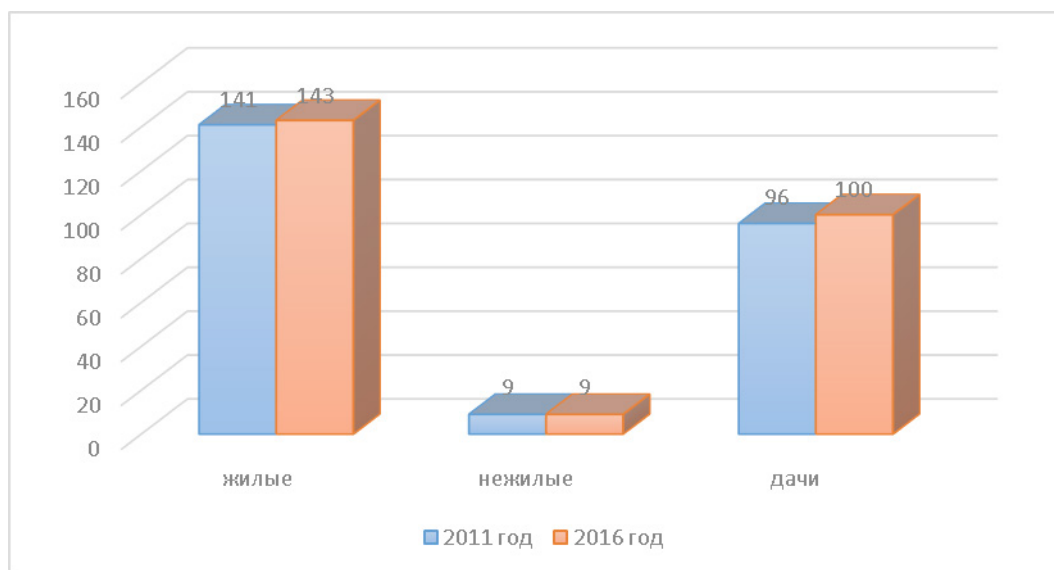


Рис. 3. График жилья в деревне Н. Таволги

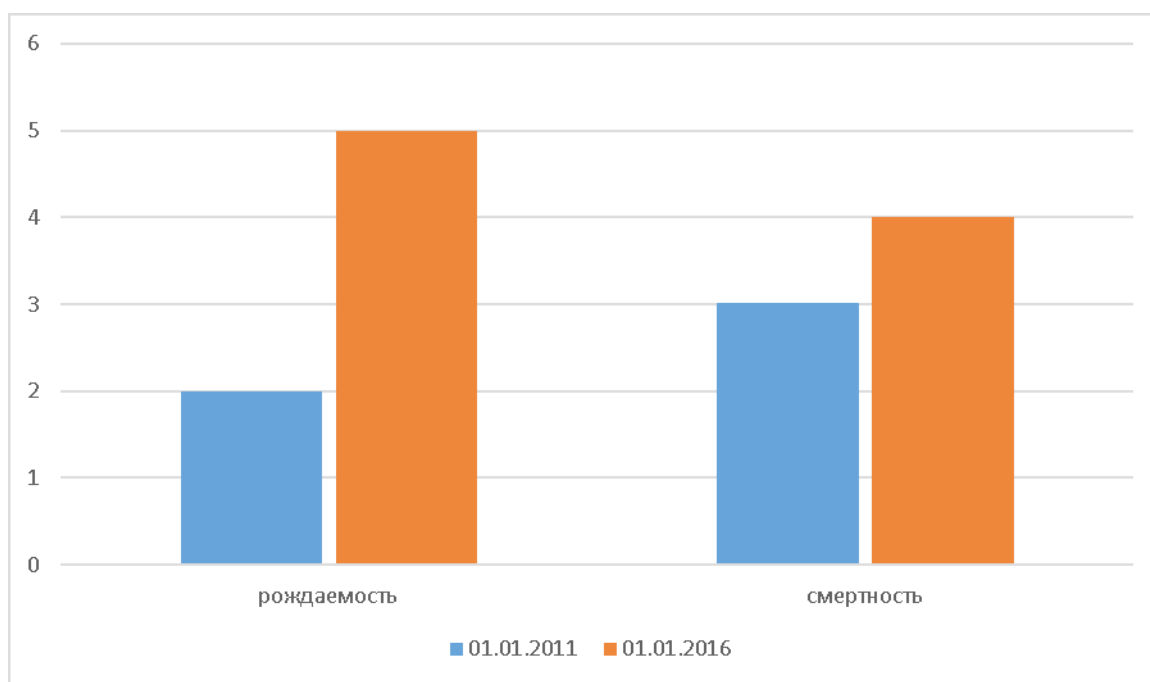


Рис. 4. Рождаемость и смертность в д. Н. Таволги

— Работающие в других населенных пунктах — 100 человек

Анализ социологических данных, приведённых выше, позволил сделать вывод: демографическая ситуация в 2016 году, по сравнению с 2011 годом, изменилась. На данную ситуацию повлияли следующие факторы:

— Уменьшилось число рабочих мест из-за того, что была закрыта школа. В связи с этим часть населения была вынуждена искать работу в других населенных пунктах.

— Проблема отопления частных домов осталась нерешенной, так как за эти пять лет план газификации не был реализован.

Нужно отметить и положительные моменты:

— увеличилось население деревни на двадцать два человека. Этому способствовали рост рождаемости и приток иммигрантов.

— Благодаря тому, что сохранен народный промысел по изготовлению гончарных изделий, в деревне активно развивается туризм. У отдыхающих есть возможность снять дом на берегу реки.

Мы надеемся, что через несколько лет нашу деревню не будет ждать такая же участь, как и многих других деревень России — вымирание.



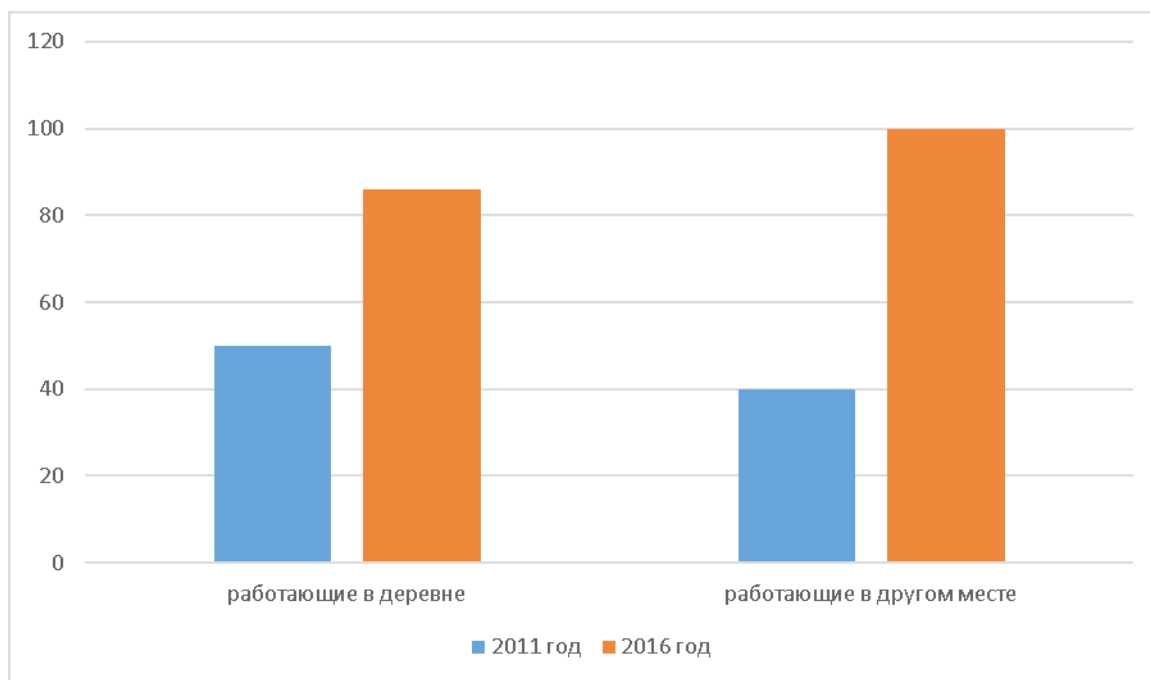


Рис. 5. График работающих в деревне и в других населенных пунктах на 2011 и 2016 гг.

Для стабилизации, а в дальнейшем и улучшения демографической ситуации, необходимо, на наш взгляд, сделать следующее:

1. Провести газификацию населенного пункта, что позволит улучшить жилищно-бытовые условия населения, освободит его от «печной зависимости».

2. Создать дополнительные рабочие места за счёт индивидуального предпринимательства, малого бизнеса, расширения туристической инфраструктуры, возрождения сельского хозяйства с использованием современных технологий.

#### Литература:

1. Демографический понятийный словарь под редакцией д. э. н., профессора Рыбаковского Л.Л. Москва, 2003. <http://rybakovsky.ru/uchebnik1a5.html>
2. Демографический понятийный словарь под редакцией д. э. н., профессора Рыбаковского Л.Л. Москва, 2003. <http://rybakovsky.ru/uchebnik1a12.html>
3. Боярский, А.Я., Шушерин П.П., Демографическая статистика, 2-е изд., Москва, 1995.

## 18. ТУРИЗМ

### Сетевая организация бизнеса как фактор повышения конкурентоспособности гостиничных предприятий

Фадина Наталья Валерьевна, старший преподаватель;  
Байкова Ольга Анатольевна, старший преподаватель  
Самарский институт – Высшая школа приватизации и предпринимательства

Одной из существующих тенденций развития гостиничного бизнеса сегодня является значительное усиление конкуренции, как на мировом, так и на национальном уровне.

В условиях неопределенности внешней среды, обусловленной нестабильностью экономической ситуации, высокого уровня развития достигают предприятия, способные создать и реализовать на соответствующем организационном уровне долговременные стратегии для сохранения конкурентоспособности организаций гостиничного сектора.

Одним из наиболее эффективных способов осуществления гостиничного бизнеса является сетевая организация управления отелями. Создание гостиничных цепей — важнейший фактор повышения конкурентоспособности предприятий туристического сектора.

Гостиничная цепь предполагает объединение нескольких гостиничных предприятий в общий бизнес под единым руководством и одной торговой маркой [5, с. 124].

Индустриализация сферы гостиничных услуг, а также процессы глобализации и интеграции, характерные для мировой гостиничной индустрии в настоящее время, выдвинули на ведущие позиции крупные, отлично организационно, технически и технологически оснащенные гостиничные сети, объединяющие тысячи гостиниц по всему миру [4, с. 270].

Согласно статистическим данным в мире функционирует около 16 млн. гостиничных предприятий, при этом на долю сетей приходится около 20% [1].

Гостиничные сети сегодня являются основой мирового отельного бизнеса. В настоящее время в мире насчитывается несколько сотен различных сетей отелей. Среди них можно выделить корпорации-гиганты, названия которых известны даже туристу-новичку: Radisson, Best Western, Hyatt, Marriott, Hilton и др. Они встречаются практически в любой части земного шара.

Первые гостиничные сети появились в конце 30-х годов 20-го века в США. С тех пор Америка прочно удерживает лидерство по количеству отелей, принадлежащих той или иной сети [5, с. 128]. Так, 90% всех гостиниц

в США объединены в сети, в Европе эти показатели составляют около 50% [3].

В России функционируют 23 международных гостиничных оператора, которые осуществляют управление 152 гостиничными предприятиями в 38 городах. К 2020 году их присутствие планируется уже в 54 городах [6]. На увеличение количества международных гостиничных операторов на территории России также окажет прямое влияние проведение мероприятий международного масштаба (так, в 2018 году в России ожидается Чемпионат мира по футболу, который пройдет в 11 городах страны).

Самую большую долю рынка (порядка 66%) делят между собой четыре крупные международные компании: The Carlson Rezidor Hotel Group, Accor Hotels, InterContinental Hotels Group и Marriott International.

Большинство представленных в России гостиниц зарубежных брендов функционируют в Москве (38% гостиничной площади иностранных операторов на российском рынке) [2, с. 14]. Данный сегмент в основном представлен отелями высшей категории и класса люкс, при этом наблюдается значительный дефицит гостиничных номеров международного качества в среднем ценовом диапазоне.

Сложившаяся геополитическая и экономическая обстановка негативно повлияла на уровень туристической активности, но Москва по-прежнему является одним из наиболее привлекательных рынков в стране для развития гостиничного бизнеса, хотя при этом региональные рынки также развиваются достаточно быстрыми темпами. Среди региональных центров с населением более 1 миллиона человек наиболее развитую инфраструктуру по количеству гостиничных комплексов имеют Екатеринбург, Самара и Казань.

Ранее гостиничные операторы в основном наращивали свое присутствие в городах-миллионниках, но теперь новым приоритетом стало активное расширение сетей в региональных центрах с населением более 300 тыс. человек. Ярким примером является город-курорт Геленджик, где уже присутствует гостиничная сеть Kempinski и должен открыться еще один международный отель — Radisson Blu Primorye. Несмотря на то, что в Гелен-

джике проживает лишь 65000 человек, летом сюда приезжает много туристов, и здесь реализуется тот же подход, что и в Сочи, т.е. советские гостиницы постепенно заменяются на качественные отели международного уровня [2, с. 16].

К 2020 году планируется открытие гостиничных предприятий в 16 городах, где ранее не было гостиниц под международным брендом: Архангельск, Владивосток, Владимир, Зеленоградск, Кемерово, Набережные Челны, Новороссийск, Переславль-Залесский, Саранск, Саратов, Ставрополь, Сургут, Тверь, Тольятти, Ульяновск, Хабаровск.

Если все заявленные операторами гостиницы будут открыты, к 2020 году их количество в России составит 270 объектов, расположенных в 54 городах [6].

К основным преимуществам международных гостиничных цепей в отличие от несетевых самостоятельных гостиниц можно отнести: узнаваемость, статус объекта, безопасность, использование глобальной системы бронирования, единая маркетинговая политика, разнообразные программы лояльности, высокий уровень сервиса, устойчивость в кризисное время и др.

Национальные гостиничные цепи находятся на стадии развития. На рынках большинства стран мира национальные гостиничные бренды составляют значительно меньшую долю, чем гостиницы, находящиеся под международным управлением. Аналогичная тенденция наблюдается и на российском рынке: на конец 2015 года гостиниц под международными брендами (152 гостиницы) насчитывалось почти в 2,5 раза больше, чем под российскими (73 гостиницы). На октябрь 2014 года, в России присутствовали 137 гостиниц под международным управлением, под российским — 72 гостиницы. Таким образом, в течение года разница увеличилась на 14 гостиниц в пользу международных сетей [6].

Тем не менее, российские операторы продолжают свое развитие и открывают новые гостиницы, как на региональном рынке, так и за рубежом. К наиболее крупным и известным российским гостиничным сетям можно отнести: Azimut Hotels, Amaks Hotels & Resorts, Heliopark Hotels & Resorts, Intourist Hotel Group, Cronwell Hotels & Resorts и др.

В настоящее время индустрия гостеприимства характеризуется высокой степенью централизации и интеграции управления. Практически все гостиничные цепи мира, независимо от их рейтинга, испытывая на себе постоянное давление жесткой конкурентной борьбы, ищут любые возможности для увеличения своего потенциала.

Увеличение значимости гостиничных цепей в процессе управления мировым гостиничным хозяйством характеризуется существенным противоречием: с одной стороны, укрупняются ведущие гостиничные цепи, функционирующие во многих странах, с другой — все большее число стран делают ставку на создание национальных гостиничных цепей, которые могут достаточно успешно конкурировать с интернациональными монополиями.

Россия в глобализации гостиничного бизнеса пока делает первые шаги. Но выработка собственных, фирменных стандартов и набора услуг гарантированного качества, осуществление капитальных вложений в реконструкцию и создание новых гостиничных предприятий становится все более широкой практикой.

В качестве стратегического метода управления гостиничным бизнесом, а также для дальнейшего упрочения своего положения и достижения оптимального уровня конкурентоспособности представляется целесообразным объединить группу гостиниц, находящихся в различных регионах России и входящих в структуру центральных городских автовокзалов, в национальную гостиничную цепь туристских гостиниц.

Данная национальная гостиничная цепь будет осуществлять коллективную деятельность по обслуживанию туристских групп, приезжающих в различные города страны с экскурсионно-познавательными целями. Основной целью создания такой цепи будет являться содействие продвижению на рынке качественного и недорогого гостиничного продукта и услуг эконом-класса.

Основные задачи национальной гостиничной цепи:

1. Обеспечение стабильной загрузки гостиниц, за счёт увеличения туристского спроса и снижения цен на услуги, что и сделает их более доступными для отдыхающих.
2. Повышение уровня качества гостиничных услуг посредством совершенствования ряда критериев (оформление интерьера, качество оборудования, квалификация персонала, обеспечение безопасности туристов и их имущества) посредством разработки собственных нормативов и стандартов оснащения всех помещений гостиниц, а также технологии и стандарты обслуживания.
3. Развитие основных и дополнительных услуг (создание и внедрение различных программ размещения и питания, проведения отдыха, досуга, корпоративных, анимационных мероприятий).
4. Содействие развитию социального и внутреннего туризма в Самарской области и в других российских регионах; участие совместно с туристскими фирмами в создании новых туристских маршрутов и программ обслуживания.
5. Содействие развитию событийного туризма, опирающегося на привлечение массового контингента туристов, используя какое-либо событие в жизни Самарской губернии (конгрессы, фестивали, конкурсы, городские праздники и т.д.); активное участие в формировании, продвижении и реализации программы событийного туризма.
6. Проведение активной маркетинговой деятельности. Стараясь повысить уровень загрузки гостиницы, найти новых клиентов и сохранить имеющихся заставляет гостиничную цепь проводить углубленный анализ рынка, потребителей, конкурентов, туристских предприятий и т.д., осуществлять единую рекламную и сбытовую политику.
7. Внедрение новейших технологий и технических средств, повышающих уровень обслуживания, комфорта и безопасности клиентов. Это создание, прежде всего, собственной системы бронирования и резервирования но-

меров, ориентированной на первоочередную загрузку входящих в цепь гостиниц.

8. Повышение профессионального уровня персонала гостиничных предприятий, что существенно влияет на качество обслуживания туристов.

Подавляющее большинство гостиничных цепей считают подготовку кадров в государственных или коммерческих учебных заведениях недостаточной и создают свои

собственные программы подготовки, переподготовки и повышения квалификации персонала.

Создание, функционирование и развитие национальных гостиничных цепей — это мощный импульс, который позволит добиться высокого уровня конкурентоспособности и повышения эффективности управления гостиничными предприятиями России в долгосрочной перспективе.

#### *Литература:*

1. Всемирная туристическая организация [электронный ресурс]: Международные гостиничные цепи. — Официальный сайт Всемирной туристической организации. — Режим доступа: <http://www2.unwto.org/en>. (дата обращения 21.03.2016).
2. Обзор международных гостиничных операторов в России и СНГ [электронный ресурс]. — Официальный сайт КПМГ. — Режим доступа: <https://www.kpmg.com>. (дата обращения 21.03.2016).
3. Жоглева, М. Успех в гостиничном бизнесе обеспечен сетевым компаниям/М. Жоглева [Электронный ресурс] // ProHotel: портал про гостиничный бизнес. — Режим доступа: <http://prohotel.ru/article-19479/0/>. (дата обращения 21.03.2016).
4. Завертяев, М. Ю. Специфика деятельности мировых гостиничных цепей в условиях российского рынка гостиничных услуг/М. Ю. Завертяев // Молодой ученый. — 2014. — № 17. — с. 270–275.
5. Зайцева, Н. А. Менеджмент в сфере услуг. Туризм и гостиничное дело/Н. А. Зайцева. — М.: Дрофа, 2013.
6. Костарев, Г. Международные гостиничные операторы расширяют присутствие в России [электронный ресурс]. — Официальный сайт газеты «Ведомости». — Режим доступа: [https://www.vedomosti.ru/press\\_releases/2015/11/05/mezhdunarodnie-gostinichnie-operatori-rasshiryayut-prisutstvie-v-rossii](https://www.vedomosti.ru/press_releases/2015/11/05/mezhdunarodnie-gostinichnie-operatori-rasshiryayut-prisutstvie-v-rossii). (дата обращения 21.03.2016).

## 20. ЖИЛИЩНО-КОММУНАЛЬНОЕ ХОЗЯЙСТВО

### Жилищная политика в России

Сторожилова Анна Владиславовна, магистрант  
Кубанский государственный аграрный университет

*Жилищное строительство является одной из основных жизненных потребностей индивидуума. В более широком смысле жилье является центральным сектором общества, связанным с другим другими секторами экономики, в частности.*

*В данной статье я буду рассматривать текущую ситуацию и последние изменения в жилищной политике в России. Чтобы понять сложившуюся ситуацию нужно описать основные особенности жилищного строительства, начиная с Советского Союза, начатых тогда реформ.*

**Ключевые слова:** жилищная политики, жилье, обеспечение жильем, жилищное строительство, жилье для граждан, жилищные субсидии, приватизация, жилищно-коммунальное хозяйство, ТСЖ, Жилищный кодекс.

**Ж**илищное строительство является одной из основных жизненных потребностей индивидуума. В более широком смысле жилье является центральным сектором общества, связанным с другим другими секторами экономики, в частности.

Состояние жилищного сектора отражает экономическую ситуацию в стране и средние условия на жилье могут служить критерием оценки уровня жизни в государстве.

В данной статье я буду рассматривать текущую ситуацию и последние изменения в жилищной политике в России. Чтобы понять сложившуюся ситуацию нужно описать основные особенности жилищного строительства, начиная с Советского Союза, начатых тогда реформ.

В Советском союзе жилищный фонд, в основном, находился в государственной собственности, а именно:

- в городских районах — 79 %;
- в крупных городах — до 90 % жилищного фонда.

В соответствии с социалистической идеологией арендная плата и расходы на жилье для граждан были номинальными и расходы на жилье субсидировались государством.

В городах жилье выделялось в соответствии с санитарными нормами, которые регулировали количество жилой площади на одного человека. Эта норма была введена в 1920-е годы, что было связано с высокой урбанизацией и иммиграцией в города. Гигиеническая норма составляла 9 квадратных метров на человека, но зачастую эта норма не соблюдалась и большинство людей жили в переполненных домах. Например, в Москве в 1940-м году, в среднем, на человека приходилось четыре квадратных метра.

Дефицит жилья был постоянной проблемой в городах с 1930-х до 1980-х годов, несмотря на многочисленные принятые попытки решения в этой области.

В 1930-е годы одним из таких решений было создание коммунальных квартир — нового типа жилья. Коммунальная квартира — квартира, где несколько не связанных между собой людей жили вместе, разделяя общие части жилья (кухня, туалет, коридор и так далее). Созданные коммунальные квартиры стали доминирующим типом городского жилья.

Советский союз осуществлял своеобразную жилищную политики, которая базировалась на идеологической основе. Коммунальная квартира должна была представлять собой «социализм в одном здании», но вынужденное сожительство разных людей в одной квартире привело к совершенно противоположной ситуации, поскольку жители были направлены на получение и расширение личного пространства в квартире, отдельно друг от друга.

В 1950–60-е годы президент Н. С. Хрущев начал масштабную реформу в области обеспечения граждан жильем: каждой семье отдельную квартиру, чтобы положить конец нехватке жилья уже через 10–12 лет. Новые пятиэтажные дома получили название «хрущёвки», они были построены с минимальными затратами на строительство. Квартиры были небольшими с низкими потолками, площадь которых для двухкомнатной составляла 40–45 квадратных метров. Жёсткий график строительных работ привел к низкому качеству и в последствии «хрущёвки» требовал частого ремонта. На сегодняшний момент они образуют наиболее изношенную часть жилищного фонда, которая нуждается в срочном ремонте.

В советское время были созданы жилищно-строительные кооперативы, чтобы облегчить проблему нехватки жилья. Основная идея заключалась в том, что государство обеспечивало инфраструктуру для домов и предлагало низкую процентную ставку по кредиту, а остальная стои-



мость выплачивалась жителями, время возврата кредита составляло 25 лет. Созданные кооперативы пользовались популярностью потому, что им были доступны привилегии для жителей, поэтому, чтобы вступить в такой кооператив люди стояли в очереди.

После распада нескольких реформ была проведена приватизация жилья, которая началась в 1991 году — жилищный фонд, предприятия жилищно-коммунального хозяйства были переданы от государства к муниципалитетам.

Для создания частного жилищного фонда была проведена политика бесплатной приватизации, что позволило жильцам претендовать на право собственности бесплатно.

Процесс приватизации быстро прогрессировал. Передача жилищно-коммунальных услуг местным органам власти была частью реформы муниципального самоуправления, объявившей местные органы власти независимыми от государства в начале 1990-х годов.

Независимость местных органов власти в политическом и экономическом смысле была ограничена, но некоторые социальные вопросы были переданы государством на местные администрации.

Местные органы власти требовали огромных финансовых ресурсов и не могла обрести финансовую независимость и по-прежнему зависели от денежных поступлений из федерального и регионального бюджетов, как и в советское время. Поэтому на пути реализации жилищной реформы на местном уровне встречались экономические проблемы.

В 1994 году была запущена программа жилищных субсидий, которая основана на социальной справедливости. Основными принципами являлись:

- получение помощи не отдельному собственнику жилья, а семье в целом;
- заявительный порядок предоставления льгот;
- прямая зависимость размера и объема субсидии от уровня семьи в целом;
- целевое направление использования средств.

Создание районных и городских центров жилищных субсидий помогло решить множество проблем:

- снизился процент неплатежей;
- в «едином окне» потребители теперь могут получить квалифицированную консультацию;
- усовершенствована система начисления, сбора и дальнейшего распределения сумм в области ЖКХ;
- предприятиям ЖКХ предоставляется компенсация за предоставленные населению льготы;
- население получает помощь адресного типа не только на оплату помещений, но и на сопутствующие расходы.

В настоящее время местные органы власти играют ключевую роль в реформировании жилищного сектора, хотя и зависят финансово от федерального правительства и региональных органов власти.

Нормативно-правовая база определяется федеральным правительством, но реализация реформ на практике относится к местному уровню, а местные органы власти решают вопросы расходования на жилье и коммунальные тарифы, а также жилищного субсидирования.

Проведенная приватизация привела к тому, что управление и поддержание жилья осуществлялось самостоятельно домовладельцами. В 1996 году были созданы ассоциации домовладельцев для управления и технического обслуживания приватизированных многоквартирных домов.

Рассмотрим структуру жилищного фонда в Российской Федерации на рисунке 1.

После введения в силу нового Жилищного кодекса Российской Федерации в 2005 году утратили силу ЖК РСФСР, законы «О товариществе собственников жилья», «Об основах федеральной жилищной политики». Старые законы не соответствовали требованиям нового времени, экономической и политической ситуации в стране.

В новом Жилищном кодексе было прописано, что во всех многоквартирных домах управление должно осуществляться жителями, либо посредством ТСЖ или частной управляющей компанией.



Рис. 1. Структура жилищного фонда в Российской Федерации

Новая жилищная политика направлена на разработку хорошо развитого рынка жилья, который предлагает доступное жилье для среднего класса и обеспечивает социально незащищенные категории граждан, то есть строительство жилья эконом-класса.

Очень важно развивать строительство жилья для среднего класса населения, поскольку средний класс домовладельцев — это залог стабильного общества и хорошего функционирования экономики.

Не менее важно развитие системы ипотечного кредитования. Новое законодательство в этой области позволило сделать эту область доступной для большей части населения.

Очевидно, что жилищные условия в России нуждаются в совершенствовании.

Дефицит жилья был и остается самым главным вопросом в строительстве как в Советском союзе, так и в России.

#### *Литература:*

1. Закон РФ от 4 июля 1991 г. № 1541-1 «О приватизации жилищного фонда в Российской Федерации»
2. Федеральный закон от 15.06. 1996 № 72-ФЗ «О товариществах собственников жилья»
3. Жилищный кодекс РФ от 29 декабря 2004 года № 188-ФЗ.

## **Содействие органов местного самоуправления в преодолении барьеров между собственниками многоквартирных домов и региональным оператором или специальным счетом**

Чикина Светлана Юрьевна, кандидат экономических наук, доцент, преподаватель;  
Дакаева Жанна Хамзатовна, магистрант  
Рязанский государственный радиотехнический университет

*Статья посвящена анализу возможных направлений совершенствования деятельности органов местного самоуправления в сглаживании негативного отношения собственников многоквартирного дома к изменениям в системе финансирования капитального ремонта многоквартирных домов. Даются некоторые рекомендации по созданию информационно открытого пространства системы формирования фонда капитального ремонта.*

**Ключевые слова:** капитальный ремонт, региональный оператор, специальный счет, органы местного самоуправления.

Одной из главных проблем, требующих выработку решений на всех уровнях власти, на сегодняшний момент является повышение эффективности жилищно-коммунального хозяйства. Кризисное состояние данной сферы в первую очередь обусловлено неадекватной системой управления, недостаточным финансовым обеспечением жилищно-коммунального комплекса.

Для возможности выхода из сложившейся ситуации разрабатываются и принимаются нормативно-правовые акты, которые должны создать все необходимые условия для этого.

Одним из последних таких законов является Федеральный закон № 271-ФЗ «О внесении изменений в Жилищный кодекс Российской Федерации и отдельные за-

Для того, чтобы удовлетворить спрос на жилье, необходимо стимулировать эту область социального обеспечения.

Новое жилищное законодательство направлено на то, чтобы рынок жилья стал более эффективным. Увеличение объемов жилья тесно связано с созданием рабочих мест, что в свою очередь окажет положительное влияние на экономику страны, к тому же это повлияет на развитие конкуренции в области строительства и на рынке ипотечного кредитования, поскольку банковский сектор принимает непосредственное участие в процессе реформирования и развития.

Реформы, проведенные в 1990-е году можно рассмотреть как основу рыночных изменений экономики в жилищном секторе.

конодательные акты Российской Федерации и признании утратившими силу отдельных положений законодательных актов Российской Федерации». Вступление закона в силу коренным образом изменило порядок финансирования капитального ремонта многоквартирных домов. Теперь обязанность по формированию необходимых сумм на ремонт конкретного многоквартирного дома возлагается на собственников квартир в нем [2].

Из-за того, что изменения были столь кардинальными, реакция собственников помещений была неоднозначна. Большинство восприняло возникшие обязанности по уплате взносов на капитальный ремонт как незаконные и отказалось платить. Их не устраивает ни один вариант формирования фонда капитального ремонта.

Специальный счет вызывает негативное отношение в связи с тем, что деньги могут обесцениться из-за инфляции, да и к тому же уровень знаний для выполнения всех мероприятий при проведении капитального ремонта недостаточен.

Региональный оператор также особо не вызывает доверие за счет того, что денежные средства принадлежат региональному оператору, который имеет право использовать их на ремонт любого многоквартирного дома. К тому же процесс разработки и утверждения сметы, выбор подрядной организации скрыт от собственников помещений в многоквартирном доме.

В сети Интернет появились заявления, призывающие не платить взносы. Также составляются петиции, требующие отмены закона и признание его неконституционным.

В связи с тем, что многих этот закон застал врасплох, они не успели воспользоваться возможностью выбора между этими двумя способами, и автоматически фонд стал формироваться у регионального оператора. Но, несмотря на это, количество, открывшихся счетов, достаточно высоко.

Именно в период недовольства, когда закон еще не дал какие-либо результаты способные повлиять на мнение граждан, необходимо проводить работу по созданию механизмов взаимодействия собственников и регионального оператора. А также необходимо осуществление подготовки тех, кто выбрал для себя специальный счет. Эту работу необходимо осуществлять на муниципальном уровне власти, так как именно он предполагает близость к населению. К тому же возлагать на государство такую обязанность нецелесообразно.

Итак, основными задачами, которые следует решить на муниципальном уровне, будут:

- создание информационной среды и технологий для повышения общественного контроля;
- повышение эффективного взаимодействия органов местного самоуправления с представителями собственников многоквартирных жилых домов;
- содействие созданию общественных объединений граждан в жилищно-коммунальной сфере;
- формирование в полном объеме системы «Электронное ЖКХ»;
- разработка единой учетной политики при формировании фонда капитального ремонта на специальном счету в банке.

В указанных задачах основным звеном является информация. А точнее предоставление ее своевременно и в полном объеме. Также она должна доводиться до всех собственников способами для них возможными.

Для того, чтобы у тех категорий собственников, выбравших специальный счет, не возникли проблемы с выбором подрядной организации, с составлением и обоснованием сметы, а также дальнейшим контролем за проведением ремонта, органам власти следует создать обучающие курсы или семинары.

На этих курсах/семинарах собственникам многоквартирных домов, представителям товариществ собственников жилья и жилищных кооперативов должно быть разъяснено следующее:

- что такое капитальный ремонт;
- что такое фонд капитального ремонта;
- что такое региональная программа и как она формируется;
- какое общее имущество в многоквартирном доме подлежит капитальному ремонту;
- как установить размер ежемесячного платежа (размер ежемесячного взноса на капитальный ремонт не должен быть менее, чем минимальный размер взноса на капитальный ремонт, установленный нормативным правовым актом субъекта РФ);
- как составить список работ по капитальному ремонту (перечень работ должен быть не менее перечня, предусмотренного региональной программой капитального ремонта);
- как определить сроки, в которые должны быть проведены работы, входящие в перечень по капитальному ремонту (работы могут быть осуществлены не позднее срока, установленного региональной программой);
- как правильно рассчитать все затраты и составить смету;
- как вести документацию по капитальному ремонту в целях предоставления отчета собственникам помещений в многоквартирных домах.

В этом случает взаимодействие между собственниками и органами власти будет прямым (рис. 1).

Что же касается регионального оператора, то деятельность в этой сфере будет затруднена. Ведь он является юридическим лицом, который образуется субъектом РФ.

Но на органы местного самоуправления возложена обязанность по формированию списков многоквартирных домов, включенных в план по капитальному ремонту. Эти списки

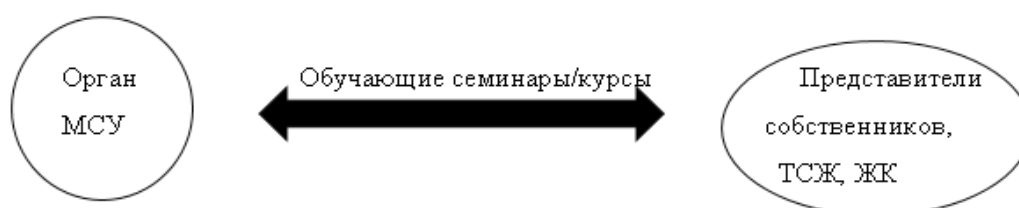


Рис. 1. Взаимодействие органов МСУ и собственников, выбравших специальный счет

должны находиться в общем доступе [1]. Но опубликование данной информации в сети Интернет не является гарантом того, что она дойдет до каждого собственника. Поэтому следует осуществлять рассылку писем, в которых будет содержаться вся информация по капитальному ремонту.

Также органы местного самоуправления имеют право осуществлять финансовый контроль за деятельностью регионального оператора. На данный счет все указания содержаться в Бюджетном кодексе РФ [1]. Но для того, чтобы собственники многоквартирных домов не чувствовали себя обманутыми, и весь процесс расходования средств был для них прозрачным, от органов требуется осуществлять свою работу открыто.

Конечно, региональный оператор обязан предоставлять информацию по запросу собственников или их представителей. Информация может касаться следующего:

- размер поступивших взносов от каждого собственника;
- размер задолженности;
- размер начисленных процентов;

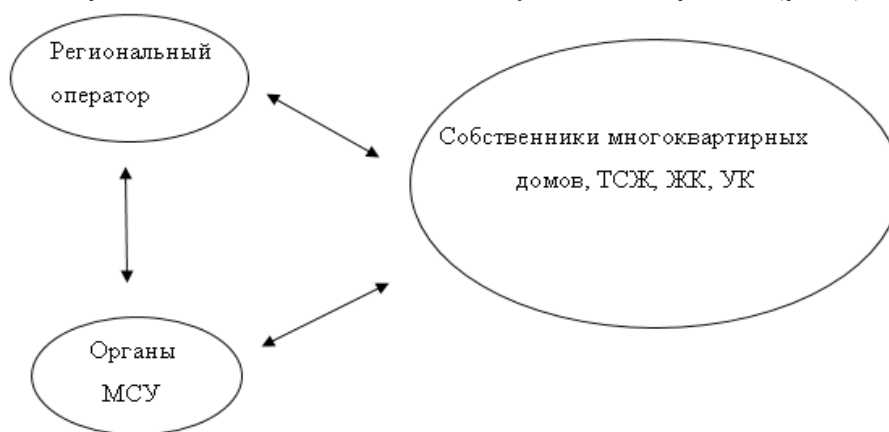


Рис. 2. Участие органов МСУ во взаимодействии регионального оператора и собственников многоквартирных домов

Таким образом, если у собственников появится непонимание в вопросах, связанных с деятельностью регионального оператора, то органы местного самоуправления должны его развеять.

Как говорилось ранее от органов местного самоуправления требуется оказание содействия в создании общественных объединений граждан. Именно эти объединения следует привлекать при осуществлении контрольных действий, что позволит этой процедуре стать более открытой. Тем более работа с общественными объединениями проще, чем работа с каждым собственником в отдельности.

#### Литература:

1. Жилищный кодекс РФ от 29. 12. 2004 г. № 188-ФЗ [Электронный ресурс] — У. доступ из справочно-правой системы «КонсультантПлюс».
2. Федеральный закон от 25.12.2012 г. № 271-ФЗ «О внесении изменений в Жилищный кодекс Российской Федерации и отдельные законодательные акты Российской Федерации и признании утратившими силу отдельных положений законодательных актов Российской Федерации» [Электронный ресурс] — У. доступ из справочно-правой системы «КонсультантПлюс».

— размер средств, направленных на капитальный ремонт многоквартирного дома;

— размер рассрочки по оплате услуг или работ капитального ремонта общего имущества многоквартирного дома;

— размер задолженности за выполненные работы или услуги по капитальному ремонту общего имущества многоквартирного дома [1].

Также, как и в случае со специальным счетом, недовольство собственников возникает из-за нехватки информации, из-за неграмотности в вопросах капитального ремонта и всего того, что с ним связано.

Для преодоления этих препятствий следует создать систему информационной открытости, которая поможет донести до собственников результаты финансового контроля и разъяснит весь процесс формирования и расходования фонда капитального ремонта.

При этом процесс взаимодействия должен выглядеть как на рисунке 2, то есть органы местного самоуправления выступают как посредники (рис. 2).

*Научное издание*

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ НАУКА И ПРАКТИКА

IV Международная научная конференция

Чита, 2016 г.

Сборник статей

*Материалы печатаются в авторской редакции*

Дизайн обложки: *Е.А. Шишков*

Верстка: *П.Я. Бурьянов*

Издательство «Молодой ученый»

Подписано в печать 24.04.2016. Формат 60х90 <sup>1</sup>/<sub>8</sub>.

Гарнитура «Литературная». Бумага офсетная.

Усл. печ. л. 15,00. Уч.-изд. л. 10,14. Тираж 300 экз.

Отпечатано в типографии издательства «Молодой ученый»

420029, г. Казань, ул. Академика Кирпичникова, д. 25.