

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Кубанский государственный технологический университет»

СБОРНИК НАУЧНЫХ СТАТЕЙ
ФАКУЛЬТЕТА ЭКОНОМИКИ,
УПРАВЛЕНИЯ И БИЗНЕСА

Краснодар

2016

УДК 338(470.620)
ББК 65.9(2Рос-4Кра)
С23

С23 **Сборник научных статей факультета экономики, управления и бизнеса /** М-во образования и науки Рос. Федерации; ФГБОУ ВО «КубГТУ». – Краснодар : Издательский Дом – Юг, 2016. – 130 с.

ISBN 978-5-91718-449-4

Представлены статьи студентов 1–5 курсов факультета экономики, управления и бизнеса ФГБОУ ВО «КубГТУ», подготовленные совместно с их научными руководителями по материалам 43 научной студенческой конференции КубГТУ.

Материалы, размещенные в сборнике, печатаются в авторской редакции.

ББК 65.9(2Рос-4Кра)
УДК 338(470.620)

ISBN 978-5-91718-449-4

© ФГБОУ ВО «КубГТУ», 2016
© Оформление ООО «Издательский
Дом – Юг», 2016

СОДЕРЖАНИЕ

БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ, АНАЛИЗ И АУДИТ

Беспалая Н.Н., Пивень И.Г. Особенности аудита в транспортных организациях	9
Выповская А.А., Дейнега В.Н. Совершенствование процесса документирования организации аудиторской проверки	10
Гордиенко А.В., Толмачева О.И. Особенности учета и оценки основных средств на различных этапах их жизненного цикла	12
Даценко Е.В., Гукасян З.О. Особенности управленческого учета затрат организации при переходе на МСФО	14
Мищуркина Ю.А., Наниз К.Р. Принцип действующего предприятия в аудите	16
Никиша А.И., Пивень И.Г. Риски аудита малых предприятий	18
Никулина А.Н., Бжассо А.А. Особенности аудита валютных операций	19
Хилькевич Л.В., Патрушева А.О., Вракова Н.Ю. Прогнозный анализ финансовых результатов	21
Янгурбаева З.Р. Специфика учета и налогообложения коммерческого кредита	22

ГОСУДАРСТВЕННОЕ И МУНИЦИПАЛЬНОЕ УПРАВЛЕНИЕ

Косенко Е.Е., Смирнова Е.В. Эффективное управление муниципальной собственностью как условие социально-экономического развития муниципального образования	27
Мамий Ю.Б., Горлова Е.А. Особенности приобретения прав на земельные участки сельскохозяйственного назначения путем проведения публичных торгов	29
Осипова В.В., Бычкова Н.П. Совершенствование законодательной базы в области государственно-частного партнерства	31
Паткин А.А., Горлова Е.А. Имиджевые мероприятия, как фактор, благоприятно влияющий на имидж и инвестиционную привлекательность территорий	32
Самина А.А., Горлова Е.А. Правовые аспекты системы государственных и муниципальных закупок в современной России	34

МАРКЕТИНГ И УПРАВЛЕНИЕ ПРЕДПРИЯТИЕМ

Бондаренко А.Г., Кузнецова О.А. Обзор рынка отопительных систем	39
---	----

Гаркуша А.М., Антошкина А.В. Повышение инвестиционной привлекательности Краснодарского края	41
Демьяненко Н.В. Направления повышения эффективности деятельности предприятия в сфере строительного-монтажных работ	44
Еремеев А.В., Щепакин М.Б. Управление организационным совершенствованием предприятия	46
Иващенко К.Ю., Куренова Д.Г. Обзор перспективных инструментов продвижения книжных магазинов	49
Иващенко К.Ю., Фицурина М.С. О повышении эффективности предприятия на основе совершенствования взаимоотношений с потребителями	52
Калинина И.О., Соколова Л.И. О занятости во вредных условиях на предприятиях Краснодарского края	55
Кравченко М.К., Шинкевич А.Н. Модернизация швейной отрасли России как основа повышения ее эффективности	58
Моргунова О.Н., Чекменева Е.В. Роль маркетинга в формировании успешного политического бренда	60
Пагин В., Соколова Л.И. Тенденции воспроизводства населения России	63
Полтко А.С., Мишулин Г.М. Электронная презентация: инновационный маркетинговый подход	65
ПРОИЗВОДСТВЕННЫЙ И РЕГИОНАЛЬНЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ	
Бузулукова М.В. Мотивация персонала в кризисной ситуации	69
Демьяненко М.А., Кобозева Е.М. Механизм реализации стратегии инвестиционного развития Краснодарского края	72
Депутович А.В., Шутилова М.Ф., Шутилов Ф.В. Межличностные аспекты управления взаимоотношениями преподавателя и студентов в вузе	74
Зайц А.А., Шутилов Ф.В. Инструменты моделирования инновационных региональных кластеров	76
Тесленко С.Е., Коломыц О.Н. Оценка стратегического плана развития предприятия	78
Чадаев Д.Ю., Белова Е.О. Развитие рынка электромобилей в России	80
ЭКОНОМИКА И ФИНАНСОВЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ	
Артёменко С.Ю. Развитие риск-менеджмента в России	85
Ваниева Э.В., Чепсина А.В., Великанова Л.И. Безработица как одна из глобальных социально-экономических проблем России	86

Варгузина Д.А. Стратегическое обеспечение развития предприятий сахарной промышленности	88
Гайворонская А.Г. Тенденции развития дистанционных услуг	89
Ерхова А.Ю. Роль финансового менеджмента в современной системе управления предприятием	91
Иванова Ю.В. Роль инвестиций в Краснодарском крае	92
Куракова С.В. Необходимость и меры поддержки малого предпринимательства в сельском хозяйстве	94
Лукина В.В. Малый бизнес в современной структуре экономики зарубежных стран и России	95
Маркова К.С. Развитие краудфандинга как инновационного механизма финансирования	97
Миглинский В.Ю., Реутская И.В. Государственный заказ как действенный инструмент регулирования экономики	98
Милютина А.В., Рубина Р.Я. Направления совершенствования проектного финансирования в России	101
Мишуркина Ю.А. Внутренний аудит в управлении качеством предприятия	102
Нартокова З.М. Рыночная интеграция строительной отрасли Краснодарского края	104
Недугов А.И., Рубина Р.Я. Роль государственно-частного партнерства в инвестиционной деятельности	105
Нерух Н.В. Банкротство физических лиц в российской и зарубежной практике	107
Рубина Р.Я. Булгакова А.Н. Динамика и структура инвестиций в российскую экономику и пути ее улучшения	108
Рубина Р.Я., Ткаченко А.В. Влияние оффшорного бизнеса на инвестиционный климат в России	110
Соболевская А.Г. Система управления затратами на предприятиях агропромышленного комплекса	112
Ткаченко В.А., Реутская И.В. Российские и международные нормы регулирования ночного труда	114
Остапенко О.А., Реутская И.В. Трудовые отпуска в свете международной конвенции труда	116
Чибизова Д.М. Влияние санкций на страховой рынок России	118
Чирг Д.Н., Чермит З.А. Пенсионное обеспечение в российской федерации, проблемы и пути его совершенствования	120

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ

Кульнева Н.В., Молчан А.С.

Финансовая безопасность предприятия ее угрозы и влияние
на экономическую безопасность предприятия 125

Молчан А.С., Гунина Ю.А.

Построение системы экономической безопасности на предприятии 126

**БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ,
АНАЛИЗ И АУДИТ**

ОСОБЕННОСТИ АУДИТА В ТРАНСПОРТНЫХ ОРГАНИЗАЦИЯХ

Н.Н. Беспалая, студентка группы 12-ЭБ-ЭК10;

И.Г. Пивень, доцент

С развитием сети крупных торговых организаций, а так же малого и среднего бизнеса все больше становятся востребованными услуги транспортных организаций. Грузовые перевозки являются наиболее востребованным сектором экономики. С развитием рынка все активнее развивается и автотранспортные услуги. Помимо перевозок грузов актуальны и сопутствующие услуги, оказываемые такими организациями, в том числе погрузка, выгрузка, обработка транзитных грузов, сопровождение документального оформления, охрана груза и проч. Большое разнообразие видов услуг в транспортной сфере влечет за собой и разнообразные варианты учета и оформления договоров и первичных учетных документов к ним, как с целью отражения хозяйственных операций в бухгалтерском учете.

В силу описанных условий аудит транспортных компаний имеет ряд характерных особенностей, связанных со спецификой их деятельности, а так же связанных с правом собственности на транспортные средства, используемые в хозяйственной деятельности. Особенности аудита транспортных организаций обусловлены еще и тем, что они применяют особые системы бухгалтерского учета и налогообложения.

Можно выделить основные этапы проведения аудита транспортной организации: проверка законности осуществления транспортной деятельности и соответствие имеющихся разрешительных документов видам и специфике деятельности организации; проверка правильности организации труда водителей и соответствия ее действующему законодательству; проверка документального оформления выполненной работы водителями и полноты учета заработной платы водителей; проверка полноты и правильности учета доходов и расходов от основного вида деятельности и прочих (сопутствующих) услуг и обоснованности учета и списания материальных запасов и услуг сторонних организаций в затраты, учитываемые при оказании транспортных услуг, в целях налогового и бухгалтерского учета; проверка полноты и правильности исчисления налогов и других обязательных платежей в бюджет, плательщиком которых является организация; характер и виды расчетов с поставщиками (в частности наличными денежными средствами; талонами, приобретенными путем безналичных расчетов; с помощью корпоративных банковских пластиковых карт; по топливным картам с магнитной полосой и др.) [1, 2, 6].

Специфика аудиторской проверки организации автомобильного транспорта связана, во-первых, с тем обстоятельством, что автомобили являются источниками повышенной опасности, вследствие чего порядок их эксплуатации регулируется рядом законодательных и нормативных актов, исполнение которых обязательно для транспортных организаций всех форм собственности, а во-вторых, наличием ряда специфических операций, присущих только транспортным организациям. В соответствии с этим можно выделить ряд вопросов, которые должны находиться в поле зрения аудитора, проверяющего организацию автомобильного транспорта. К таким вопросам относятся: соблюдение установленных правил перевозок грузов, пассажиров, багажа; осуществление международных перевозок; исчисление и уплата НДС при осуществлении международных перевозок; соответствие учета доходов и расходов по основным и прочим видам деятельности согласно нормам официальных документов; признание расходов, связанных с приобретением транспортных средств по договорам лизинга; учет операций по договорам транспортной экспедиции; учет затрат на топливо при применении современных систем платежей АЗС; учет автомобильных шин; возмещение расходов, связанных со служебными командировками и служебными поездками водителей; организация труда водителей; аттестация руководителей и специалистов транспортных организаций; оформление путевых листов.

В настоящее время все чаще организации приобретают имущество, в том числе и транспортные средства, по договорам лизинга (в том числе международного). При этом, при проверке таких операций по приобретению имущества по договору лизинга перед аудитором должен учитывать следующие особенности таких операций: признание в налоговом учете лизинговых платежей; признание в налоговом учете расходов, связанных с получением лизингового

имущества и доведением его до работоспособного состояния; признание в налоговом учете налогов, сборов и платежей при международном лизинге.

Следует отметить, что особенности проведения аудита в различных организациях закрепляются во внутрифирменных стандартах аудита в соответствии с нормами федеральных стандартов, регулирующих аудиторскую деятельность [3, 4, 5]. Организация аудиторской проверки осуществляется в соответствии с федеральным законом № 307-ФЗ «Об аудиторской деятельности» [3], а так же правилами стандартами аудиторской деятельности, утвержденными Правительством РФ и Минфином РФ [3, 4, 5].

Аудит транспортной организации послужит для нее эффективным инструментом, который позволит улучшить систему внутреннего контроля и учета, а так же - избежать споров с органами государственного контроля.

Литература:

1. Гражданский кодекс Российской Федерации (действующая редакция).
2. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть первая, часть вторая, действующая редакция).
3. Об аудиторской деятельности: федер. закон Рос. Федерации от 30 июня 2008 г. № 307-ФЗ (действующая редакция).
4. О транспортно-экспедиционной деятельности: федер. закон Рос. Федерации от 30 июня 2003 № 87-ФЗ.
5. Федеральные правила (стандарты) аудиторской деятельности: Постановление Правительства РФ от 23 сентября 2002 г. № 696 (действующая редакция).
6. Федеральные стандарты аудиторской деятельности: приказ Минфина РФ от 20 мая 2010 г. № 46н (действующая редакция).

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ПРОЦЕССА ДОКУМЕНТИРОВАНИЯ ОРГАНИЗАЦИИ АУДИТОРСКОЙ ПРОВЕРКИ

А.А. Выповская, студентка группы 12-ЭБ-ЭК8;
В.Н. Дейнега, профессор

Глобализация бизнеса аудируемых организаций и технологические сдвиги в процессах производства продукции, оказания услуг, ведения учета и составления отчетности поставили аудиторов перед необходимостью обрабатывать огромное количество информации. Потерял актуальность основной метод, основанный на выборочном подходе. Аудиторские компании не нуждаются в низкоквалифицированных сотрудниках, которых нанимали на низшие должности для рутинной работы. Руководители и собственники аудиторских компаний пришли к выводу, что автоматизация рабочего процесса, средства анализа данных и искусственный интеллект фундаментально меняют процесс аудита. В большой степени это относится к документированию процесса подготовки и организации аудиторской проверки.

Принятие Федерального закона 403-ФЗ от 01.12.2014 г. внесло ясность в сроки перехода на МСА, указало на необходимость унификации российской аудиторской практики с общепризнанной международной. В законе ясно сказано, что применение стандартов обязательно и до перехода на международные требования. Более того, федеральные стандарты должны учитывать современные тенденции развития аудита (1). При имеющихся технических возможностях аудиторы могут получить полную информацию по интернету, изучать ее в удаленном доступе и выразить мнение о достоверности финансовой отчетности. Вместе с тем отдельные процедуры аудита не возможно совершить в удаленном доступе. Например, проверить наличие и качество составления первичных документов, их соответствие действующему законодательству и требованиям, принятым руководством и закрепленных Приказом по Учетной политике аудируемых лиц.

Изменение технологии учета требует пересмотра существующего порядка организации аудиторской проверки. В соответствии с требованиями п. 5.4 Правила (стандарта) аудиторской деятельности № 3 «Планирование аудита» до разработки программы аудита необходимо оценить систему бухгалтерского учета и внутреннего контроля, рассчитать существенность и определить риски (2). Предстоит выполнить организационные мероприятия по формированию группы, распределению обязанностей, установлению зон контроля, и т.п. В соответствии с п. 5.6 аудиторская организация определяет в общем плане роль внутреннего аудита. Взаимодействие со службой внутреннего аудита регулируется Правилom (стандартом) аудиторской деятельности № 29 «Рассмотрение работы внутреннего аудитора» (2).

Внутренние аудиторы обязаны документировать информацию от предварительного плана до полученных выводов и результатов аудиторского задания. Мы предлагаем осуществлять документирование стадии организации аудиторской проверки службой внутреннего аудита в форме единого рабочего документа по сравнению с ранее существовавшими отдельными отчетами по отдельно взятым разделам, что искажает общее представление о состоянии системы внутреннего контроля и затрудняет использование результатов внутреннего аудита внешними аудиторами.

Документ имеет три раздела. Первый раздел «Разграничение полномочий между субъектами внутреннего контроля» регламентирует процесс разграничения полномочий между Советом директоров, службой внутреннего контроля и внутренним аудитором. Совет директоров ответственен за утверждение политики внутреннего контроля, а именно:

- контроль финансово-хозяйственной деятельности и контроль за сохранностью активов;
- контроль за соблюдением законодательства и решений совета директоров;
- содействие в построении системы внутреннего контроля.

Служба внутреннего контроля отвечает за разработку процедур по реализации утвержденной политики контроля и оказывает содействие в реализации функций контроля исполнительного органа.

Внутренний аудитор призван проводить оценку эффективности процедур контроля и аудит.

Второй раздел «Планирование и организация аудиторской проверки» включает:

- утверждение политики и процедур контроля Советом директоров;
- уточнение целей и задач службы внутреннего контроля и внутреннего аудитора;
- утверждение календарного плана проведения аудита;
- согласование сроков и условий проведения аудита с руководителями предприятий и разработка поквартальной программы;
- составление план-графика проведения аудита.

Третий раздел «Документирование результатов аудиторской проверки» включает:

- описание выводов оценки надежности системы учета и вывод о способности системы учета своевременно формировать достоверную бухгалтерскую и налоговую отчетность;
- описание результатов проверки правильности формирования и использования внеоборотных активов предприятия;
- описание проверки операций по учету материальных запасов;
- описание проверки операций по учету денежных средств;
- описание результатов проверки правильности исчисления и перечисления налогов и сборов;
- описание результатов проверки правильности учета операций по формированию доходов и расходов предприятия.
- описание проверки операций по учету процесса инвестирования и развития предприятия.

Полученная и оформленная в предлагаемом документе информация подлежит обязательному отражению в письменном виде в рабочих документах внешнего аудитора, оформленных в соответствии с правилом (стандартом) аудиторской деятельности № 2 «Документирование аудита». После введения для обязательного применения в России МСА аудиторы будут руководствоваться стандартом 230 «Документирование». Основное назначение рабочих документов аудитора заключается в том, что они помогают при планировании и проведении аудита; при осуществлении надзора и проверки качества аудиторской работы; а также содержат аудиторские доказательства, получаемые в результате аудиторской работы, выполняемой с целью

подтверждения мнения аудитора. Требуется полная и подробная информация по всем исследуемым вопросам и в случае использования работы внутренних аудиторов при определении характера, временных рамок и объема процедур внешнего аудита, рекомендуется согласовать сроки этой работы, объем аудиторского взаимодействия, уровень существенности и предлагаемые методы отбора проверяемой совокупности, документальное оформление выполненной работы, а также процедуры обзорной проверки и формы отчетности.

Сложность состоит в том, что компания имеет свои внутренние стандарты документирования результатов внутреннего аудита, которые не обязаны учитывать требований стандартов (правил) аудиторской деятельности, а аудиторские организации должны руководствоваться ими. Вместе с тем, работа, которую проводят внутренние аудиторы предполагают последовательно выполняемые действия от планирования объема работ по конкретным проверкам до формулирования предложений по совершенствованию системы внутреннего контроля и системы бухгалтерского учета. Это означает, что внутренние аудиторы готовы выявлять существенные риски, способные оказать воздействие на цели, деятельность и ресурсы организации.

Современный этап развития средств автоматизации позволяет широко использовать ИТ-технологии при проведении внутреннего аудита. Предлагаемый рабочий документ позволяет систематизировать информацию и учитывает возможность применения автоматизированных методов аудита и других методов анализа данных. Описанные применяемые процедуры, выводы и результаты проверки на основе соответствующего анализа и оценки информации могут быть использованы для совершенствования системы учета и внутреннего контроля, служить основой для вывода внешнему аудитору, насколько можно доверять существующим системам бухгалтерского учета и внутреннего контроля и снижать трудоемкость работ при сохранении качества аудита.

Литература:

1. Федеральный закон от 01.12.2014 № 403-ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации». URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_171541 (дата обращения 22.05.2016 г.)
2. Постановление Правительства РФ от 23.09.2002 № 696 (ред. от 22.12.2011) «Об утверждении федеральных правил (стандартов) аудиторской деятельности». URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_38848 (дата обращения 22.05.2016 г.)
3. Дейнега В.Н. Новые задачи аудита в условиях экономического спада (статья) // Аудиторские ведомости. 2012. № 3. 95 с. С. 31–34.

ОСОБЕННОСТИ УЧЕТА И ОЦЕНКИ ОСНОВНЫХ СРЕДСТВ НА РАЗЛИЧНЫХ ЭТАПАХ ИХ ЖИЗНЕННОГО ЦИКЛА

А.В. Гордиенко, студент группы 13-ЭБ-ЭК7;
О.И. Толмачева, кандидат экономических наук, доцент

Развитие процессов глобализации в мировой экономике, возникновение новых технологий, совершенствование производственного процесса при осуществлении различных видов экономической деятельности, расширение бизнеса и усиление конкуренции требуют своевременного получения качественной информации о состоянии и эффективности использования долгосрочных активов в целом и объектов основных средств в частности.

В связи с этим одной из актуальных проблем дальнейшего совершенствования бухгалтерского учета является достоверная оценка объектов основных средств на каждом из этапов их жизненного цикла, отражение которой позволит существенно повысить качество финансовой информации в целом.

В настоящее время в России учет основных средств регламентируется, и регулируется такими нормативными документами, как ПБУ 6/01 – Положение по бухгалтерскому учету «Учет основных средств» и «Методические указания по бухгалтерскому учету основных

средств». В зарубежной практике МСФО (IAS) 16 «Основные средства» отражает важнейшие положения по их учету.

Жизненный цикл оборота основных фондов предприятия включает в себя различные виды хозяйственных операций, которые можно подразделить по трем укрупненным этапам или стадиям:

1) покупка (приобретение) объектов основных средств и оформление договоров финансовой аренды (лизинга), строительства в форме нового строительства;

2) эксплуатация или использование в производственном процессе, включая хозяйственные операции по поддержанию объектов в надлежащем состоянии путем обслуживания и ремонтов, а также модернизации, технического вооружения и дооборудования объектов;

3) выбытие объектов основных средств, которое возможно при продаже, дарении, утилизации, заключении договора финансовой аренды.

Таким образом, объект основных средств можно рассматривать как бизнес-актив, имеющий собственный жизненный цикл, характеризующийся способностью или невозможностью генерирования положительного денежного потока.

Каждый из приведенных этапов жизненного цикла объектов основных средств характеризуется осуществлением одного или нескольких взаимосвязанных бизнес-процессов по планированию, приобретению, покупке (строительству) объекта основного средства, вводу в эксплуатацию, обслуживанию, ремонту, выбытию и ликвидации. Поэтому для повышения эффективности использования основных средств экономическим субъектом необходима организация управления на уровне указанных бизнес-процессов с учетом зависимости и связей между ними.

Получение информации в разрезе этапов жизненного цикла каждого объекта основных средств возможно на основе анализа содержания документации по монтажу оборудования, текущему состоянию объекта, осуществленным видам ремонта, а также работ по обслуживанию и модернизации для обоснования управленческих решений о направлениях и сроках использования тех или иных ресурсов компании. Это позволит повысить эффективность работы основных средств, оптимизировать инвестиционную политику компаний, сократить простои производственного оборудования и существенно улучшить качество обслуживания клиентов.

Управление жизненным циклом основных средств подразумевает целый ряд функций, направленных на улучшение работы в целом, обеспечение бесперебойного цикла производства и т.д.

На первом этапе жизненного цикла необходимо руководствоваться, прежде всего, правилами МСФО (IAS) 16 «Основные средства», предусматривающими признание основных средств в учете:

– по себестоимости, включающей сумму уплаченных денежных средств или их эквивалентов;

– либо по справедливой стоимости иного встречного возмещения, переданного для приобретения актива на момент его покупки или строительства.

Тем не менее МСФО (IAS) 16 не исключает специфики при определении цены покупки объекта с помощью разных способов приобретения основных средств. В частности, первоначальная стоимость основных средств, созданных организацией собственными силами, определяется по сумме совокупных затрат компании на покупку или возведение объектов, а также доведение их до состояния, пригодного для эксплуатации.

На этапе эксплуатации должны быть соблюдены положения МСФО (IAS) 16 «Основные средства», МСФО (IAS) 36 «Обесценение активов», МСФО (IAS) 40 «Инвестиционное имущество».

В соответствии с МСФО (IAS) 16, затраты на повседневное обслуживание объектов основных средств (например, на оплату труда и приобретение расходных материалов и комплектующих изделий) в первоначальную стоимость объектов основных средств не включаются. Такие траты учитываются как расходы на ремонт и текущее обслуживание и признаются в отчете о прибылях и убытках по мере их осуществления. В МСФО (IAS) 16 предусмотрено два альтернативных способа оценки основных средств: модели учета по фактическим затратам и по переоцененной стоимости.

МСФО (IAS) 16 подчеркивает, что переоценки должны производиться с достаточной регулярностью во избежание существенного отличия балансовой стоимости от той, которая определяется при использовании справедливой стоимости на отчетную дату. Выбор интервалов

переоценки относится к области профессионального суждения бухгалтера. Частота проведения переоценок должна зависеть от изменений в справедливой стоимости основного средства.

На последней стадии жизненного цикла основных средств необходимо учитывать правила МСФО (IFRS) 5 «Долгосрочные активы, предназначенные для продажи, и прекращенная деятельность».

В соответствии с МСФО (IFRS) 5 организация должна оценивать долгосрочный актив по наименьшей из двух величин: балансовой стоимости и справедливой стоимости за вычетом затрат на продажу.

При передаче компанией объекта основных средств в операционную аренду проводится его реклассификация в качестве инвестиционной собственности в соответствии с МСФО (IAS) 40. В данной ситуации амортизация не начисляется, а проводится регулярная плановая переоценка.

Основные средства, передаваемые в финансовую аренду, снимаются с учета у арендодателя и отражаются в составе дебиторской задолженности в соответствии с условиями договора согласно МСФО (IAS) 17 «Аренда».

Наиболее важными проблемами функционирования российских компаний на рынке являются относительно высокая степень физического и морального износа объектов основных средств, необходимость их своевременного обновления, снижения затрат на поддержание работоспособности этих активов и оптимизация инвестиционной политики. Поэтому необходимо совершенствование информационной базы путем ведения учета основных фондов в разрезе этапов их жизненного цикла, которое соответствует общей концепции управления под аналогичным названием.

Литература:

1. Туякова З.С. Особенности учета и оценки основных средств на различных этапах их жизненного цикла в соответствии с требованиями МСФО / З.С. Туякова, Т.В. Черемушников // Международный бухгалтерский учет. 2015. № 38. С. 2–23.

2. Толмачева О.И. Отражение амортизационных процессов в бухгалтерском учете и отчетности / О.И. Толмачева, Ф.А. Козлова, А.И. Шехель // Посткризисное развитие российской экономики : сборник статей преподавателей и студентов факультета экономики, управления и бизнеса Кубанского государственного технологического университета. Краснодар : Изд. ЦНТИ. 2012. Т. 1. С. 310–315.

ОСОБЕННОСТИ УПРАВЛЕНЧЕСКОГО УЧЕТА ЗАТРАТ ОРГАНИЗАЦИИ ПРИ ПЕРЕХОДЕ НА МСФО

Е.В. Даценко, студентка группы 14-ЭБ-ЭК7;

З.О. Гукасян, доцент

Достаточно большое количество российских компаний предполагает перейти или уже перешло на составление отчетности в соответствии с Международными стандартами финансовой отчетности. При этом требования налоговых и статистических органов Российской Федерации по подготовке отчетности в соответствии с национальными стандартами остаются в силе.

Далее рассмотрим один из этапов трансформации «Отчета о финансовых результатах». Одним из основных и наиболее трудоемких этапов трансформации финансовой отчетности производственных предприятий является переклассификация статей доходов и расходов в отчете о финансовых результатах. Стандартная форма представления прибылей и убытков, характерная для отчетности, составленной в соответствии с РСБУ, не позволяет четко увидеть структуру затрат предприятия. В то же время пользователям отчетности полезно знать, из каких статей сложились затраты предприятия. Следовательно, в ходе трансформации необходимо представить статьи отчета о финансовых результатах так, чтобы они наиболее прозрачно отражали структуру затрат предприятия.

Необходимо разработать подробный план счетов, включающий все существенные статьи, характерные для предприятия, для того чтобы наиболее объективно представить структуру

доходов и расходов в отчете о финансовых результатах ООО «Эдельвейс». Самыми существенными статьями расходов у ООО «Эдельвейс» являются материальные затраты, заработная плата, услуги третьих сторон по переработке и амортизация основных средств. В зависимости от специфики деятельности данного предприятия набор статей расходов может варьироваться, поэтому при разработке плана счетов для целей составления отчетности по МСФО рекомендуется проконсультироваться с отделом управленческого учета или с другой подобной структурой на предприятии, которая хорошо осведомлена о том, какие виды затрат предприятие несет на регулярной основе, какие счета необходимо включить в план счетов. В любом случае план счетов должен быть достаточно подробным, чтобы статья «прочие расходы» не являлась существенной. Классификацию затрат российского учета по статьям МСФО нужно начинать с получения анализа счетов себестоимости, в частности субсчета 90,2 «Себестоимость». Это позволит определить структуру каких счетов требуется проанализировать в дальнейшем и какие переклассификации потребуются. Разбивка расходов по характеру затрат происходит при помощи анализа затратных счетов по субконто, где показывается, какие именно расходы отнесены на эти счета. Для того чтобы это стало возможно, бухгалтерская программа, используемая на предприятии, должна содержать достаточно подробную аналитику.

Затраты в ООО «Эдельвейс» аккумулируются в основном на счете 20, после чего списываются в себестоимость реализации, а также существенную часть себестоимости составляют товары для перепродажи. В таком случае требуется проводить дальнейший анализ счетов 20 и 41. Необходимо показать, из чего сложились обороты, списанные в дебет счета 90.2. Счет 41, как правило, возникает в корреспонденции со счетами расчетов с поставщиками. В отчете о финансовых результатах, построенном «по характеру затрат», этот счет должен быть представлен как разница остатков на начало и конец периода, а также сумма приобретенных в течение периода товаров. Счет товаров, безусловно, может иметь и обороты с другими счетами учета, но это скорее будет свидетельствовать о том, что он используется не совсем в соответствии со своим номинальным назначением. Зачастую встречаются ситуации, когда счет товаров для перепродажи активно корреспондирует со счетами запасов и с затратными счетами. В этих случаях требуется провести более глубокое изучение операций, отраженных на этом счете. Кроме этого, возможно потребуются консультация лиц, ответственных за ведение этого счета в российском учете. Результатом такого изучения может стать вывод о том, что на предприятии этот счет используется подобно, например, счету учета сырья и материалов или готовой продукции. Тогда его классификация в отчете о финансовых результатах должна производиться по аналогии с соответствующими счетами.

Анализ счета 20, на практике показывает, что не всегда этот счет напрямую корреспондирует со счетами расчетов и такими счетами, как амортизация и материалы. Так, счет 20 может, например, формироваться и в результате закрытия на него оборотов по другим затратным счетам, в частности по счетам 23 и 25. В таких случаях при переклассификации затрат правильно руководствоваться не названием субконто на счете 20, а производить отдельную переклассификацию счетов 23, 25 и прочих.

Специфика российского учета на производственных предприятиях такова, что производственные затраты могут аккумулироваться не только на общепринятых затратных счетах, а также, на счете учета расходов будущих периодов. Рекомендуется при трансформации внимательно изучить обороты российского счета 97. Важным шагом для целей представления расходов «по функции затрат» является их правильная классификация на прямые производственные, административные, коммерческие и прочие расходы. Соответствующие расходы, как правило, отражаются на счетах 20, 23, 25, 28, 29, 26, 44 и пр. Тем не менее, по основным подразделениям ООО «Эдельвейс», обороты в течение периода составляют значительную часть оборотов предприятия, рекомендуется проверить, насколько их классификация в программе учета соответствует реальному направлению деятельности подразделения.

Литература:

1. Особенности трансформации финансовой отчетности производственных предприятий в соответствии с МСФО // Международный бухгалтерский учет. 2015. № 8.
2. Гукасян З.О. Экономические интересы и качество корпоративного управления: теория и методология : монография. Краснодар : Издательство Дом – Юг, 2013. 100 с.

ПРИНЦИП ДЕЙСТВУЮЩЕГО ПРЕДПРИЯТИЯ В АУДИТЕ

Ю.А. Мишуркина, студентка группы 13-ЭБ-ЭК9;
К.Р. Наниз, ассистент

В современных экономических условиях важно иметь достоверную экономическую информацию о финансово-хозяйственной деятельности предприятия. Для этого многие компании прибегают к услугам аудита. Однако в условиях неопределенности и нестабильности экономического развития аудитор должен уже не только выразить свое мнение о достоверности бухгалтерской отчетности, но и определить достаточность средств организации для погашения обязательств и формирования ресурсов для дальнейшего развития. Актуальность выбранной темы не может вызывать сомнений, так как именно оценка непрерывности деятельности позволяет выявить факторы, угрожающие функционированию аудируемого лица в современных условиях.

В Федеральном правиле (стандарте) № 11 «Применимость допущения непрерывности деятельности аудируемого лица» определено, что: «согласно принципу допущения непрерывности деятельности предполагается, что аудируемое лицо будет продолжать осуществлять свою финансово-хозяйственную деятельность в течение 12 месяцев года, следующего за отчетным, и не имеет намерения или потребности в ликвидации, прекращении финансово-хозяйственной деятельности или обращении за защитой от кредиторов» [1].

Принцип непрерывности рассматривается и зарубежными авторами. Например, Р. Адамс разработал концепцию действующего предприятия, согласной которой в оценке аудитором рассматривается не только достоверность бухгалтерской отчетности, но и вероятность развития негативных тенденций и возможность ухудшения финансового состояния предприятия, что может вынудить его к распродаже части своих активов, сворачиванию основных видов деятельности, а в дальнейшем, привести к банкротству [2].

Согласно Международному стандарту аудита (МСА) 570 «Продолжающаяся деятельность» аудитор должен установить, существует ли неопределенность, требующая четкого раскрытия сведений о ней и ее последствиях в финансовой отчетности [3]. Комитет по международным стандартам аудита внес изменения в данный стандарт, ссылаясь на то, что аудитор должен уделять больше внимания соблюдению принципа продолжающейся деятельности. Результаты исследования аудитора должны быть наглядно показаны в аудиторском заключении. Подобные изменения были внесены по причине того, что аудиторы не смогли спрогнозировать высокий уровень банкротства в период экономических кризисов.

На данном уровне развития методологии финансового анализа предполагается, что аудитор обладает широким набором инструментов, который позволит произвести оценку финансового состояния предприятия и прогнозировать развитие финансовых возможностей на перспективу. Следует отметить, что на каждом этапе аудиторской проверки аудитор пользуется определенным набором аналитических процедур, используя при этом различные методы.

Традиционными инструментами оценки непрерывности деятельности являются: анализ платежеспособности; анализ финансовой устойчивости на основе неравенств и относительных показателей; анализ кредитоспособности; анализ эффективности использования оборотного капитала; анализ цены и структуры капитала.

Ведущую роль в анализе финансового состояния предприятия занимает оценка платежеспособности и уровня риска финансово-хозяйственной деятельности экономического субъекта. Выбор данной процедуры обуславливается тем, что финансовая стабильность фирмы (её непрерывная деятельность) зависит от постоянных поступлений денежных средств и уровня платежеспособности предприятия, то есть её способности оплатить имеющиеся обязательства. Данная оценка позволит выявить, сможет ли предприятие погасить свои обязательства в ближайшем будущем и стабильно существовать на рынке.

Оценка платежеспособности предприятия напрямую зависит от оценки финансового цикла. По своей сути финансовый цикл – это разница между операционным циклом и периодом обращения кредиторской задолженности. Динамика финансового цикла влияет на устойчивость

денежных поступлений и на финансовую стабильность всего предприятия. В свою очередь, чрезмерные финансовые риски, влияющие на структуру источников финансирования, являются главным фактором, который ставит под сомнение принцип допущения непрерывности деятельности предприятия. Поэтому очень важно сопоставить уровень платежеспособности и уровень финансового риска организации (рис. 1) [4].

	Достаточный уровень платежеспособности	Допустимый уровень платежеспособности	Недопустимый уровень платежеспособности
Низкий уровень риска	Предприятие способно расплатиться по имеющимся просроченным обязательствам и восстановить \нормальную хозяйственную деятельность		Целесообразно проведение прогнозирования восстановления нормального финансового состояния с учетом достаточности уровня рентабельности и имущества фирмы
Допустимый уровень риска			
Недопустимый уровень риска	Целесообразно проведение прогнозирования восстановления нормального финансового состояния с учетом достаточности уровня рентабельности и имущества фирмы		Восстановление платежеспособности невозможно

Рисунок 1 – Взаимосвязи между различными уровнями риска и платежеспособности

Сравнивая уровень платежеспособности и уровень финансового риска, аудитор делает вывод о том, способно ли предприятие расплатиться со своими обязательствами и восстановить стабильную хозяйственную деятельность. При сочетании недопустимого уровня финансового риска и уровня платежеспособности предприятие не способно восстановить платежеспособность и продолжать свою финансово-хозяйственную деятельность, а, следовательно, нарушается принцип непрерывности деятельности организации.

Положительным моментом оценки платежеспособности и уровня риска финансово-хозяйственной деятельности является ее гибкость по отношению к определенным внешним и внутренним условиям деятельности предприятия. Прогнозирование восстановления стабильного финансового состояния определяется результатами, которые были получены в ходе оценки текущего финансового состояния предприятия с позиции его неплатежеспособности.

Проведя анализ финансового состояния, и составляя аудиторское заключение, аудитор на основании полученных данных определяет, имеются ли сомнения в способности аудируемого лица продолжать свою финансово-экономическую деятельность.

Таким образом, принцип непрерывности деятельности ориентирован на продолжение деятельности организации, которая не ограничивается никакими условиями. Приведенная аналитическая процедура – оценка платёжеспособности и уровня финансового риска поможет аудитору расширить свою проверку и сделать полную картину финансово-экономического состояния аудируемого лица и сформировать окончательное мнение.

Литература:

1. Правило (стандарт) аудита № 11 «Применимость допущения непрерывности деятельности аудируемого лица» (утверждено Постановлением Правительства РФ от 23.09.2002 № 696).
2. Адамс Р. Основы аудита / Под ред. Я.В. Соколова; пер. с англ. М. : Аудит, ЮНИТИ, 1995. 398 с.
3. МСА 570 «Продолжающаяся деятельность».
4. Наниз К.Р. Аналитические процедуры в оценке непрерывности деятельности организации / К.Р. Наниз, Т.А. Мартынова // Аудиторские ведомости. 2016. № 3. С. 27–37.

РИСКИ АУДИТА МАЛЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

А.И. Никиша, студентка группы 12-ЭБ-ЭК10;
И.Г. Пивень, доцент

Малое предпринимательство за последние годы стало одним из важнейших секторов экономики, оказывающих большое влияние на улучшение социально-экономической ситуации в Российской Федерации. В данных условиях значительно возрастает роль и значение правильной организации бухгалтерского учета и аудита малых экономических субъектов.

Малые предприятия могут проводить аудиторские проверки либо по собственному желанию (так называемый инициативный аудит), либо обязательный аудит в соответствии с согласно федеральным законом «Об аудиторской деятельности». Инициативный аудит, как правило, проводится по решению собственников или руководителя предприятия, не является обязательным. К малым предприятиям, подлежащим обязательному аудиту в РФ, в основном относятся муниципальные предприятия, а так же предприятия, в уставных (складочных) капиталах которых доля государственной собственности составляет не менее 25 процентов.

Развитие аудита за рубежом привело к необходимости унификации аудиторской деятельности. В результате были разработаны аудиторские стандарты, сначала в национальных рамках, затем в международном масштабе. Существует также МСА 1005 «Особенности аудита малых предприятий», в котором рассматриваются основные характеристики малых предприятий, методические указания по применению МСА, рекомендации по проведению аудита в тех случаях, когда аудитор оказывает малым предприятиям бухгалтерские услуги.

На сегодняшний день среди российских правил (стандартов) аудиторской деятельности нет документа, который регулировал бы аудит именно малых предприятий.

Вместе с тем, в Российской Федерации при проведении аудита малых экономических субъектов аудиторским организациям следует применять правила (стандарты) аудиторской деятельности в полном объеме. При этом необходимо учитывать некоторые особенности, которые оказывают влияние на порядок проведения аудита таких субъектов. Можно выделить следующие из них: ограничение или отсутствие разделения полномочий сотрудников, отвечающих за ведение учета и подготовку отчетности; преобладающее влияние владельца и (или) единоначального руководителя на все процессы хозяйственной деятельности такого экономического субъекта.

Для целей правил (стандартов) аудиторской деятельности и при планировании соответствующих аудиторских процедур аудиторским организациям следует выбирать методику аудита, руководствуясь в первую очередь возможностями разделения ответственности и полномочий сотрудников, отвечающих за ведение учета, особенностями организации системы бухгалтерского учета и документооборота таких экономических субъектов, а не только критериями отнесения организации к субъектам малого предпринимательства, основанными на виде деятельности, структуре уставного капитала и средней численности работников, что предусмотрено другими нормативными актами Российской Федерации.

При планировании и организации аудита в малых предприятиях следует учитывать существенные моменты, влияющие на величину аудиторского риска. К ним можно отнести: не регулярное ведение учетных записей без последовательного соблюдения формальных требований, что не позволит реально учитывать хозяйственные операции предприятия и повысит риск искажений бухгалтерской отчетности; уверенность руководителей малого предприятия, что по итогам аудита, будут оказаны и услуги по восстановлению бухгалтерского учета, исправлению допущенных ошибок, подготовке бухгалтерской отчетности; маленькую численность работников бухгалтерской службы или совмещение их обязанностей в лице одного работника – главного бухгалтера, что не позволяет обеспечить надлежащее разделение их ответственности и полномочий; совмещение обязанностей работников приводит к ситуациям, когда легко скрыть злоупотребления; совмещение обязанностей работников приводит к нехватке времени на проведение контрольных процедур работниками бухгалтерской службы и руководства малого предприятия, что повышает риск возникновения ошибок и искажений бухгалтерской отчетности.

В малых предприятиях часто используется единичный компьютер с упрощенной программой учета, что дает возможность доступа к бухгалтерской учетной программе несанкцио-

нированных пользователей, которые могут произвольно изменять учетные данные и настройки программного продукта, при этом могут быть вносятся в систему операции задним числом, или операции, не получившие одобрения или утверждения в установленном порядке (без ведома руководства).

Все эти особенности следует учитывать при планировании и анализе деятельности аудируемого лица, чтобы запланировать такие виды и количество аудиторских процедур, которые позволят уменьшить аудиторский риск до разумного предела.

Литература:

1. Об аудиторской деятельности: федер. закон Рос. Федерации от 30 июня 2008 г. № 307-ФЗ (действующая редакция).
2. Федеральные правила (стандарты) аудиторской деятельности: Постановление Правительства РФ от 23 сентября 2002 г. № 696 (действующая редакция).
3. Федеральные стандарты аудиторской деятельности: приказ Минфина РФ от 20 мая 2010 г. № 46н (действующая редакция).
4. Парасоцкая Н.Н. Методика организации аудита малых предприятий // Все для бухгалтера. 2013. № 1. С. 15–17.

ОСОБЕННОСТИ АУДИТА ВАЛЮТНЫХ ОПЕРАЦИЙ

А.Н. Никулина, студентка группы 12-ЭБ-ЭК9;

А.А. Бжассо, доцент

Валютные операции – это расчеты за товары и услуги, с применением различных видов иностранной валюты. Сегодня на рынке аудиторских услуг аудит валютных операций постепенно укрепляет свои позиции и становится все более популярным. Объясняется это, во-первых, широким выходом множества крупных российских компаний на международный рынок, и как результат – расчеты валютой.

Во-вторых, следует отметить, что связанные с валютой операции также являются уязвимым местом для нарушений, что также делает аудит валютных операций мощным инструментом в борьбе за честную и прозрачную работу предприятий.

При этом нужно учитывать, что аудит операций, связанных с валютой, является неотъемлемой частью общего обязательного аудита, который проводят в компаниях, выступающих на внешнем рынке [3].

По своей сути аудит валютных операций является проверкой по остаткам валютных счетов, открытых за пределами Российской Федерации. В то же время целью такого рода проверки являются оценка учета доходов и расходов средств, находящихся в иностранной валюте, проверка соблюдения норм законодательства, регулирующего операции со средствами, связанными с иностранной валютой и оценка фиксирования всех проходящих операций в налоговом отчете компании.

Естественно, это лишь общие задачи проводимой проверки. Если говорить более конкретно, то аудиторская компания разбивает свои действия на три этапа: начальный (или ознакомительный этап), основной и заключительный.

На начальном этапе аудитор лишь описывает открытые счета компании, проводит оценку остатков на них, валюту, в которой хранятся средства, основную информацию по счетам: баланс, дату открытия, условия, на которых эти счета обслуживаются и т.д.

Вторым этапом аудита валютных операций является так называемый основной этап. На данном этапе аудитор более детально изучает счета компании-клиента, проверяет документы и законность проведения операций по ним, делая акцент на юридической стороне вопроса деятельности юридического лица.

И на третьем, заключительном этапе, аудитор формирует пакет документов, на которые следует обратить особое внимание, составляет и сдает отчет по проделанной работе.

При аудите операций по валютным счетам следует обратить внимание на то, что транзитный валютный счет выполняет в основном функции счета, аккумулирующего поступающие в пользу организации средства в иностранной валюте и контролирующего эти поступления в части осуществления организацией обязательной продажи валютной выручки. Функции счета расчетов транзитный валютный счет выполняет очень ограниченно. Резиденты могут иметь счета в иностранной валюте в банках за пределами Российской Федерации. Движение средств по этим счетам отражается по счету 52, субсчет «Валютные счета за рубежом».

Аудитору необходимо обратить внимание на следующее:

- 1) как зачислялась валютная выручка от реализации и других валютных операций при совершении внешнеэкономических операций;
- 2) законность открытия валютных счетов;
- 3) соответствие сумм по выпискам банка суммам, отраженным в первичных документах;
- 4) правильно ли применялись формы расчетов при внешнеэкономической деятельности;
- 5) своевременно ли предоставляются платежные поручения на продажу выручки, если зачисление валютной выручки прошло по транзитному счету;
- 6) правильно ли оплачено комиссионное вознаграждение за открытие валютных счетов;
- 7) правильно ли отражены в учете операции по покупке и продаже валюты;
- 8) правильно ли рассчитаны и отнесены курсовые разницы;
- 9) правильно ли перечислены авансы за импортную продукцию.

Следует также обратить внимание на особенности операций с наличной валютой. По российскому законодательству операции с наличной валютой по расчетам с юридическими и физическими лицами запрещены. Однако при командировании сотрудников организации за границу эти операции допускаются.

Существенные недостатки, выявленные по результатам проверки операций с денежными средствами, должны быть отражены в рабочих документах аудитора [5].

Финансовая деятельность – одна из самых важных, но в то же время и самых сложных областей современной жизни, которая требует высокого профессионализма, глубоких знаний и большого опыта.

Но даже опытным специалистам необходимо совершенствовать свои знания. А людям, которые не являются профессионалами в области бухгалтерии и финансов, но чья деятельность, тем не менее, напрямую связана с финансами – например, бизнесменам и менеджерам – надо постоянно быть в курсе соответствующих проблем, вопросов и тенденций [1, 2].

В связи с этим следует периодически проводить аудиторские проверки.

Денежные расчеты осуществляются организацией либо наличными деньгами, либо в виде безналичных платежей.

Следует отметить, что особенности проведения аудита в различных организациях закрепляются во внутрифирменных стандартах аудита в соответствии с нормами федеральных стандартов, регулирующих аудиторскую деятельность [3, 4]. Организация аудиторской проверки осуществляется в соответствии с федеральным законом № 307-ФЗ «Об аудиторской деятельности» [3], а так же правилами стандартами аудиторской деятельности, утвержденными Правительством РФ и Минфином РФ [3, 4].

Внешнеторговая деятельность российских предприятий связана с расчетами в иностранной валюте, и аудит валютных операций послужит для них эффективным инструментом, который позволит улучшить систему внутреннего контроля и учета, а так же – избежать споров с органами государственного контроля.

Литература:

1. Шеремет А.Д. Аудит : учебник / Под ред. А.Д. Шеремет, В.П. Суйц. М. : ИНФРА-М, 2012.
2. Подольский В.И. Аудит : учебник для вузов / В.И. Подольский, А.А. Савин, Л.В. Сотникова; перераб. и доп. М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2013.
3. Об аудиторской деятельности : федер. закон Рос. Федерации от 30 июня 2008 г. № 307-ФЗ (действующая редакция).
4. Федеральные правила (стандарты) аудиторской деятельности : Постановление Правительства РФ от 23 сентября 2002 г. № 696 (действующая редакция).
5. Бычкова С.М. Доказательства в аудите. М. : Финансы и статистика, 2013. 176 с.

ПРОГНОЗНЫЙ АНАЛИЗ ФИНАНСОВЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ

Л.В. Хилькевич; А.О. Патрушева; Н.Ю. Вракова, студентки группы 12-ЭБ-ЭК8

Формирование и развитие высокоэффективных мировых рынков капитала детерминировало внедрение в хозяйственный оборот большинства экономических субъектов операций с капиталом. Все участники финансовых рынков заинтересованы получать полную и открытую (откровенную) информацию о действиях друг друга [1]. Таким образом, предлагаем рассмотреть прогнозный анализ финансовых результатов как источник получения информации, необходимой на финансовых рынках, а также обозначим основные направления его использования.

Экономическим субъектом исследования было выбрано общество с ограниченной ответственностью «Интерэкс», основным видом деятельности которого является оптовое розничная торговля автотранспортными средствами. Достоинство выбранных для прогнозирования методов заключается в том, что они позволяют рассмотреть прогноз, как отдельных значений, так и их совокупности, определить стратегические цели компании [2, 523], позволяющие направлять эту деятельность в долгосрочной перспективе и оценивать ее результаты.

На первом этапе прогнозного анализа был применен метод временных рядов. Для прогнозирования величины чистой прибыли ООО «Интерэкс» была рассмотрена чистая прибыль, полученная предприятием за пять последовательных лет 2010–2014 гг. как временной ряд.

С учетом линейной формы модели, правил построения и решения системы нормальных уравнений были выполнены вспомогательные расчеты. Решение системы позволило получить следующие искомые параметры модели: $a_0 = -3,5$, $a_1 = 17,9$. Следовательно, модель будет представлена уравнением: $y_t = -3,5 + 17,9 t$ [3]. Далее мы оценили модель по форме, а также определили насколько точно она аппроксимирует положение точек на координатном поле, рассчитали факториальную и остаточную дисперсии.

Таким образом, мы выявили, что прогнозное значение чистой прибыли ООО «Интерэкс» на 2015 г. будет в интервале от 102,66 тыс. руб до 105,14 тыс. руб. Вторым используемым методом стал горизонтальный трендовый анализ показателей отчета о финансовых результатах, который показал, что величина чистой прибыли в 2015 г. должна повысится на 23,69 тыс. руб, или на 19,3 %. Применяя следующий метод – вертикальный трендовый анализ, мы рассчитали индексы показателей статей отчета за 2012–2014 гг. и усреднили их. По полученному значению среднего индекса роста доходов и расходов, была рассчитана прогнозная структура финансовых результатов деятельности ООО «Интерэкс» и их значение, которое составляет 396,81 тыс. руб. Последним был использован метод операционного рычага, который показывает на сколько процентов изменится прибыль при изменении выручки на 1 %. Эффект операционного рычага в предпрогножном периоде составляет $(3439 - 2755) : 173 = 3,95$. По прогнозу выручка должна увеличиться на 0,11 %, следовательно, прибыль от продаж должна возрасти на $3,95 \times 0,11 \% = 0,4 \%$, и составить, соответственно, 242,2 тыс. руб.

Для того чтобы определить эффективность использования выбранных нами методов прогнозирования мы провели сравнительный анализ полученного прогнозного значения с реальной величиной чистой прибыли за 2015 год (табл. 1). Было выявлено, что наименьшее отклонение (3,1 тыс. руб) имеет прогнозное значение, полученное с помощью метода временных рядов, который основан на математической теории, что подчеркивает точность его прогноза

Таблица 1 – Сравнение прогнозных и реальных значений чистой прибыли

Метод прогнозирования	Прогнозное значение чистой прибыли ООО «Интерэкс» на 2015 г., тыс. руб	Реальное значение чистой прибыли ООО «Интерэкс» за 2015 г., тыс. руб	Отклонение, тыс. руб
Метод наименьших квадратов	103,9	107	3,1
Горизонтальный трендовый анализ	146,69	107	39,69
Вертикальный трендовый анализ	172,2	107	65,2
Метод операционного рычага	396,81	107	289,81

Таким образом, прогнозный анализ финансовых результатов ООО «Интерэкс» с использованием различных методов показал, что прибыль организации имеет предрасположенность к увеличению. Однако существует вероятность отрицательного воздействия на финансовые результаты, которое могут оказать современное экономическое положение: резкие темпы инфляции и спады, поэтому организации необходимо разработать стратегию финансирования, в процессе следования которой будет обеспечена бесперебойная деятельность [1] в будущем. Решение проблем, связанных с недостатком источников финансирования организации, видится в том, чтобы обеспечить инвесторов не только бухгалтерской отчетностью, а также предоставить детальную информацию, ориентированную на среднесрочную или же долгосрочную перспективу.

Прогнозный анализ финансовых результатов деятельности ООО «Интерэкс» показал, что используемые методы прогнозирования являются эффективными и, именно они позволят получить финансовую информацию, которая завоевывает внимание ее пользователей и будет полезна для них, что в свою очередь обеспечит возможность использования полученных прогнозов в целях беспрепятственного привлечения необходимых организации ресурсов.

Литература:

1. Мартынова Т.А. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности : учебное пособие. – изд. 2-ое, исправ. Краснодар : Изд. «Советская Кубань», 2013. 162 с.
2. Иванов П.В. Современный стратегический анализ : учебное пособие / Под ред. П.В. Иванова. Ростов н/Д : Феникс, 2014 г. 589.
3. Хилькевич Л.В. Использование методики прогнозирования финансовых результатов в аудите прогнозной финансовой информации / Л.В. Хилькевич, Т.А. Мартынова // В сборнике «Современный этап развития бухгалтерского учета, контроля и аудита: тенденции, проблемы, перспективы. VI Международная научно-практическая конференция» : сборник научных статей. Сочи : Типография ИП Кривлякин С.П., 2015. С. 241–249.

СПЕЦИФИКА УЧЕТА И НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ КОММЕРЧЕСКОГО КРЕДИТА

З.Р. Янгурбаева, студентка группы 13-ЭБ-ЭК9

Двигаться вперед, развиваться в условиях жесткой рыночной конкуренции невозможно без гибкого подхода к возможностям партнеров. Компании стараются применить как можно больше инновационных решений, стараясь заинтересовать потенциальных партнеров выгодными коммерческими предложениями. К одному из таких нестандартных подходов можно отнести коммерческий кредит, получающий все большее распространение в последнее время. Расширение возможностей, обращение к большему числу покупателей, отсутствие необходимости привлечения заемных средств делает этот вид кредитования актуальным и очень выгодным.

В большинстве случаев коммерческое кредитование осуществляется без специального юридического оформления в силу одного из условий заключенного договора (об авансе, о рассрочке и т.д.). Несовпадение момента оплаты товара с моментом его получения не является коммерческим кредитом. Условие о предоставлении коммерческого кредита должно быть предусмотрено сторонами в основном договоре.

В договоре купли-продажи с отсрочкой платежа обязательно должно указываться, что товар оплачивается через определенное время после его передачи покупателю, а в договоре с рассрочкой платежа – цена товара, порядок, сроки и размеры платежей за него. При отсутствии в договоре соответствующих условий коммерческий кредит считается не предоставленным. Сумма кредита определяется исходя из стоимости товара.

Коммерческий кредит может быть предоставлен в виде вексельного кредита или открытого счета поставщиками, либо в виде аванса, покупателями продукции предприятия.

При вексельном кредите организация-заемщик использует эмитированные векселя для погашения задолженности за приобретенные материалы, товары, полученные услуги, выпол-

ненные работы. Срок обращения каждого векселя обусловлен кредитным договором между банком и организацией-заемщиком. Согласно договору организация получает пакет векселей банка и использует их для оплаты товаров, работ, услуг путем оформления передаточной надписи на обратной стороне векселя.

Учет коммерческого кредита ведется на счетах 60 «Расчеты с поставщиками и подрядчиками», 62 «Расчеты с покупателями и заказчиками» по соответствующим субсчетам.

Предоставление коммерческого кредита не является самостоятельной сделкой. Коммерческий кредит может осуществляться в двух формах:

- в виде предоплаты или авансирования, что в бухгалтерском учете отражается на счете 62 «Расчеты с покупателями и заказчиками»;
- в виде отсрочки платежа, оформленного в т. ч. и векселем.

В первом случае покупатель, осуществляющий предоплату, перечисляет денежные средства поставщику. Поставщик имеет коммерческий кредит.

Рассмотрим эту ситуацию подробнее: организация получила товар стоимостью 590 000 руб. в том числе НДС 90 000 руб. При этом поставщик предоставил коммерческий кредит в форме отсрочки платежа на 30 дней. Плата за кредит составляет 25 % годовых.

Дебет 41 «Товары»

Кредит 60 «Расчеты с поставщиками и подрядчиками» – 500 000 руб (590 000 руб – 90 000 руб) – оприходован товар;

Дебет 19 «НДС по приобретенным ценностям»

Кредит 60 «Расчеты с поставщиками и подрядчиками» – 90 000 руб – отражен НДС по приобретенному товару;

Дебет 68 «Расчеты с бюджетом по налогам и сборам»

Кредит 19 «НДС по приобретенным ценностям» – 90 000 руб – сумма НДС предъявлена к вычету;

Дебет 91 «Доходы и расходы»

Кредит 60 «Расчеты с поставщиками и подрядчиками» – 12 123,29 руб (590000 × 25 % / 365 × 30 дней) – начислены проценты за коммерческий кредит;

Дебет 60 «Расчеты с поставщиками и подрядчиками»

Кредит 51 «Расчетный счет» – 590 000 руб – погашена задолженность перед поставщиком;

Дебет 60 «Расчеты с поставщиками и подрядчиками»

Кредит 51 «Расчетный счет» – 12 123,29 руб – погашена задолженность перед поставщиком по начисленным процентам.

В соответствии с Налоговым кодексом РФ организация, являющаяся плательщиком НДС, обязана с сумм предоплаты начислить налог в бюджет.

Вторая форма кредита по существу ничем не отличается от обычной купли-продажи, только организация-покупатель уплачивает поставщику проценты на сумму отсрочки. Проценты по такому кредиту также являются прочими расходами и отражаются на счете 91 «Прочие доходы и расходы»

При предоставлении коммерческого кредита нужно учитывать, увеличивают или не увеличивают проценты НДС цену товара. Дело в том, что при реализации товаров налоговая база по НДС зависит от цены товаров, указанной сторонами сделки. Из этого следует, что если на момент реализации товаров можно определить сумму процентов за предоставление коммерческого кредита (т.е. выручка – это стоимость товаров плюс проценты по коммерческому кредиту), то выручка от реализации товаров в кредит включается в налоговую базу по НДС вместе с процентами. Но, как показывает практика, чаще всего договором купли-продажи не устанавливается конкретная сумма процентов и у организации нет возможности определить сумму платы за коммерческий кредит на дату передачи товаров. Следовательно, указанная норма налогового права не работает.

Налоговая база увеличивается на полученные суммы, так или иначе связанные с оплатой реализованных товаров. Эта норма применяется, поскольку суммы процентов, выплачиваемые по договору продажи товаров на условиях коммерческого кредитования, связаны с оплатой реализованных товаров.

При экспорте товаров российская организация может предоставить отсрочку или рассрочку платежа иностранному покупателю, предусматривая в договоре проценты за предоставленный коммерческий кредит, которые облагаются по ставке 0 % при условии представления в налоговые органы необходимых документов.

Следовательно, денежные средства в виде процентов, выплачиваемых иностранным лицом по кредиту, предоставленному российской организацией при экспорте товаров, не включаются в базу по НДС, если проценты не увеличивают таможенную стоимость товара.

При импорте товаров, если российская организация заключает контракт с иностранным контрагентом (продавцом) на поставку товаров на таможенную территорию России, предусматривающий оплату товаров с отсрочкой платежа, а также взимание сумм процентов за предоставление коммерческого кредита, то ей не следует исполнять обязанности налогового агента по исчислению и уплате НДС с сумм процентов, подлежащих получению от нее иностранным контрагентом.

Подводя итоги можно сказать что у коммерческого кредита есть множество неоспоримых достоинств:

- он быстро и просто оформляется, свободные ресурсы активизируются и перераспределяются в течение короткого срока;
- позволяет избежать необходимости брать кредит в банке;
- денежные средства, взятые займы, позволяют предприятию свободнее распоряжаться оборотными средствами, что делает его финансово устойчивее.

Тем не менее, при всех своих плюсах коммерческий кредит имеет и минусы:

- в отличие от банковского займа он выдается на более короткие сроки и в более ограниченных объемах;
- также имеет место быть момент рисков для того, кто поставляет товар;
- использование векселей вызывает как следствие сложное регулирование денежного потока со стороны Центрального банка РФ.

Литература:

1. Седых Н.В. Тенденции развития банковской кредитной политики реального сектора национальной экономики / Н.В. Седых, О.Г. Халяпина Экономика и предпринимательство. 2015. № 10–1.

**ГОСУДАРСТВЕННОЕ
И МУНИЦИПАЛЬНОЕ УПРАВЛЕНИЕ**

ЭФФЕКТИВНОЕ УПРАВЛЕНИЕ МУНИЦИПАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТЬЮ КАК УСЛОВИЕ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ МУНИЦИПАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ

Е.Е. Косенко, студентка группы 15-ЭМЗ-ГУЗ;
Е.В. Смирнова, доцент

Муниципальная собственность и, как, муниципальное имущество, составляет социально-экономическую основу местного самоуправления.

Максимальная отдача от имеющихся в распоряжении местных органов власти имущественных активов муниципальной собственности позволяет решать текущие задачи социально-экономического развития территории, планировать целевые показатели экономического развития муниципальной собственности в будущем. В связи с этим эффективное управление муниципальной собственностью является условием социально-экономического развития муниципального образования и представляет одну из важнейших задач органов местного самоуправления [1; ст. 132].

Поскольку эффективность использования муниципальной собственности зависит от процесса управления, особую актуальность и значимость приобретают вопросы методологии управления муниципальной собственностью, включающие: определение направлений повышения эффективности ее использования, формирование методических основ оценки эффективности управления муниципальной собственностью.

Муниципальная собственность – это система социально-экономических, организационно-экономических и институционально-экономических отношений, возникающих, по поводу объектов муниципального имущественного комплекса при удовлетворении коллективных социально-экономических потребностей и интересов населения муниципального образования. Данное определение раскрывает единство системы методических принципов исследования муниципальной собственности [2, ст. 215]. В нем находит отражение основная миссия муниципальной собственности – удовлетворение социально-экономических потребностей местного сообщества в коллективных благах – одновременно указывая на то, что рассматриваемые нами отношения собственности на муниципальном уровне возникают по поводу конечного результата использования муниципального имущественного комплекса – повышение качества жизни населения муниципального образования [3; ст. 49].

В таком случае эффективное управление определяется эффективным использованием и результативным управлением муниципальной собственностью. Под эффективностью использования муниципальной собственности понимается соотношение достигнутых результатов и использованных ресурсов муниципального образования. Результативность управления муниципальной собственностью – это степень достижения местными органами власти стратегических целей социально-экономического развития муниципального образования путем управленческого воздействия на объекты имущественного комплекса [5; 69].

Можно выделить несколько причин низкой эффективности использования муниципальной собственности в РФ, непосредственно связанные с системой управления:

- отсутствие формализованных критериев эффективности управления муниципальной собственностью;
- отсутствие четко заданных количественных и качественных целей в системе управления муниципальной собственностью;
- отсутствие системы оценки эффективности управления муниципальной собственностью, и в том числе контроля эффективности.

Систему принципов эффективного управления муниципальной собственностью рассмотрим в виде совокупности общих и специфических принципов управления:

- социальная направленность;
- эффективность общественного развития муниципального образования;
- принцип разделения и кооперации труда;
- многообразие форм и методов управления.

Наиболее важным принципом является принцип эффективного общественного развития муниципального образования. Этот принцип основывается на необходимости использования

муниципальной собственности в соответствии с целями эффективного общественного развития территории и предполагает наличие баланса социальных и экономических функций муниципальной собственности. Другими словами, принцип управления призван сгладить противоречивый характер функционирования муниципальной собственности, что в полной мере позволяет реализовать совокупный ресурсный потенциал муниципального образования а также обеспечить динамику общественного воспроизводства.

Экономическая эффективность использования муниципальной собственности как экономический эффект от управления, определяется как одноименный показатель как соотношение полученного бюджетом результата от управления муниципальной собственностью к общим затратам на управление. Если показатель $\mathcal{E}_{эx} < 1$, то использование муниципальной собственности неэффективно, если $\mathcal{E}_{эx} \geq 1$ – эффективно.

Социальная эффективность использования муниципальной собственности отражает степень соответствия направления использования данных объектов интересам местного сообщества как сложной социальной системы.

Социальную эффективность использования муниципальной собственности можно рассматривать как корреляцию уровня доверия населения к проводимой местными органами власти социально-экономической политики реализации муниципальной собственности и качеством управляющего воздействия на объекты муниципальной собственности. Уровень доверия населения к экономической политике местных органов власти по управлению муниципальной собственностью отражает показатель диспропорций между существующим и проектируемым функционально-целевым использованием объектов муниципальной собственности.

Можно выделить следующие направления повышения эффективности:

1) совершенствование нормативного обеспечения управления муниципальной собственностью, подразумевающее введение функционально-целевых нормативов использования объектов муниципальной собственности, предложенной автором методики оценки эффективности управления муниципальной собственностью;

2) существенное увеличение доходов от использования муниципальной собственности, возможное за счет:

- повышения эффективности муниципальных унитарных предприятий и перечисления части прибыли в городской бюджет;
- увеличения доходности аренды муниципального имущества и городских земель, в том числе с помощью проведения организационных мероприятий;
- эффективного управления арендным фондом нежилого имущества;
- увеличения доходности от управления пакетами акций и долями.

3) сокращение затрат на содержание системы управления муниципальной собственностью;

4) повышения эффективности процесса управления муниципальной собственностью.

Эффективное управление муниципальной собственностью, включающее эффективное использование и результативность управления муниципальной собственностью, как условие социально-экономического развития территории, позволяет достичь стратегических целей развития муниципального образования [4; 55].

Для реализации и формирования стратегии управления муниципальной собственностью местным органам власти целесообразно определять целевые показатели результативности и использования управления муниципальной собственностью, на основе методики оценки эффективности управления муниципальной собственностью.

Литература:

1. Конституция РФ (с учетом поправок, внесенных Законами Российской Федерации о поправках к Конституции Российской Федерации от 21.07.2014 № 11-ФКЗ).
2. Гражданский кодекс Российской Федерации (в ред. Федеральных законов от 31.01.2016 № 7-ФЗ).
3. Федеральный закон от 06.10.2003 № 131-ФЗ (ред. от 15.02.2016) «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации».
4. Орешин В.П. Система государственного и муниципального управления : учебное пособие. М. : ИНФРА-М, 2011. 320 с.
5. Постовой Н.В. Муниципальное управление: планирование, собственность, компетенция // Юриспруденция. 2013. 106 с.

ОСОБЕННОСТИ ПРИОБРЕТЕНИЯ ПРАВ НА ЗЕМЕЛЬНЫЕ УЧАСТКИ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОГО НАЗНАЧЕНИЯ ПУТЕМ ПРОВЕДЕНИЯ ПУБЛИЧНЫХ ТОРГОВ

Ю.Б. Мамий, студентка группы 15-ЭМЗ-ГУЗ;
Е.А. Горлова, доцент

Федеральный закон № 171-ФЗ «О внесении изменений в Земельный кодекс Российской Федерации и отдельные законодательные акты Российской Федерации» от 23.06.2014, вступивший в силу с 01.03.2015, внес значительные изменения в Земельный кодекс Российской Федерации (далее – ЗК РФ) и Федеральный закон Российской Федерации от 24.07.2002 № 101-ФЗ «Об обороте земель сельскохозяйственного назначения» (далее – федеральный закон № 101-ФЗ).

В соответствии со статьей 78 Земельного кодекса Российской Федерации земли сельскохозяйственного назначения могут использоваться для ведения сельскохозяйственного производства, создания защитных лесных насаждений, научно-исследовательских, учебных и иных связанных с сельскохозяйственным производством целей, а также для целей аквакультуры (рыбоводства) крестьянскими (фермерскими) хозяйствами для осуществления их деятельности, гражданами, ведущими личные подсобные хозяйства, садоводство, животноводство, огородничество, хозяйственными товариществами и обществами, производственными кооперативами, государственными и муниципальными унитарными предприятиями, иными коммерческими организациями, некоммерческими организациями, в том числе потребительскими кооперативами, религиозными организациями, казачьими обществами, опытно-производственными, учебными, учебно-опытными и учебно-производственными подразделениями научных организаций, образовательных организаций, осуществляющих подготовку кадров в области сельского хозяйства, и общеобразовательных организаций, общинами коренных малочисленных народов Севера, Сибири и Дальнего Востока Российской Федерации для сохранения и развития их традиционных образа жизни, хозяйствования и промыслов [1].

Аналогичная норма содержится в п. 11 ст. 85 ЗК РФ, где указывается, что земельные участки в составе зон сельскохозяйственного использования в населенных пунктах (земельные участки, на которых размещаются пашни, многолетние насаждения, а также здания, строения, сооружения сельскохозяйственного назначения) должны использоваться при ведении сельскохозяйственного производства до момента изменения вида их использования в соответствии с генеральными планами населенных пунктов и правилами землепользования и застройки [1].

Действующее законодательство для ведения сельскохозяйственного производства дает возможность использовать только земли сельскохозяйственного назначения и участки в составе зон сельскохозяйственного использования в населенных пунктах.

В соответствии со ст. 10 Федерального закона № 101-ФЗ земельные участки из состава этих земель, находящиеся в государственной или муниципальной собственности, предоставляются гражданам и юридическим лицам в собственность на торгах (конкурсах, аукционах). Порядок проведения торгов урегулирован в ст. 39.3 и 39.6 ЗК РФ и ст. 447–449 Гражданского кодекса Российской Федерации [5].

Постановлением Российской Федерации № 808 от 11.11.2002 были утверждены Правила организации и проведения торгов по продаже находящихся в государственной или муниципальной собственности земельных участков или права на заключение договоров аренды таких земельных участков [6]. Такое положение существовало до 01.03.2015. При этом п. 5 ст. 34 Закона № 171-ФЗ указывает, что в случае, если до дня вступления в силу настоящего Федерального закона органом государственной власти или органом местного самоуправления (в соответствии с п. 2 ст. 10 Закона об обороте земель сельскохозяйственного назначения (в редакции, действовавшей до дня вступления в силу Закона № 171-ФЗ)) опубликовано сообщение о наличии предлагаемых для передачи в аренду и находящихся в государственной или муниципальной собственности земельных участков из земель сельскохозяйственного назначения, предоставление таких земельных участков осуществляется (в соответствии с п. 2 ст. 10 Закона об обороте земель сельскохозяйственного назначения (в редакции, действовавшей до дня вступления в силу Закона № 171-ФЗ)), но не позднее 01.01.2018.

То есть действующие переходные положения позволяют приобрести часть земельных участков еще по «старым правилам» [4].

Ст. 39.3 ЗК РФ определяет случаи продажи земельных участков, находящихся в государственной или муниципальной собственности, на торгах и без проведения торгов. В частности, без проведения торгов осуществляется продажа: земельных участков, образованных из земельного участка, предоставленного в аренду для комплексного освоения территории лицу, с которым в соответствии с Градостроительным кодексом Российской Федерации заключен договор о комплексном освоении территории, если иное не предусмотрено подпунктами 2 и 4 настоящего пункта; земельных участков, образованных из земельного участка, предоставленного некоммерческой организации, созданной гражданами для комплексного освоения территории в целях индивидуального жилищного строительства (за исключением земельных участков, отнесенных к имуществу общего пользования), членам этой некоммерческой организации или, если это предусмотрено решением общего собрания членов этой некоммерческой организации, этой некоммерческой организации; и некоторых других видов земельных участков.

Статья 39.4 ЗК РФ указывает, что при заключении договора купли-продажи земельного участка, находящегося в государственной или муниципальной собственности, на аукционе по продаже земельного участка цена такого земельного участка определяется по результатам аукциона или в размере начальной цены предмета аукциона при заключении договора с лицом, подавшим единственную заявку на участие в аукционе, с заявителем, признанным единственным участником аукциона, либо с единственным принявшим участие в аукционе его участником [1].

Схожие правила устанавливаются для заключения договора аренды: договор аренды земельного участка, находящегося в государственной или муниципальной собственности, заключается на торгах, проводимых в форме аукциона (ст. 39.6 ЗК РФ).

Также предусмотрены особенности предоставления земельных участков, находящихся в государственной или муниципальной собственности, гражданам для индивидуального жилищного строительства, ведения личного подсобного хозяйства в границах населенного пункта, садоводства, дачного хозяйства, гражданам и крестьянским (фермерским) хозяйствам для осуществления крестьянским (фермерским) хозяйством его деятельности (ст. 39.18 ЗК РФ).

Усиление роли и значимости ЗК РФ в правовом регулировании использования земель, находящихся в публичной собственности, по сравнению с законом о землях сельскохозяйственного назначения говорит о централизации земельного законодательства. Под централизацией земельного законодательства следует понимать основанную на юридической силе и специфике правовых норм реорганизацию иерархии норм земельного права, при которой часть правового регулирования переходит на более высокий уровень по сравнению с предыдущим правовым регулированием. В данном случае – к нормам ЗК РФ.

На приобретение земель без проведения аукциона могут претендовать сельскохозяйственные организации в отношении используемых ими земельных участков, находящихся в муниципальной собственности и выделенных в счет долей, которые находятся в муниципальной собственности. Все, что для этого требуется – подать заявление о заключении договора купли-продажи или аренды в орган местного самоуправления. Данное действие можно совершить в течение 6 месяцев с момента государственной регистрации права муниципальной собственности. При этом право на аренду участка без проведения аукциона возникает только при условии его использования до момента государственной регистрации права.

Литература:

1. Земельный кодекс Российской Федерации от 25.10.2001 г. № 136-ФЗ // СПС «Консультант-Плюс».
2. Гражданский кодекс Российской Федерации // СПС «Консультант-Плюс».
3. Градостроительный кодекс Российской Федерации № 190-ФЗ от 29.12.2004 (ред. от 31.12.2014) // Собрание законодательства РФ. 2005. № 1 (ч. 1). Ст. 16.
4. Федеральный закон от 23.06.2014 г. № 171-ФЗ «О внесении изменений в Земельный кодекс Российской Федерации и отдельные законодательные акты Российской Федерации» // СПС «Консультант-Плюс».
5. Федеральный закон от 24.07.2002 г. № 101-ФЗ «Об обороте земель сельскохозяйственного назначения» // СПС «Консультант-Плюс».
6. Постановление Правительства Российской Федерации № 808 от 11.11.2002 (ред. от 15.09.2011) // Собрание законодательства РФ. 2002. № 46. Ст. 4587. 6.

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ЗАКОНОДАТЕЛЬНОЙ БАЗЫ В ОБЛАСТИ ГОСУДАРСТВЕННО-ЧАСТНОГО ПАРТНЕРСТВА

В.В. Осипова, студентка группы 13-ЭБ-ГУ2;
Н.П. Бычкова, кандидат юридических наук, доцент

Государственно-частное партнерство (далее по тексту – ГЧП) создано для решения проблемы финансирования крупных проектов, так как за счет бюджета или средств частного инвестора возможно это далеко не всегда. Финансирование происходит за счет объединения материальных, финансовых и организационных ресурсов, а также привлечения средств внебюджетных источников и способствует развитию отраслей экономики, которые не привлекательны для частных инвесторов как коммерческие проекты. Органы власти, со своей стороны, должны использовать ГЧП для выполнения обязательств по развитию социальной и общественной инфраструктуры [2, 89].

Развитие ГЧП в России проблематично не только по причине отсутствия проработанного законодательства. Так же, не маловажно, отсутствие механизмов долгосрочного финансирования. Российский бизнес не готов участвовать в длительных проектах, а, как известно, из практики, соглашения ГЧП заключаются обычно от 10 до 50 лет. На сегодняшний день рынок ГЧП оценивается в 1,5 триллиона рублей. Причем почти вся эта цифра охватывает средства, которые уже инвестированы. При этом чуть более 800 миллиардов – бюджетные инвестиции [4, 101].

В ходе исследования, автором было выявлено несколько основных проблем развития государственно-частного партнерства, существовавших до недавнего времени. Во-первых, неразвитость и разночтения в законодательстве не позволяли использовать механизмы ГЧП, за исключением законодательства о концессионных соглашениях. Во-вторых, муниципальные власти, зачастую, не заинтересованы в применении схем государственно-частного партнерства, несмотря на необходимость развития инфраструктуры, одной из причин такого отношения является перекося в распределении поступлений от налогообложения в пользу федерального центра.

Проблемы законодательства о ГЧП, в частности, проблема раздельного налогообложения инвестора, при учете инвестиций в проект и инвестиций в муниципальную инфраструктуру, не решались уже более 4 лет, несмотря на заинтересованность в их решении и инвесторов и муниципальных властей. Вопрос требовал решения на федеральном уровне [3, с. 77].

По мнению автора важен системный подход в решении проблем государственно-частного партнерства. Необходимо предусмотреть комплексное решение основных задач, а именно целесообразна разработка концепции и стратегии введения ГЧП, которые должны, в частности, включать: цели, задачи и принципы, этапы их развертывания; организационную структуру и систему управления. Актуально создание институциональной правовой, экономической, организационной среды, в которой будет отражено формирование достаточно полной и замкнутой законодательной базы по концессиям, включающей нормативные акты и подзаконные документы [5, 128].

1 января 2016 года вступил в силу Федеральный закон от 13.07.2015 № 224 ФЗ «О государственно-частном партнерстве, муниципально-частном партнерстве в Российской Федерации и внесении изменений в отдельные законодательные акты в Российской Федерации». В Федеральном законе частично решаются выявленные автором проблемы [1]. Однако, следует отметить, что принятие продуманных, просчитанных решений не всегда приводит к лучшему результату в силу ряда причин, вызванных постоянно происходящими в нашем мире отклонениями и культурными аспектами цивилизации, к которой относиться принимающий решение субъект. В любом случае результаты осуществляемых действий неопределенны. Таким образом, масштабность, сложность и неопределенность информации влияют на принятие решений и на рациональный выбор. На данный момент нам остаётся ожидать результата в развитии системы государственно-частного партнерства.

В заключении отметим, что ГЧП, и в частности институт концессии, является потенциальным инструментом социально-экономического развития государства и повышения конкурентоспособности страны на мировом уровне.

Литература:

1. Федеральный закон от 13.07.2015 № 224 ФЗ «О государственно-частном партнерстве, муниципально-частном партнерстве в Российской Федерации и внесении изменений в отдельные законодательные акты в Российской Федерации», (действующая редакция). URL: <http://base.consultant.ru/cons/CGI/online.cgi?req=doc;base=LAW;n=182660>
2. Гагарин П.А. Государственно-частное партнерство: проблемы и перспективы развития. Градиент Альфа // Финансовая газета. 2013. URL: <http://www.gradient-alpha.ru/press-center/articles/2013/04/12/gosudarstvenno-chastnoe-partnerstvo-problemyi-i-perspektivy-razvitiya/>
3. ГЧП в России: база проектов // Государственно-частное партнерство – информационный центр. 2014. URL: <http://www.pppinrussia.ru/main/market/projects>
4. Завьялова Е.Б. Государственно-частное партнерство во внешнеэкономической деятельности // Российский внешнеэкономический вестник. URL: <http://www.vavt.ru/journal/id/9004E54E8>
5. Кабашкин В.А. Государственно-частное партнерство: международный опыт и российские перспективы. М. : Междунар. инновац. центр, 2010. 575 с.

ИМИДЖЕВЫЕ МЕРОПРИЯТИЯ, КАК ФАКТОР, БЛАГОПРИЯТНО ВЛИЯЮЩИЙ НА ИМИДЖ И ИНВЕСТИЦИОННУЮ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТЬ ТЕРРИТОРИЙ

А.А. Паткин, студент группы 14-ЭМЗ-ГУ1;
Е.А. Горлова, кандидат экономических наук, доцент

Настоящая тема является актуальной по причине необходимости ведения постоянного выявления и совершенствования факторов, влияющих на динамику процесса развития территории и поиска новых инструментов, повышающих конкурентоспособность и инвестиционную привлекательность территорий.

Одними из таких факторов являются благоприятный инвестиционный климат и позитивный имидж региона в целом, которые оказывают стимулирующее воздействие на повышение деловой активности и интерес бизнеса к вложению инвестиций, реализации новых проектов, освоению ресурсной базы территорий, а также созданию новых рабочих мест.

Благоприятный инвестиционный климат и имидж отдельных муниципальных образований формирует благоприятное впечатление о регионе и России в целом, повышая авторитет страны за её пределами.

У муниципальных образований и субъектов Российской Федерации существует задача формирования благоприятного образа территории у экономически активного населения, а также продвижения его не только в границах страны, но и на зарубежных территориях.

Повышение привлекательности имиджа Краснодарского края реализует экономическую функцию – повышение активности хозяйствующих субъектов, бизнес-сообщества, привлечение инвестиций и решение социально-экономических задач.

Целью настоящей работы является определение значимости имиджевых мероприятий в формировании благоприятного инвестиционного климата и позитивного бизнес-имиджа Краснодарского края на примере Международного инвестиционного форума «Сочи».

Определяя значимость имиджевых мероприятий и Международного инвестиционного форума «Сочи» в частности, можно выделить основные задачи и характеристики, которые им присущи:

Международный инвестиционный форум «Сочи» – это уникальная площадка для позиционирования международным партнерам потенциала Краснодарского края.

Это одна из ключевых точек для выстраивания стратегических коммуникаций с международными организациями и представителями бизнес-сообщества через систему конференций, круглых столов и подобных детальных мероприятий, что, как результат позволяет налаживанию новых международных связей и каналов неформальной дипломатии для последующего взаимодействия с иностранной аудиторией.

В результате выбранного курса проведения глобальных имиджевых мероприятий происходит формирование репутации Краснодарского края как активного участника крупных экономических процессов, что, также, способствует росту политической значимости региона на международном уровне.

Помимо формирования благоприятного инвестиционного климата в регионе и позиционирования инвестиционного потенциала Краснодарского края, организация авторитетных международных мероприятий имеет высокое политическое значение, как средство влияния на международные процессы.

В современных экономически сложных условиях, на фоне глобального недоверия существующим международным механизмам регулирования международных отношений, мероприятия подобного уровня, по сути, представляют собой площадки, на которых происходит анализ всемирной бизнес элитой глобальных экономических проблем современности и выработка новых механизмов взаимодействия. И участие Краснодарского края в таком важном процессе закрепляет за ним статус активного участника международных процессов.

Остановив внимание на Международном инвестиционном форуме «Сочи» нельзя не обозначить повышение из года в год масштабов мероприятия и повышения к нему интереса со стороны представителей субъектов РФ, мирового бизнес-сообщества и СМИ.

Так на Международном инвестиционном форуме «Сочи-2013» зарегистрировалось более 9000 участников, в том числе 325 иностранных из 42 зарубежных государств и 937 журналистов. На Форуме были представлены 42 страны и 71 регион Российской Федерации. 55 региональными делегациями руководили главы субъектов РФ [1].

Всего в рамках деловой программы Форума состоялось 18 круглых столов, 26 панельных дискуссий, деловой завтрак Сбербанка России «Мега проекты: инвестиции или ...? Где граница?», межрегиональный семинар, ежегодный открытый конкурс годовых отчетов акционерных обществ.

На Международном инвестиционном форуме «Сочи-2014» зарегистрировались 9,7 тыс. человек, в том числе 265 представителей иностранных делегаций из 47 стран и 1250 журналистов.

Свои инвестиционные возможности презентовали 79 субъектов РФ. Делегации 63 субъектов возглавили руководители регионов.

Всего в рамках деловой программы форума состоялось 6 круглых столов, 24 панельные дискуссии, деловой завтрак Сбербанка, 4 мастер-класса, а также тематические брифинги и семинары.

Итогами работы инвестиционного форума «Сочи-2015» стали:

Зарегистрированы 9300 человек, в том числе 210 иностранных из 40 стран и 1100 журналистов.

В рамках мероприятия были представлены 13 диппредставительств иностранных государств, а также зарубежные делегации.

В форуме приняли участие 77 субъектов Российской Федерации, 57 из которых возглавили руководители регионов.

Общая площадь выставочных залов форума на территории Главного медиацентра составила более 10000 кв.м.

В рамках деловой программы состоялось порядка 30 мероприятий, в том числе 12 круглых столов, свыше 20 панельных дискуссий, девять мозговых штурмов, два тура дебатов, вручение премии им. А.П. Починка, открытое интервью, Столыпинский клуб. Состоялся деловой завтрак Сбербанка России «Диверсификация. При всем богатстве выбора другой альтернативы нет».

В ходе форума регионы и компании подписали 102 соглашения на общую сумму 136 млрд 455 млн руб.

Инвестиционный форум «Сочи» – современная площадка для конструктивного диалога бизнеса и власти, он проводится при поддержке правительства РФ для решения вопросов развития мировой экономики и ее основных тенденций [1].

Интернет издание «Капитал страны» совместно с ТПП РФ провели исследование и построили рейтинг региональных инвестиционных форумов в России.

В основу рейтинга было положено 7 критериев (факторов) оценки привлекательности каждого форума: узнаваемость, престижность, забюрократизированность, финансовая доступность, желательность участия, посещаемость, результативность участия.

Рейтинг региональных инвестиционных форумов России в 2011

1. ПМЭФ – Петербургский международный экономический форум – 100,0 баллов;
2. Международный инвестиционный форум Сочи – 88,6 баллов;
3. Красноярский экономический форум – 73,9 баллов;
4. Международный Байкальский экономический форум – 68,6 баллов;
5. Международная инвестиционная конференция «Липецкая область: развитие через инвестиции» – 62,9 баллов [2].

Литература:

1. Международный инвестиционный форум «Сочи». URL: www.forumkuban.ru
2. Московский деловой форум. URL: <http://www.forummsk.com>

ПРАВОВЫЕ АСПЕКТЫ СИСТЕМЫ ГОСУДАРСТВЕННЫХ И МУНИЦИПАЛЬНЫХ ЗАКУПОК В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ

А.А. Самина, студентка группы 15-ЭМЗ-ГУ4;
Е.А. Горлова, кандидат экономических наук, доцент

С 1 января 2014 г. вступил в силу федеральный закон о контрактной системе 44-ФЗ «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд» [5]. Этот закон можно считать главным итогом деятельности департамента развития контрактной системы. Решение о создании нового законодательства было принято Президентом РФ в послании о бюджетной политике на 2012 г., где была определена задача о создании федеральной контрактной системе. Главной задачей перехода к ФКС являлось осуществление контроля не только над проведением торгов, а над управлением всего цикла государственных закупок и муниципальных закупок [1].

Контрактная система является одной из крупнейших проектов в Российской Федерации. В структуре ВВП страны государственные закупки на 2015 год составляли более 10 %. На сегодняшний день объем закупок в текущем году составляет 7 693 882 (млн рублей), количество размещенных закупок с начала года в ЕИС 1 466 258, количество заключенных контрактов/договоров в 2016 году 1 448 202 [6]. В 2015 году общий объем заключенных контрактов составил 5,3 трлн рублей, что в свою очередь меньше объема закупок по сравнению с 2014 годом на 5 % [3].

ФЗ-44 отличается от закона, который действовал ранее (94-ФЗ «О размещении заказов на поставки товаров, выполнение работ, оказание услуг для государственных и муниципальных нужд» [4]) в том, что имеет более широкую сферу регулирования. Множество новых эффективных механизмов предусматривает новый закон № 44-ФЗ. Например, таких как: планирование закупок, антидемпинговые механизмы, служат для защиты заказчика от недобросовестных поставщиков, поддержка малого бизнеса, появилась возможность стать поставщиком государства для участников малого и среднего предпринимательства, механизмы, которые направлены на честную конкуренцию в сфере закупок, банковские гарантии [1]. Новый закон предусматривает так же новые нормы, которые направлены на снижение коррупционных рисков.

В современных условиях действия международных санкций российский бюджет требует особенно четкой, прозрачной и экономичной системы организации государственных и муниципальных закупок. Отсюда следует, что одним из главных преимуществ в национальной безопасности страны, является эффективное расходование бюджетных средств, как в для обеспечения государственных, так и муниципальных нужд.

В России уже с 1997 года действует законодательство о закупках. Федеральный закон № 44-ФЗ представляет третью волну законодательства. Новый Закон, действующий более двух лет, помог решить ряд новых задач, которые ставит государство по поводу эффективного рас-

ходования средств бюджетов, позволил повысить качество коммуникации между государственным сектором и частным бизнесом. Однако, как показывает практика, в самом Законе заложены положения, не позволяющие государственным заказчикам четко его реализовывать.

На каждом этапе закупочной деятельности за заказчиками осуществляется контроль соответствующими структурами: Федеральным казначейством, Федеральной антимонопольной службой, Счетной палатой, Прокуратурой, органами финансового контроля, местными уполномоченными контролирующими органами. Каждый этап затрагивает различные правоотношения, учитывая их специфику, к заказчикам могут применяться соответствующие виды юридической ответственности: дисциплинарная, гражданско-правовая, бюджетно-правовая, административная и уголовная.

Особые сложности в организации процесса закупок испытывают бюджетные и казенные учреждения, имеющие небольшие лимиты расходных обязательств, малый штатный состав сотрудников, в силу должностных обязанностей способных осуществлять закупки, в которых отсутствует собственная юридическая служба. Это, прежде всего, учреждения системы образования, здравоохранения, социальной защиты, спорта и культуры. Именно они составляют основную массу заказчиков и на них очень часто ложится бремя непомерных штрафов.

Реализация контрактной системы в текущей деятельности государственных и муниципальных заказчиков часто влечет за собой невольные нарушения законодательства. Закон претерпел множество редакций, многие его положения нуждаются в уточнении, чтобы избавить и контрактных управляющих, и контрактные службы, и членов закупочных комиссий от действий, которые в дальнейшем могут быть истолкованы как нарушения.

Несмотря на то, что результаты мониторинга применения ФЗ № 44 в 2015 году имеют положительную динамику, как по государственным закупкам, так и по муниципальным, системе госзаказа требуется совершенствоваться во всех аспектах данной сферы, для уменьшения расходования бюджетных средств [3].

Литература:

1. Бюджетное послание Президента России о бюджетной политике в 2012–2014 гг.
2. Вводный комментарий «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд». Федеральный закон от 05.04.2013 № 44-ФЗ.
3. Доклад о результатах мониторинга применения Федерального закона от 05.04.2013 № 44-ФЗ «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд в 2015 году.
4. Федеральный закон от 21.07.2005 № 94-ФЗ (ред. от 02.07.2013) «О размещении заказов на поставки товаров, выполнение работ, оказание услуг для государственных и муниципальных нужд».
5. Федеральный закон от 05.04.2013 № 44-ФЗ «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд».
6. Статистические данные. URL: <http://www.zakupki.gov.ru>

**МАРКЕТИНГ
И УПРАВЛЕНИЕ ПРЕДПРИЯТИЕМ**

ОБЗОР РЫНКА ОТОПИТЕЛЬНЫХ СИСТЕМ

А.Г. Бондаренко, магистр;
О.А. Кузнецова, кандидат химических наук, доцент кафедры МиУП

Россия относится к странам с высоким уровнем централизации теплоснабжения. Это обусловлено технической политикой Советского Союза. Энергетическое, экологическое и техническое преимущество централизованного теплоснабжения над автономным в условиях подавляющей государственной собственности являлось априорным. Автономное и бытовое теплоснабжение отдельных домов было выведено за рамки энергетики и развивалось по остаточному принципу. Высокое развитие получили теплоэлектроцентрали (ТЭЦ) – предприятия по комплексной выработке электроэнергии и теплоты. Технологически ТЭЦ ориентированы на приоритет электроснабжения, а попутно производимое тепло востребовано в большей степени в холодный период года, а в теплый период года бесполезно сбрасывается в окружающую среду. Гармонизировать режимы производства тепловой и электрической энергии с режимом их потребления удается далеко не всегда. Так, при резерве тепловых мощностей в Москве в 2–3 %, перепроизводство электроэнергии достигает 40 %. Тем не менее, высокий уровень большой энергетики предопределил «технологическую независимость» и даже определенный экспортный потенциал страны, чего нельзя сказать о малой теплоэнергетике. Низкие цены на топливные ресурсы, экономически не обоснованная цена тепловой энергии не способствовали развитию технологий малого котлостроения.

До настоящего времени миллионы сельских жителей в качестве теплогенераторов используют глиняные или кирпичные печи с коэффициентом энергетической эффективности, не превышающим 30–40 %.

По сравнению с Россией специфика теплоснабжения в странах Европы неоднородна. Италия, Испания, Франция отдают приоритет поквартирному отоплению с настенными газовыми котлами. В Германии, Англии, Бельгии, Австрии, наряду с поквартирными системами теплоснабжения, активно развиваются автономные домовые котельные. Страны Восточной Европы сохранили высокий удельный вес централизованного теплоснабжения. Скандинавские страны, и особенно Дания, сворачивают поквартирное отопление в пользу централизованных автономных источников средней мощности.

Российский рынок котельного оборудования за годы перехода к рыночной экономике претерпел серьезные изменения, которые выразились в следующем:

1. Резко сократилось производство больших котлов на отечественных предприятиях (5 МВт и более).
2. Возрос объем производства отечественных котлов средней мощности (0,25–1 МВт).
3. Появились тенденции к росту производства бытовых газовых котлов (10–40 кВт).
4. Резко возрос импорт котлов во всех классах мощности.

К числу основных факторов, определяющих перспективы развития теплоснабжения в России, следует отнести:

1. Курс на реструктуризацию единой энергетической системы с формированием 3-х уровневой системы предприятий: производители, поставщики и продавцы энергии. Реструктуризация будет сопровождаться переделом собственности в энергетическом комплексе в пользу частного предпринимательства. Ожидается привлечение крупных инвестиций, в основном из-за рубежа. В данном случае реструктуризация затронет «большую энергетику».
2. Жилищно-коммунальная реформа, ориентированная на сокращение и снятие дотаций населению в оплате, в том числе тепловой энергии.
3. Стабильный рост экономики в строительном комплексе.
4. Интеграция в экономику страны передовых теплоэнергетических технологий западных стран.
5. Пересмотр нормативно-правовой базы теплоэнергетики в пользу крупных инвесторов. Лоббирование в федеральных и региональных надзорно-разрешительных органах продукции крупных поставщиков.
6. Приближение внутренних цен на топливно-энергетические ресурсы к мировым. Формирование на внутреннем рынке «дефицита» топливных ресурсов экспортного потенциала,

и в первую очередь, природного газа и нефти. Увеличение доли угля и торфа в топливном балансе страны.

В ближайшее время следует ожидать рост доли малой теплоэнергетики: автономных котельных до 5 МВт и бытовых котельных до 100 кВт. Предпосылками такого прогноза являются:

- сдерживание строительства объектов ограниченным ресурсом централизованного теплоснабжения;
- достаточность сравнительно небольших инвестиций в малую теплоэнергетику;
- привлекательность российского рынка малых котлов для иностранных поставщиков; при перепроизводстве малых котлов в Европе и Америке Российские производители в основной массе не составляют им конкуренцию по эффективности, экологии и дизайну;
- заинтересованность крупных поставщиков топливно-энергетических ресурсов в создании собственной энергетической инфраструктуры, как альтернативы энергетическим монополистам. Располагая «лимитами» на поставку газа и легкого жидкого топлива, такие комплексы могут быть заинтересованы в региональной монополизации высокорентабельного технологического сектора малой теплоэнергетики.

Существенные коррективы в структуру рынка бытовых котлов в России может внести организация серийного отечественного производства высокотехнологичных теплогенераторов. На смену металлоемким, с низкими показателями энергоэффективности и экологичности котлам, должны придти отечественные котлы мирового класса, но учитывающие особенности эксплуатации оборудования в России.

Рынок теплового оборудования бытового назначения можно условно разделить на три сектора, что наглядно изображено на рисунке 1:

- отечественное оборудование;
- высококачественное и дорогое оборудование от всемирно известных производителей из Германии и Франции (Viessmann, De Dietrich, Vaillant, Buderus, Wolf и др.);
- среднее по стоимости при качественном обеспечении важнейших потребительских свойств оборудование от производителей из Италии (Beretta, Fondital, Ferroli), Испании (Roca), Чехии (Dakon), Словакии, (Proterm), Южной Кореи (Kiturami) и др.

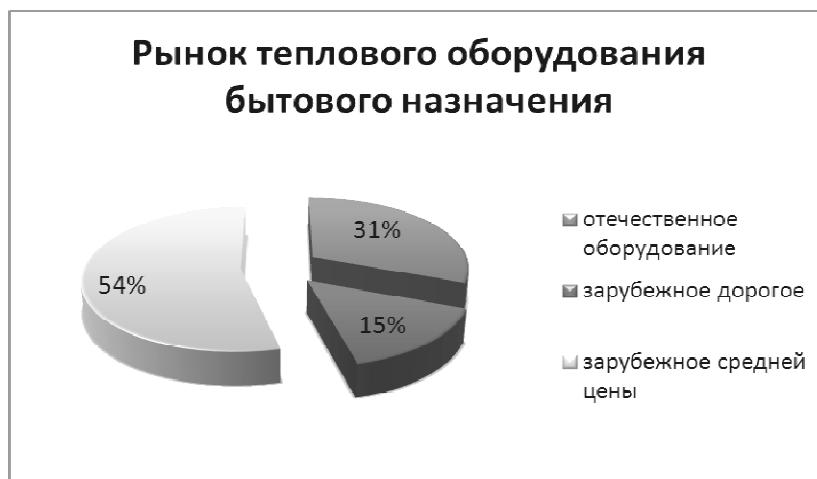


Рисунок 1 – Рынок теплового оборудования бытового назначения

Российское котлостроение имеет достаточно богатые традиции и свою специфику. Ранее, в советские годы, производство котельной продукции развивалось несколько однобоко в силу доминирования концепции централизованного теплоснабжения от крупных удаленных ТЭЦ. Соответственно, и акцент в производстве котлов был сделан на большие мощности – более 5 МВт.

Для отопления наиболее широко использовались водогрейные котлы Дорогобужского котельного завода, а среди производителей паровых котлов самым известным был (и остается) Бийский котельный завод. Водогрейные котлы выпускались почти исключительно водотрубные, как менее взрывоопасные, хотя по мнению специалистов, по трудозатратам и материалам изготовление жаротрубного котла дешевле, чем водотрубного, примерно на 10–15 %, кроме

того, при прочих равных условиях жаротрубная конструкция дает лучшие тепловые характеристики и более удобна в эксплуатации. Наиболее именитый в прошлом российский производитель этой продукции «Белэнергомаш» (г. Белгород, входит в состав «Энергомашкорпорации») и сегодня выпускает «под заказ» в единичных объемах жаротрубные дымогарные котлы мощностью 8 МВт и давлением 8 атм.

В то же время, несмотря на различного рода трудности, многие российские производители котельного оборудования сумели адаптироваться к новым реалиям. Они существенно расширили свою специализацию, многие перешли на лицензионное производство, использование импортных комплектующих и западных технологий, стали выпускать наиболее востребованную продукцию – многотопливные котлы в диапазонах мощностей до 1 МВт и от 1 до 20 МВт.

Основным параметром выбора потребителями конкретной продукции является именно требуемая мощность котла по теплу, пару, воде, и этот расчет требует участия специализированной инжиниринговой фирмы, способной учесть все требования органов Госэнергонадзора, в т.ч. и по уровню необходимого запаса по мощности в соответствии с климатической зоной. Второй критерий выбора – по виду используемого топлива: газовые, жидкостные (мазут) или твердотопливные.

Основные тенденции развития рынка отопительных систем:

1. Емкость рынка России на данный момент составляет 4641,0 млн руб. В 2009 году составляла 5508,0 млн руб., а ожидаемая к концу 2011 года составит 6188 млн руб., т.е. можно отметить рост в среднем 105 %. И к 2014 году достигнет 8000,0 млн руб., что в свою очередь составляет 1,9 млн шт.

2. Доля ГК «Техника» в общем объеме составляет 21,7 млн руб. Ожидаемый объем к концу 2011 года составит 35,1 млн руб. Рост по сравнению с 2009 годом составил в среднем 110 %. К 2014 году ожидается рост примерно на 113 %, и составит 50,0 млн руб., что в свою очередь составляет 0,021 млн шт.

3. Емкость рынка России по водонагревательным двухконтурным котлам на сегодняшний день составляет 1955,7 млн руб. В 2009 году она составляла 2286,3 млн руб. Темп роста продаж в 2011 году по отношению к 2009 году составил 105 %. К 2014 году ожидается рост примерно на 109 %, и составит 3360 млн руб., что в свою очередь составляет 0,1344 млн шт.

Литература:

1. Щепакин М.Б. Управление ресурсами хозяйствующих субъектов в условиях обострения внешних и внутренних противоречий в рыночном пространстве / М.Б. Щепакин, Э.Ф. Хандамова // Экономика и предпринимательство. 2015. № 6 (ч. 3) (59–3). С. 1163–1168.

2. Хандамова Э.Ф. Разработка механизма маркетингового управления инновационной деятельностью на производственном предприятии / Э.Ф. Хандамова, М.С. Фицурина // Известия высших учебных заведений. Пищевая технология. 2006. № 6. С. 19–22.

ПОВЫШЕНИЕ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ

А.М. Гаркуша, студентка группы 12-ЭБ-МН2;

А.В. Антошкина, доцент

В настоящее время проблеме повышения инвестиционной привлекательности регионов уделяется внимание на всех уровнях управления, а меры по обеспечению благоприятного инвестиционного климата обсуждаются на заседаниях Правительства РФ. Однако, несмотря на ряд положительных эффектов в формировании благоприятного инвестиционного климата, связанных со снижением административных барьеров, совершенствованием законодательства и механизма межбюджетных отношений, остается неразрешенным ряд традиционных и проявившихся новых проблем, ограничивающих возможности повышения инвестиционной привлекательности региона.

Инвестиционная привлекательность региона определяется как совокупность факторов, влияющих на целесообразность, эффективность и уровень рисков инвестиционных вложений на территории данного региона [1, 5].

К факторам, с помощью которых оценивается инвестиционная привлекательность региона, относятся: обеспеченность региона природными ресурсами и качество окружающей среды в регионе; трудовые ресурсы региона; региональная инфраструктура; внутренний рынок региона; производственный потенциал региональной экономики; институциональная среда и социально-политическая стабильность; финансовая устойчивость регионального бюджета и предприятий региона.

Краснодарский край, по состоянию на 28.12.2015 г., в общем рейтинге регионов РФ входит в группу IC3 (высокая инвестиционная привлекательность – третий уровень), уступая место в этой группе лишь Калининградской и Калужской областям [2].

Таким образом, Краснодарский край обладает высоким уровнем инвестиционного потенциала и сохраняет лидерство по объему и качеству привлекаемых отечественных и зарубежных инвестиций. На долю края приходится более 62 % объема инвестиций, поступающих в регионы Юга России [3].

Инвесторов, привлекает в Краснодарском крае наличие следующих факторов: удобное географическое положение; плодородные сельскохозяйственные угодья; благоприятные природно-климатические условия; наличие более 60 видов полезных ископаемых; развитая транспортная инфраструктура; большой рынок сбыта; реализация мега-проектов [3].

В результате проведенного сравнительного анализа инвестиционной привлекательности Краснодарского края с Московской областью (регион, обладающий большей инвестиционной привлекательностью) и анализа сложившихся тенденций развития инвестиционных процессов в целом по России, выделяются следующие основные факторы, тормозящие развитие благоприятного инвестиционного климата региона:

- перекосы в отраслевой структуре, где большую часть инвестиций составляют вложения в топливно-энергетический сектор, а инвестиции в другие сектора экономики гораздо меньше;
- неполное использование ресурсов Черноморского побережья в рекреационных целях, низкий уровень конкурентоспособности туристских услуг;
- недостаточная развитость региональной инфраструктуры;
- низкая эффективность инновационной деятельности;
- значительная нагрузка на бюджетные средства в области инвестирования;

В целях устранения сложившихся состояний и повышения инвестиционной привлекательности Краснодарского края представляется целесообразным выполнение следующих стратегических направлений:

- 1) привлечение инвестиций в развитие приоритетных отраслей экономики и территориальных кластеров Краснодарского края;
- 2) модернизация региональной инфраструктуры с целью создания благоприятных условий для привлечения прямых инвестиций;
- 3) развитие и поддержка инновационной деятельности.
- 4) развитие системы прогнозирования, подготовки и переподготовки профессиональных кадров в соответствии с потребностями инвесторов;
- 5) развитие и поддержка малого и среднего предпринимательства.

В рамках совершенствования первого направления рекомендуем мероприятия, направленные на развитие туристско-рекреационного комплекса как одной из приоритетных отраслей экономики Юга России.

Для развития курортно-рекреационного комплекса рекомендуется провести мероприятия по следующим направлениям:

- повышение уровня обслуживания туристов;
- наращивание на территории Краснодарского края отелей ведущих мировых сетей, устанавливающих международные стандарты обслуживания туристов и отдыхающих;
- повышение технических возможностей и состояния объектов инженерно-коммунальной инфраструктуры;
- более полное использование в рекреационных целях ресурсов Черноморского побережья: обустройство «диких пляжей»;
- реализация потенциала трансграничного взаимодействия (например, возможность подключения портов Азово-Черноморского бассейна к средиземноморским круизным маршрутам);
- повышение системы продвижения туристского продукта Краснодарского края.

Кроме того, рекомендуется создание особой экономической зоны (ОЭЗ) туристско-рекреационного типа в Апшеронском районе (горноклиматический курорт «Лагонаки»). Для резидентов особой туристической зоны в Краснодарском крае предусмотрены налоговые льготы, что в значительной степени уменьшает налоговую нагрузку на инвесторов, решает проблему налогового администрирования и повышает инвестиционную привлекательность территории.

Существенной проблемой, негативно отражающейся на уровне инвестиционной привлекательности Краснодарского края, остается качество и доступность региональной инфраструктуры для инвесторов.

Для решения данной проблемы необходим комплекс мер по созданию как традиционной (транспортной, логистической, инженерной и т.д.), так и специализированной региональной инфраструктуры для ведения бизнеса.

Мероприятия по модернизации региональной инфраструктуры рекомендуется проводить по следующим направлениям:

- создание и развитие промышленных, агропромышленных и технологических парков;
- усиление связей энергосистемы Краснодарского края в составе ЕЭС, выдача мощности электростанций, обеспечение высоких темпов нагрузки;
- модернизация электросетевого комплекса Краснодарского края, в рамках которой рекомендуется осуществить реконструкцию и новое строительство трансформаторных подстанций;
- развитие логистической инфраструктуры, в рамках которой рекомендуется увеличение пропускной способности автомобильных и железных дорог по направлению к ключевым портовым комплексам;
- модернизация и расширение пропускной способности ключевых федеральных автомагистралей, выполняющих функции основных маршрутов по направлению к основным курортам Черноморского побережья, создание новых платных автодорог.

В рамках развития и поддержки инновационной деятельности необходимо опираться на системное использование таких инструментов развития, как создание эффективной инновационной структуры, кластерообразование и создание механизма использования наработок фундаментальных исследований, в кардинальном изменении в будущем технологического уровня производства. В том числе с применением механизма государственного частного партнерства (ГЧП). Использование частного капитала, в том числе зарубежных инвестиций, позволит региональным органам государственной власти Краснодарского края решить важнейшие социально-экономические задачи без дополнительных бюджетных затрат, а также повысить конкурентоспособность региона посредством развития инфраструктуры, в частности в транспортной сфере. Возможные варианты распределения инвестиционных потоков Краснодарского края описаны в таблице 1.

Таблица 1 – Варианты распределения инвестиционных потоков ГЧП Краснодарского края

Государственные инвестиции	Частные инвестиции
Строительство или реконструкция транспортных узлов	Строительство аквапарков, океанариумов, ботанических садов
Строительство объектов энерго- и газоснабжения	Создание полей для футбола, тенниса и т.п.
Создание инженерно-технических объектов	Создание объектов, прилегающих к транспортной инфраструктуре
Благоустройство территорий	Строительство гостиничных комплексов, отелей, коттеджей
	Создание ресторанов и кафе

Для реализации государственно-частного партнерства рекомендуется создание перечня экономически обоснованных проектов, реализация которых возможна с использованием механизма ГЧП.

В результате реализации предложенных мер Краснодарский край закрепит свои позиции в группе ИС3 (высокая инвестиционная привлекательность – третий уровень), станет динамично развивающимся регионом с высоким промышленным, транспортным, рекреационным и инновационным потенциалом, в полной мере реализующим свои конкурентные преимущества, а также позволит повысить инвестиционную привлекательность региона; обеспечить стабиль-

ное развитие, гарантируя выполнение основных показателей надежности и безопасности; обеспечить предпосылки для перехода в группу IC2 (высокая инвестиционная привлекательность – второй уровень).

Литература:

1. Брусов П.Н. Учебник / П.Н. Брусов, Т.Н. Филатова, Н.И. Лахметкина. М. : НИЦ ИНФРА-М, 2014. 333 с.
2. Сайт национального рейтингового агентства. URL: <http://www.ra-national.ru/> (дата обращения 05.05.2016).
3. Инвестиционный портал Краснодарского края. URL: <http://www.investkuban.ru/> (дата обращения 05.05.2016).

НАПРАВЛЕНИЯ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ В СФЕРЕ СТРОИТЕЛЬНО-МОНТАЖНЫХ РАБОТ

Н.В. Демьяненко, студентка группы 13-ЭБ-МН1

Рыночные отношения представляют собой главную форму связи между товаропроизводителями и покупателями, т.е. механизм согласования их действий. В процессе этих отношений выявляется эффективность всех сфер экономики, каждого предприятия.

Эффективность – относительный эффект, результативность процесса, операции, проекта, определяемые как отношение эффекта, результата к затратам, расходам, обусловившим, обеспечившим его получение [6, 449].

Эффективность предприятия можно разделить на виды в зависимости от конечных результатов хозяйственной деятельности: экономическая, социальная, экологическая и техническая эффективность.

Экономическая эффективность бывает абсолютной и относительной. Абсолютная эффективность необходима для анализа и оценки общеэкономических результатов и эффективности деятельности, за определенный отрезок времени в динамике. Относительная эффективность необходима для обоснования принятых организационных, производственных, технических и хозяйственных решений, путем выбора наилучшего варианта из предложенных альтернатив.

Также существует деление экономической эффективности на обобщающую и частную [5].

Основным критерием эффективности деятельности предприятия выступают экономические показатели, которые характеризуют конечные и промежуточные результаты производства и предприятия:

- увеличение прибыли;
- снижение материалоемкости;
- снижение фондоёмкости;
- снижение себестоимости продукции;
- рост рентабельность производства и др. [7].

Главная цель оценки эффективности деятельности компании – выявление возможностей развития предприятия, которое определяется по результатам полного анализа финансово-хозяйственной деятельности, который проводится с использованием системы разного рода показателей и коэффициентов, способных наиболее полно отразить состояние и перспективы развития коммерческой организации.

В конечном итоге, эффективность характеризуется соотношением между достигнутым результатом (или эффектом) и затратами (или ресурсами). Чем больше результаты, достигнутые за счет одинаковых затрат, или чем меньше затраты, произведенные для достижения одних и тех же результатов, тем выше эффективность [4].

Направления повышения эффективности производства – комплекс конкретных мероприятий по росту эффективности производства в заданных направлениях [1].

В целом, к основным направлениям повышения эффективности производства следует отнести:

- снижение трудоемкости и повышение производительности труда;
- снижение фондоемкости продукции;
- активизация инвестиционной деятельности предприятия.

Важным фактором повышения эффективности деятельности предприятия является научно-технический прогресс. В современных условиях нужны революционные, качественные изменения, переход к принципиально новым технологиям, к технике последующих поколений.

Преобразования в технике и технологии, мобилизация всех, не только технических, но и организационных, экономических и социальных факторов создадут предпосылки для значительного повышения производительности труда.

Одним из важных факторов интенсификации и повышения эффективности производства предприятий является режим экономии. Ресурсосбережение должно превратиться в решающий источник удовлетворения растущей потребности в топливе, энергии, сырье и материалах.

Повышение эффективности производства зависит также от своевременной реализации инвестиционных программ и лучшего использования основных фондов.

Рассмотрим направления повышения эффективности деятельности предприятия на примере строительно-монтажной организации ООО «Синтез-Климат» (г. Краснодар). После проведенного анализа финансово-хозяйственной деятельности предприятия и проведенной оценки эффективности был предложен ряд мероприятий, улучшающих его деятельность:

1. Повышение квалификации рабочих – это улучшит качество и время выполняемых работ, а увеличение заработной платы – повысит мотивацию труда и производительность выполняемых работ. Повышение заработной платы также может привлечь новых высококвалифицированных специалистов.

2. Проведение работ по монтажу слаботочных систем телефонии и IP телевидения, а также прокладка линий вычислительных систем, в целях удовлетворения потребностей потребителей. Для этого необходимо принять на работу квалифицированного сотрудника, на должность кабельщика-спайщика 5-го разряда.

3. Уменьшение доли физического труда путем введения механизации, это увеличит производительность труда. Для этого необходимо приобрести три консольно-балочных крана, они необходимы при подъеме груза на этажи, устанавливаются в оконный проем или на крыше строящегося здания.

4. Совершенствование амортизационной политики и налогового учета предприятия [2, 3].

Таким образом, реализация данных мероприятий будет эффективной при условии изучения и внедрения инновационных разработок по энергообеспечению домов, что позволит повысить конкурентоспособность компании. Согласно смете текущие затраты на реализацию данных мероприятий составят 2 485 480 руб. Планируемое увеличение прибыли составит 2 928 519 руб, срок окупаемости оборудования 2 месяца, рентабельность мероприятия 118 %.

Следует отметить, что данные мероприятия по повышению эффективности деятельности предприятия могут быть актуальны для всех компаний строительно-монтажной сферы.

Литература:

1. Баскакова О.В. Экономика предприятия (организации). М. : Дашков и К°, 2013. 372 с.
2. Мамонова И.В. Изменения в амортизационной политике организации. Налоговед, 2009. № 1. С. 22–33.
3. Мамонова И.В. Прикладные аспекты налогового администрирования – грубое нарушение правил учета доходов, расходов и объектов налогообложения // Налоги и финансы. 2014. № 1. С. 13–19.
4. Научный журнал «Молодой ученый». URL: [http:// www.moluch.ru/ conf/ econ/ archive/ 130/ 6114/](http://www.moluch.ru/conf/econ/archive/130/6114/).
5. Райзберг Б.А. Курс экономики : учебник / Под ред. Б.А. Райзберга. М. : ИНФРА-М, 2010. 720 с.
6. Райзберг Б.А. Современный экономический словарь / Б.А. Райзберг, Л.Ш. Лозовский, Е.Б. Стародубцева. 6-е изд., перераб. и доп. М. : ИНФРА-М, 2011. 512 с.
7. Трещевский Ю.И. Экономика и организация производства : учебник / Ю.И. Трещевский, Ю.В. Вертакова. М. : НИЦ ИНФРА-М, 2014. 381 с.

УПРАВЛЕНИЕ ОРГАНИЗАЦИОННЫМ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕМ ПРЕДПРИЯТИЯ

А.В. Еремеев, студент группы 15-Эб-МНЗ;

М.Б. Щепакин, профессор

Управление организационными отношениями внутри предприятия в условиях меняющихся требований рыночного окружения требует оценки состояния (и изменения) его внутренней среды. Последняя затрагивает всю совокупность взаимоотношений работников внутри субъекта и собственно субъекта в целом с внешними участниками агентами. Реальная практика хозяйствования свидетельствует о наличии многообразных и многофункциональных по характеру и формам воплощения пересекающихся взаимоотношений между многими работниками предприятия и внешними структурами. Они выстраиваются в процессе создания потребительских и иных ценностей в том или ином маркетинговом пространстве, в том числе и на инновационной основе [1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9]. Различия в структуре распределительного портфеля полномочий, функций (ролей), а также возможностей осуществления различных видов деятельности в предпринимательских структурах (производственных, инновационных, сбытовых, маркетинговых, посреднических, обслуживающих и иных) приводит к усложнению принятия эффективных управленческих решений. Возникает потребность в рационализации управления организационными отношениями и поведением структурных звеньев предприятия и его составных элементов в интересах обретения им устойчивого (конкурентоспособного) положения на развивающемся рынке [10, 11].

Любые действия предприятия, его поведение в различных рыночных ситуациях связаны, с одной стороны, с завоеванным им рыночным положением в конкретном маркетинговом коммуникационном пространстве, а с другой, – с состоянием ресурсного потенциала самого субъекта (наличием у него в достаточном объеме тех или иных ресурсов, уровнем и качеством привлеченного трудового ресурса, наличием инновационного портфеля разработок разной направленности, состоянием имиджа, развитостью коммуникационных связей, наличием узнаваемых корпоративных атрибутов и т.п.) [12, 13, 14, 15, 16]. Следует обратить внимание на то, что речь надо вести об организационном совершенствовании и изменчивости поведения предприятий, соотносясь со стадиями их жизненных циклов (связанных с их появлением на рынке, ростом, старением и уходом с рынка) [17, 18]. Спектр проблем, возникающих у предпринимательских структур, при переходе от одного этапа жизненного цикла к другому, в достаточно широком спектре оценки их состояния и поведения исследовался различными учеными.

Особенностью исследований последних лет является то, что в них игнорировались коммуникативные аспекты выстраиваемых отношений и не учитывались характер, особенности и нюансы человеческих взаимодействий, связанных с разноуровневыми представлениями об интересах, возможностях и мотивах работников и собственно подразделений предприятия в получении ожидаемых результатов. Изменение поведения работников бизнес-структур связано с характером выполняемых ими функций, особенностями состояния внутренней среды субъекта, уровнем внешнего давления на субъект со стороны конкурентной среды, спецификой деятельности субъекта и его персонала в условиях конкретного объема и состава имеющихся и вовлекаемых со стороны ресурсов, а также с проявлением поведенческих реакций внешних рыночных и иных агентов, составляющих внешнее окружение хозяйствующего субъекта.

Налицо колебательный процесс в системе управления субъектом в организационном и функциональном аспектах, приводящий к организационному росту (или упадку) и формированию благоприятной (или неблагоприятной) среды для активизации предпринимательского поведения субъекта и его персонала (каждого звена на своем функциональном уровне). Предприятие подвергается давлению как извне, так и изнутри, вынуждая его осуществлять изменения различного характера (организационного, технологического, маркетингового, коммуникационного, а также изменения направления, уровня, объема производства и используемых методов, способов и приемов управления). Традиционные форматы (формы, методы) управленческих воздействий утрачивают свою значимость и формируют понимание у персонала необходимости введения новых организационных решений, а также подходов к завоеванию потребителя и

обретению предприятием новых более эффективных партнеров [19]. Инновационность во всех составляющих организации обретает свойства инструмента, изменяющего отношение потребителя к производителю и сопряженному внешнему окружению субъекта. Инновационность как фактор давления на персонал и структурные звенья субъекта выступает инструментом изменения их коммуникативной модальности [14, с. 90–91] и организационных взаимосвязей.

Каждое предприятие обладает индивидуальностью, собственными моделями поведения (предпринимательского, организационного и др.), своим стилем, формами воздействия на сознание работников и уровнем коммуникационной проницаемости воздействий на целевые группы взаимодействующих с ним участников отношений [20, с. 87–96; 11, 3]. В одном случае взаимодействие между звеньями (элементами) субъекта может строиться без внутренней взаимосвязи частей целого, и тогда будет преобладать механистическое сознание. Оно требует вмешательства извне для налаживания управления взаимозависимостью элементов субъекта.

«Сознание» предприятия проявляет себя в реализации управленческих ролей их персонала, которые должны диагностироваться в интересах выявления реального состояния тех или иных его ролей, а также выявления тех или иных управленческих «болезней», нарушающих взаимосвязи между уровнями управления и сотрудниками (работниками), принимающими на себя исполнительские роли во всем спектре выполняемых ими функций и работ. На необходимость диагностирования управленческих ролей указывал И. Адизес в своей книге [21], предложив модель, в которой выделил следующие роли менеджмента: а) направляющая (Purposeful); б) административная (Administrative); в) предпринимательская (Entrepreneurial); г) интегрирующая (Integrative). Нами предлагается ввести в состав предложенного им набора еще одну важнейшую роль менеджмента: д) мотивационную (Motivational). Она обладает связующими свойствами в реализации важнейших ролей менеджмента. Мотивационная роль менеджмента трансформируется в мотивационный компонент (give powerful) как элемент корпоративного маркетинга [22, с. 88] и определяет в дальнейшем поведенческие реакции персонала различных уровней управления при разработке и принятии каких-либо изменений, в том числе и организационных. Мотивационный компонент формирует организационные и иные коммуникации при реализации персоналом текущих функций управления и при разработке стратегических решений по развитию бизнеса [13]. Последнее чаще всего требует организационного совершенствования на предприятии для покрытия возникающих потребностей в управленческом цикле.

Обозначенные выше роли менеджмента связаны с изменчивостью организационных структур, а также изменениями, сопровождающими преобразования в различных функциональных областях (производственной, технологической, снабженческой, сбытовой, коммуникационной, материально-технической, организационной и др.). Выполнение этих ролей объясняет развитие организационных культур и коммуникационных пространств, в которые втягиваются во взаимодействие различные рыночные и иные субъекты [2, 16]. Следует отметить, что предпринимательская роль является наиболее важной для изменения организационной культуры и организационного поведения во внутренней и внешней среде. Когда усиливается влияние структуры, сокращается влияние информации как «сообщения о различиях» (Gregory Bateson, 1979) [23]. Дезинтеграция связей с внешней средой ведет к внутренней дезинтеграции, снижается гибкость, и вместе с ней ослабляются адаптационные возможности предприятия. Старение предпринимательских структур чаще всего связано с потерей гибкости и усилением контроля со стороны их организационно-управленческих звеньев. Эффективность деятельности предпринимательских структур на протяжении их жизненного цикла достигает стабильных величин при рациональном (разумном) соотношении гибкости и самоконтроля. Нарушение такой пропорции обрекает предпринимательскую структуру на ранний уход с рынка.

Решение предприятием любых задач требует выстраивания рационального взаимодействия между его звеньями и построения целостного процесса управления для достижения поставленных целей. Обозначенные роли взаимозависимы. И изменение одной какой-либо роли в заданном периоде времени ослабляет влияние других ролей. А ослабление ролей в организационно-функциональных сферах и коммуникационной области деятельности изменяет характер действий и поведения субъекта в целом.

Эффективная предпринимательская деятельность субъекта (его рациональное поведение) может достигаться, если учитывается соотношение управленческих функций (Р, А, Е, I, М), характер возникающих проблем в процессе обозначаемых изменений, и достигается баланс изменений и действий субъекта в формируемом им и трансформирующемся маркетинговом коммуникационном

поле (МКП) под воздействием изменяющихся внутренних состояний элементов и меняющихся требований субъектов внешнего рыночного окружения. Проблемы и возможности предприятия при проектировании организационных изменений должны соотноситься таким образом, чтобы баланс принимаемых изменений и поведения звеньев субъекта достигался с учетом имеющихся ресурсов, способностей его управленческих звеньев и мотивов взаимодействующих сторон.

Можно сделать следующие выводы: а) интеграция усилий управленческих звеньев предприятия означает трансформацию организационного сознания из механистического в органическое, закрепляющее прямые и обратные связи взаимодействующих сторон таким образом, чтобы предприятие могло восприниматься как гармонизированное единое целое; б) организационное совершенствование и изменение поведения элементов (звеньев) предприятия и собственно предприятия в целом – объективная реальность, подтвержденная необходимостью соответствовать требованиям развивающегося рынка и подкрепленная ресурсами, возможностями и мотивами, способными обеспечить это изменение рациональным образом; в) управление организационным совершенствованием и поведением предприятия необходимо осуществлять в границах конкретных маркетинговых коммуникационных полей (МКП), соотнося возможные в нем изменения различного характера (от производственно-технических и организационных до мотивационно-коммуникационных) с реалиями внутренних состояний и притязаний его элементов (звеньев), а также требованиями вовлекаемых во взаимодействие внешних партнеров по участию в получении ими тех или иных выгод.

Литература:

1. Хандамова Э.Ф. Развитие теории коммуникаций в контексте современного маркетинга / Э.Ф. Хандамова, М.Б. Щепакин // Сборник научных трудов Краснодарского филиала РГТЭУ. Краснодар : ООО «Просвещение-Юг». 2007. Вып. 3. С. 339–349.
2. Хандамова Э.Ф. Организационные коммуникации в системе стратегического производственного менеджмента // Научно-технические ведомости Санкт-Петербургского государственного политехнического университета. Экономические науки. 2009. № 2–1 (75). С. 92–98.
3. Щепакин М.Б. Поведенческие аспекты действий предпринимательских структур в условиях формирующегося рынка / М.Б. Щепакин, Т.Ю. Бенхаддад, Э.Е. Аксаев // Известия высших учебных заведений «Пищевая технология». 1996. № 5–6. С. 9–12.
4. Щепакин М.Б. интегративного мультипликативного эффекта в маркетинговом коммуникационном пространстве / М.Б. Щепакин, Э.Ф. Хандамова // Экономика и предпринимательство. 2015. № 3 (56). С. 894–899.
5. Щепакин М.Б. Формирование интегративного мультипликативного эффекта в маркетинговом коммуникационном поле под воздействием коммуникационного резонатора / М.Б. Щепакин, Э.Ф. Хандамова // Экономика и менеджмент систем управления. 2015. Т. 16. № 2.3. С. 400–408.
6. Щепакин М.Б. Управление инновационной деятельностью хозяйствующего субъекта в развивающемся маркетинговом коммуникационном пространстве / М.Б. Щепакин, Э.Ф. Хандамова, Ю.В. Томилко // Экономика и предпринимательство. 2015. № 9 (ч. 2) (62–2). С. 998–1004.
7. Щепакин М.Б. К формированию системы управления конкурентоспособностью производственных предприятий в меняющейся рыночной среде / М.Б. Щепакин, Е.В. Кривошеева; В сб. «Альтернативные пути преодоления глобального экономического кризиса // Материалы междунар. научно-практ. конф.; Под ред. д-ра экон. наук, проф. М.Б. Щепакина. Краснодар : Изд. КЦНТИ, 2013. С. 184–193.
8. Щепакин М.Б. Коммуникационный резонатор – инструмент формирования и развития маркетингового коммуникационного поля субъектов взаимодействия / М.Б. Щепакин, Э.Ф. Хандамова // Экономика и предпринимательство. 2015. № 3 (56). С. 973–976.
9. Щепакин М.Б. Инструментарное обеспечение инновационного управления предприятием на принципах маркетинга / М.Б. Щепакин, М.С. Фицурина, Р.М. Третьяков // Политематический сетевой электронный научный журнал Кубанского государственного аграрного университета (Научный журнал КубГАУ). Краснодар : КубГАУ, 2012. № 05(79). URL: <http://ej.kubagro.ru/2012/05/pdf/58.pdf>
10. Щепакин М.Б. Управление поведением хозяйствующего субъекта в условиях изменений различного характера // Экономика и менеджмент систем управления. 2015. № 3.2 (17). С. 308–318.

11. Щепакин М.Б. Стили инновационного поведения в предпринимательстве // Известия высших учебных заведений. Северо-Кавказский регион. Серия «Общественные науки». 1997. № 3 (99). С. 61–65.
12. Хандамова Э.Ф. Маркетингово-ресурсный адаптер организационно-экономического механизма управления безопасным функционированием и развитием корпорации / Э.Ф. Хандамова, М.Б. Щепакин, Л.В. Хараджян // Политематический сетевой электронный научный журнал Кубанского государственного аграрного университета (Научный журнал КубГАУ). Краснодар : КубГАУ, 2012. № 04 (78). URL: <http://ej.kubagro.ru/2012/04/pdf/66.pdf>
13. Хандамова Э.Ф. Элементы теории коммуникаций в корпоративном маркетинге // Вестник ИНЖЭКОНа. Серия: Экономика. 2007. № 5 (18). С. 119–129.
14. Щепакин М.Б. Инновационный потенциал – системообразующий фактор обеспечения конкурентоспособности хозяйствующего субъекта / М.Б. Щепакин, Э.Ф. Хандамова // Экономика и менеджмент систем управления. 2015. № 2 (16). С. 87–92.
15. Щепакин М.Б. Управление ресурсами хозяйствующих субъектов в условиях обострения внешних и внутренних противоречий в рыночном пространстве / М.Б. Щепакин, Э.Ф. Хандамова // Экономика и предпринимательство. 2015. № 6 (ч. 3) (59–3). С. 1163–1168.
16. Хандамова Э.Ф. Концептуальные аспекты организационной культуры в развивающемся рыночном пространстве // Известия Российского государственного педагогического университета имени А.И. Герцена: Общественные и гуманитарные науки (философия, языковедение, литературоведение, культурология, экономика, право, история, социология, педагогика, психология): Научный журнал. СПб., 2007. № 9 (50). С. 241–247.
17. Shumpeter J. Business Cycles: A Theoretical, Historical & Statistical Analysis of the Capital Process. New York : McGraw Hill, 1939.
18. Weber M. Theory of Economic Development : An Inquiry into Profits, Capital, Credit, Interest and the Business Cycle, 1954.
19. Щепакин М.Б. Инновационность и эффективность потребления в условиях рынка // Известия высших учебных заведений. Северо-Кавказский регион. Серия «Общественные науки». 2000. № 2. С. 81–86.
20. Щепакин М.Б. Маркетинговое управление и формирование эффективных коммуникаций в условиях развивающегося рынка / М.Б. Щепакин, Э.Ф. Хандамова, М.С. Фицурина; 2-е изд. Краснодар : Изд. КубГТУ, 2008. 233 с.
21. Адизес И. Управление жизненным циклом корпораций / Ицхак Калдерон Адизес; пер. с англ. В. Кузина. М. : Манн, Иванов и Фербер, 2015. 512 с.
22. Miller D. Structural Change and Performance: Quantum Versus Piecemeal-Incremental Approaches / D. Miller, P.H. Friesen // Academy of Management Journal. 25, 4, 1982. 867–892.
23. Gregory Bateson. Mind and Nature : A Necessary Unity. New York : E.P. Dutton, 1979.

ОБЗОР ПЕРСПЕКТИВНЫХ ИНСТРУМЕНТОВ ПРОДВИЖЕНИЯ КНИЖНЫХ МАГАЗИНОВ

К.Ю. Ивашенко, студентка группы 13-ЭБ-МН2;
Д.Г. Куренова, доцент

В российских городах всё чаще закрываются книжные магазины. Кто-то видит в этом серьезную проблему, а кто-то считает, что в век цифровых технологий бумажные книги уже не актуальны. Закрытие книжных магазинов – тренд последних 4–5 лет. С момента кризиса российская книжная отрасль потеряла более 1000 книжных магазинов. Это очень большая цифра, учитывая тот факт, что сегодня в России от 2,5 до 3 тыс. таких магазинов. Особенно катастрофическими цифры представляются в сравнении с количеством книжных магазинов в Советском Союзе, где было 17,5 тыс. книжных магазинов, а на территории собственно РФ – более 8,5 тыс. [1].

Это происходит по ряду причин. В первую очередь – потеря интереса к книге и чтению; по данным Левада-центра, больше 46 % россиян вообще не читает книги. Вторая причина – книжные

магазины не выдерживают конкуренции; оставшийся читатель, который еще приходит в магазин, не способен купить столько книг, чтобы сделать магазин рентабельным. И, чтобы выжить, книжные магазины вынуждены вводить дополнительные группы товаров, вплоть до продуктов, как, например, сеть книжных магазинов «Читай Город», где в ассортименте не только книги, но и конфеты, шоколад, леденцы, жвачки, различного рода кондитерские изделия. Если еще буквально 3–4 года назад 20 % не книжного ассортимента было нормой, то сегодня книготорговцы считают, что они могут вводить дополнительные группы товаров до 40 %, чтобы поддержать экономику книжного магазина. Развитие рынка электронной книги и скачивание нелегального книжного контента также не способствуют нормальному существованию книжной торговли в России. Электронная книга сегодня становится все более доступной и по цене, и по количеству гаджетов, которые представлены на рынке. Читатель уходит в интернет [2].

Отчасти в сложившейся ситуации виновато руководство самих книжных магазинов: очень мало внимания уделяется маркетинговым инструментам, например, маркетинговым исследованиям, коммуникациям, оценке собственной позиции на рынке. В частности, актуальным становится вопрос использования эффективных инструментов продвижения. К «классическим» инструментам продвижения на книжном рынке относятся:

- всевозможные акции и скидки. Акции могут принимать разные формы: от специального предложения, например, две книги по цене одной, заканчивая случаями, когда при покупке книги потребитель получает подарок;

- широко используются также различные способы информационной поддержки. Здесь имеются в виду рецензии, публикуемые на готовящуюся к выходу или уже выпущенную книгу, пресс-конференции, посвященные презентации новинки, продвижение книги на интернет-ресурсах издательства, на сайтах интернет-магазинов, с помощью различных форумов и т.д. Здесь стоит отметить, что бюджеты издательств, которые они выделяют на продвижение своей продукции, весьма невелики, поэтому чаще всего рецензии и другие тексты о книжных новинках публикуют на страницах газет и журналов или в Интернете. Эфирное время на радио стоит довольно дорого, поэтому это средство массовой информации используется в продвижении книг довольно редко; еще реже можно увидеть рекламу книги на телевидении, по той же причине [3].

Одной из самых масштабных и известных в издательской среде площадок для продвижения являются выставки, ярмарки, которые проводятся в Москве: Московская международная книжная выставка, Национальная выставка, ярмарка «Книги России», а также выставка «Non/fiction» [2].

В местах продаж (в книжных магазинах), чтобы привлечь внимание потребителя к продвигаемой книге, используются различные листовки, плакаты и другие POS-материалы. Кроме того, довольно простым в исполнении и популярным в издательском мире является такой ход, как приоритетные выкладки книг в местах продаж.

Одним из весомых способов поддержки книжных магазинов может стать поддержка государства, например, с этой точки зрения интересен опыт Франции: чтобы сохранить книготорговую инфраструктуру Парижа, государством был принят закон, на основании которого владелец книжного магазина может смениться, магазин может быть продан, но никакого другого бизнеса, кроме продажи книг, в этом месте быть не может.

На наш взгляд, наиболее перспективным для книжных магазинов будет продвижение комплексное, основанное на сочетании традиционных рекламных средств с современными информационными и маркетинговыми технологиями. Первым моментом станет культурно-просветительская деятельность книжного магазина: она так же важна, как и качественная ассортиментная работа. Внимательно изучая спрос и культурные потребности потенциальных покупателей, обычный книжный магазин можно превратить в культурно-досуговый центр даже при относительно небольших затратах, организовав тематические мероприятия для детей, молодежи и взрослых. Однако при этом необходимо соблюсти несколько важных условий:

- в магазине должны быть специально оборудованные площади для проведения мероприятий различного масштаба;

- в отделе рекламы должен работать ивент-менеджер – специалист по событийным мероприятиям, который организует совместные мероприятия с партнерами магазина – поставщиками и издательствами;

- фотоотчеты со всех мероприятий доступны любому активному пользователю среды Интернет.

Тематика мероприятий зависит от различных факторов: литературные даты и знаменательные события, актуальность темы, пожелания читателей и т.д. Это могут быть: мастер-классы, занятия по развитию речи у малышей; открытые уроки по актерскому мастерству; «рисует цветными карандашами» – игры для детей школьного возраста [3].

Книжному магазину можно предложить тесное сотрудничество со школами, родительскими комитетами, музыкальными школами и домами творчества. Для начала следует выяснить, много ли в микрорайоне магазина молодежи и молодых родителей с детьми. На основе этого запустить программу «Книга – колыбель хорошего человека». Молодым родителям выдать подарочные сертификаты, и через каждые шесть месяцев делать рассылку с перечнем авторов (врачей и психологов), которых стоило бы почитать на определенном этапе развития ребенка. Для привлечения молодежи может быть разработана эффективная программа «Компьютерный клуб». Этот проект ориентирован на подростков: «покупаешь книги – и на твоей карте накапливается время, которое можешь провести за компьютером». Благодаря этим программам книжному магазину удастся создать яркий имидж и стать центром семейного досуга и просвещения для жителей района [2].

Для сетевых книжных магазинов следует продумать и комплексно подойти к созданию и продвижению своей торговой марки, поскольку для них бренд является важным фактором конкуренции. В наружном оформлении магазинов сетей следует применять единые принципы, особое значение придавать идентификации с сетью в целом: яркое и узнаваемое название, логотип сети, фирменные цвета. При этом сразу необходимо продумать способы обновления витрин актуальной информацией. Например, сеть «Буквоед» использует широкоформатные стикеры с объявлениями о текущих акциях и лозунгами рекламных кампаний («Дарите РАЗУМные подарки!», «Три мушкетера: четыре книги по цене трех» и др.), используя, таким образом, витрины в качестве своеобразных рекламных щитов. Внутримагазинная реклама требует сравнительно небольших единовременных затрат, но главное значение здесь имеет комплексное впечатление от магазина [3].

Сегодня разнообразие современного книготоргового оборудования позволяет эффективно решать рекламные задачи при выкладке книжной продукции; так, например, в одном из универсальных магазинов для любителей путешествий была организована тематическая выставка на стеллаже в виде Эйфелевой башни, такое оформление сразу же привлекало внимание посетителей. В отделах детской книги можно использовать специальные «игровые» стеллажи в виде машин, паровозиков или кораблей с книгами и игрушками на «борту», такой стеллаж также не останется без внимания «целевой аудитории».

Для того чтобы привлечь внимание к рекламируемым изданиям, можно использовать дополнительные средства: плакаты, комплексы «рекламный постер плюс выкладка новинки на торцевой полке», а также разнообразные мобайлы, стикеры и шелфтокеры с советами и указаниями: «это интересно», «новинка», «рекомендуем», «книга – призер», «хит продаж», «лучший подарок» и др. Помимо вышперечисленных способов рекламы при выкладке товаров, хороший эффект имеет практика книжных магазинов по организации специальных стеллажей «прочитали и вам советуем», где размещаются издания с рекомендациями известных людей, сотрудников и покупателей данного магазина.

Интерактивная реклама с использованием Интернета приобретает сегодня все большее значение. Наиболее активно это средство применяется в практике интернет-магазинов, но и традиционные книготорговые предприятия начинают использовать возможности поисковой, контекстной рекламы и рекламные возможности собственных сайтов. Сайты книжных магазинов и книготорговых сетей могут представлять собой многофункциональные культурно-информационные порталы и рекламные площадки для продвижения товаров и услуг предприятия. Некоторые предприятия идут дальше и на базе собственного сайта организуют новое культурное медийное пространство, где можно прочитать и прослушать отрывки произведения, посмотреть интервью или записи встреч с авторами, обсудить последние новинки или записаться на модное культурное мероприятие, проводимое в книжном магазине. Рекламные объявления в розничной торговле в сочетании со скидками могут дать ощутимый процент роста продаж. В то же время, опыт книжной торговли свидетельствует о том, что формат объявлений «купон-скидка» для книжной отрасли малоэффективен. И, напротив, достаточно действенны акции с розыгрышами лотерейных билетов, конкурсы и викторины, победители которых получают книжные призы. Петербургские сети «Буквоед» и «Книжный дом», например, регулярно

размещают рекламные публикации в неспециальной прессе, обращенной к широким слоям потенциальных покупателей: в городских и районных газетах, периодике для студенческой аудитории, досуговых изданиях (прежде всего, телегидах) [2].

Таким образом, максимально эффективным для книжных магазинов будет продвижение, основанное на синергии интересов продавца (прибыль), покупателя (выгодная покупка, саморазвитие) и общества в целом (отсутствие снижения общего культурного уровня), сочетающее в себе информационные и коммуникационные технологии, в рамках которых сам коллектив магазина будет стремиться активно влиять на покупательский спрос. В условиях новой цифровой эпохи повысить конкурентоспособность книжных магазинов поможет их продвижение, сочетающее активные и интерактивные формы общения с читателями и покупателями, средства массовых коммуникаций и событийный маркетинг.

Литература:

1. Ионов А.Б. Основные аспекты развития современного российского книжного рынка // «Дискуссия»: политематический журнал научных публикаций. 2013. № 3 (33). URL: <http://www.journal-discussion.ru/publication.php?id=145> (дата обращения 20.04.2016).
2. Зорина С. Нужны ли российским городам книжные магазины? // Книжная индустрия. 2013. URL: <http://www.bookind.ru/events/1492/> (дата обращения 21.04.2016).
3. Крусткалн Я.Э. Продвижение книги на локальном рынке // Рекламно-информационные материалы ООО «Свой Книжный». URL: http://mcbs.ru/files/conf_cht/krustkaln.pdf (дата обращения 21.04.2016).

О ПОВЫШЕНИИ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ НА ОСНОВЕ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ВЗАИМООТНОШЕНИЙ С ПОТРЕБИТЕЛЯМИ

К.Ю. Ивашенко, студент группы 13-ЭБ-МН1;

М.С. Фицурина, кандидат экономических наук, доцент кафедры МиУП

Эффективность производства относится к числу главных, можно сказать, ключевых категорий рыночной экономики. Эффективность связана прежде всего с достижением целей развития организации, как каждого субъекта по отдельности, так и общества в целом, кроме того, эффективность обычно связывается с результативностью работы или действия, а так же с экономичностью, то есть минимальным объемом затрат для воплощения данной работы, действия. Однако, оценить эффективность используя лишь отношение затрат к прибыли не совсем правильно, дело в том, что при минимальных затратах могут быть достигнуты не самые лучшие результаты. Одним из основополагающих направлений повышения эффективности производственной деятельности предприятия является повышение его эффективности в работе с различными целевыми аудиториями. И здесь очень важно охватить не только конечных пользователей продукции, но всех тех, кто участвует в доставке товара от производителя к потребителю.

Рассчитывая показатели экономической эффективности, необходимо прежде всего провести классификацию затрат и результатов целей предприятия, которые были достигнуты за отчетный период, итак, под результатами как в экономике, так и в маркетинге, понимается итог использования, применения основных ресурсов предприятия, где под составом ресурсов предприятия подразумеваются персонал, оборотные средства, производственные фонды, которые необходимы для того, чтобы нормально обеспечить процесс производства продукции и/или оказания услуг.

Компания «ПепсиКо Холдингс» активно использует в своей деятельности различные мероприятия по взаимодействию с потребителем. Однако, направления мероприятий носят не концентрированный характер, а именно, разрозненно проводится работа с сектором b2b (business to business), то есть для крупных торговых предприятий, образовательных учреждений

и других предприятий. Также проводится работа с розничными потребителями: конкурсы, рекламные акции, участие звезд в рекламных коммуникациях.

В начале описания предлагаемых мероприятий следует сказать, что в 2016 году компания провела самое масштабное предприятие в истории компании и ее конкурентов: так пятого июня 2016 года в 75-ом павильоне ВДНХ состоялся финал первого российского любительского турнира Adrenaline Open Cyber Cup по игре Counter-Strike: Global Offensive, а также невероятный по накалу страстей шоу-матч команд мирового уровня Na'Vi и Virtus.Pro, таким образом, можно сказать, что компания ведет социально-ответственную деятельность на потребительском рынке, включая в свои мероприятия различные целевые аудитории, поэтому рекомендуется проводить следующие мероприятия по организации взаимодействия с потребителями.

На рисунке 1 представлены два основных направления:

1) продвижение научных разработок и научных исследований на потребительский рынок и в сектор b2b (business to business);

2) продвижение отдельных брендов через событийные и различные event-мероприятия для розничных потребителей.

3) Сохранение стимулирующих акций «Собери баллы», различные лотереи, но с регулярным задействованием социальных сетей.

Мероприятия по взаимодействию с потребителями предлагается разделить между двумя департаментами, которые будут взаимодействовать друг с другом. Это «Департамент научных разработок» и «Департамент маркетинга и рекламы». Дело в том, что компания «ПепсиКо Холдингс» занимается не только производством и реализацией известных всем напитков, но и производством всем известных брендов «Агуша», «Кубанская буренка», «Веселый молочник», «Сыр Ламбер» и другие. Компания регулярно проводит научные разработки и разрабатывает программы питания для различных целевых аудиторий. Необходимо эти разработки «донести» до целевых аудиторий. Таким образом, организация взаимодействия с потребителем будет производиться с помощью двух департаментов корпорации.

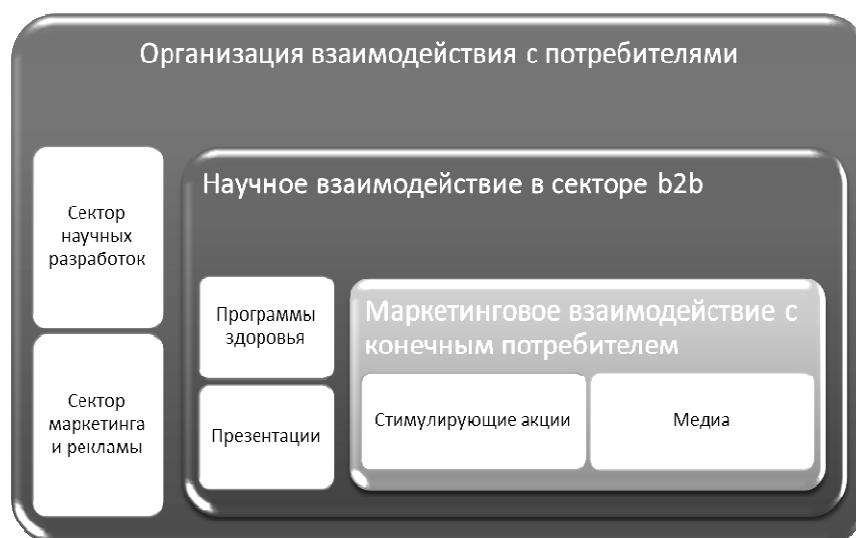


Рисунок 1 – Общие направления совершенствования организации взаимодействия предприятия с потребителем

На рисунке 2 представлен схема взаимодействия руководства, департаментов и целевых групп воздействия. Так, департамент инновационных разработок проводит исследования по влиянию потребления продукции на человека, выявляет насколько продукция соответствует требованиям РАМН, отслеживает особенности повседневного рациона целевой аудитории и на основании полученных результатов разрабатывает программы питания. Эти программы питания департамент маркетинга и рекламы должен донести до целевой аудитории, используя различные каналы коммуникации.

Рассмотрим пример взаимодействия с потребителем, взяв за основу бренд соков и нектаров J7[®], который объявляет о запуске новой линейки напитков – цитрусовых лимонадов J7

Frutz®. Новый продукт – это свежий лимонад, приготовленный самостоятельно дома на кухне или заказанный в баре или ресторане. За основу взяты только натуральные продукты, очищенная питьевая вода, добавлены витамины и минералы. Вместе они создают идеальный баланс рецептуры, созданной специально для любителей летних фруктовых напитков.



Рисунок 2 – Пример взаимодействия компании «ПепсиКо Холдингс» с потребителями

Департамент маркетинга изучает потребительские предпочтения, передает данные департаменту инноваций, который параллельно проводит исследования о физическом состоянии целевой аудитории, изучает пищевые привычки. И затем, основываясь на результатах исследований старается предложить продукт, который не только сможет понравиться потребителям, занять новую нишу на рынке, но и будет полезным.

Для поддержки нового продукта департаментов маркетинга и рекламы будет запущена национальная рекламная кампания. Кампания будет проходить под слоганом «Жара в большом городе», где в центре сюжета – жизнь обычных офисных работников, которые вынуждены коротать жаркие летние дни в душном помещении в центре мегаполиса. Но глоток цитрусового лимонада J7 Frutz® способен освежить их лето.

В дополнение к рекламе на ТВ будет запланирован «освежающий» сэмплинг новинки в Москве и Санкт-Петербурге – каждый желающий сможет попробовать прохладный напиток и принять участие в развлечениях, которые J7 Frutz® подготовил специально для этого случая. С целью дополнительного вовлечения аудитории кампания будет также поддержана медиа-размещением в сети Интернет. Подробности можно найти на сайте www.j7sok.ru. Кроме того, потребители смогут принять участие в дегустациях и промоакциях в крупнейших торговых сетях больших городов страны.

На полках магазинов можно легко найти лимонады J7 Frutz® в удобных бутылках формата 1л – для большой компании и 0,385 л – чтобы насладиться самому. Потребителям предлагаются на выбор два вкуса: «Апельсин» – самый популярный вкус на рынке и уникальное предложение в портфеле J7® – «Лимон».

Мероприятия по взаимодействию с потребителями должны быть направлены не только на конечного потребителя, но и на сферу b2b (business to business).

В настоящее время в социальных сетях среди людей, занимающихся спортом, особенно среди лидеров мнений модно отказываться от молочных продуктов, ссылаясь на их искусственный состав, «непонятное» происхождение, неэффективность для роста мышечной массы. Это мнение затрагивает и простых пользователей сетей, поэтому, для нейтрализации такой

компании, предлагается разработать программу под общим названием «Три молочных продукта». Почему «Три молочных продукта»? Три молочных продукта содержат 80 % от суточной нормы потребления кальция для взрослого человека в день. Сегодня потребление кальция в России остается на уровне почти в два раза ниже рекомендованной нормы, свидетельствуют данные Всемирной организации здравоохранения и Института Питания РАМН.

В рамках этой программы мы можем проводить самые различные мероприятия. Предлагается следующее мероприятие – «День здоровья». Оно будет проводиться для сотрудников гипермаркетов. Рассмотрим на примере компании METRO Cash&Carry. Сотрудники отдела инноваций, а также врачи одной из частных клиник будут проводить денситометрическое обследование сотрудников, которое поможет выявить риски развития остеопороза и остеопении. Если такие риски появляются, значит, молочные продукты отсутствуют в рационе человека. После обследования необходимо прочитать лекцию о пользе молочных продуктов. Такие же мероприятия можно проводить и для конечных потребителей, добавив сэплинг, лотереи, активити в социальных сетях.

Были рассчитаны затраты и предполагаемая экономическая эффективность. При общих затратах на реализацию предложенных мероприятий 1324,8 тыс. руб, рентабельность реализации мероприятий составит 136 %. Годовая прибыль увеличится на 18017,3 тыс. руб. Срок окупаемости мероприятий составит 268 дней.

Литература:

1. Кузнецова О.А. Возможности кросс-мерчендайзинга в современной торговле / О.А. Кузнецова, А.Г. Бондаренко // В сборнике: Сборник научных статей факультета экономики, управления и бизнеса ФГБОУ ВПО «КубГТУ»; под редакцией М.Б. Щепакина. Краснодар, 2014. С. 5–7.

2. Щепакин М.Б. Формирование концепции рационального и социально справедливого управления ресурсами в развивающихся социально-экономических системах / М.Б. Щепакин, О.А. Кузнецова // Экономика и предпринимательство. 2015. № 12 (ч. 3) (65–3). С. 238–245.

О ЗАНЯТОСТИ ВО ВРЕДНЫХ УСЛОВИЯХ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ

И.О. Калинина, студентка группы 13-ЭБ-МН1;

Л.И. Соколова, доцент

От состояния условий труда в прямой зависимости находится уровень работоспособности человека, результаты его работы, состояние здоровья, отношение к труду. Улучшение условий труда существенно влияет на повышение его производительности.

Доля занятых в экономике Краснодарского края в 2012 г. составляла 94,4 % от экономически активного населения [1, 135], в 2014 г. этот показатель снизился до 94,3 % и составил 2464,3 тыс. чел, из них около 5 % или 123, 2 тыс. чел работали во вредных и опасных условиях труда [2, 131] .

Удельный вес численности работников занятых во вредных и опасных условиях труда на предприятиях Краснодарского края по видам экономической деятельности и его динамика отражены в таблице 1. Как видно из приведенных данных в 2014 г. наибольший удельный вес численности работников занятых в условиях, не отвечающих гигиеническим нормативам наблюдается по таким видам деятельности как добыча полезных ископаемых (38,9 %), транспорт (37 %), обрабатывающие производства (33,5 %). Высокие значения этого показателя характерны для строительства (31,7 %), производства и распределения электроэнергии, газа и воды (29,1 %). Доля работников, занятых на тяжелых работах колеблется от 1,1 % (связь) до 25,4 % (добыча полезных ископаемых). За исследуемый период (2008–2014 гг.) доля работающих в условиях, не отвечающих гигиеническим нормам по всем приведенным видам деятельности, имеет тенденцию роста. Самый высокий темп роста (в 3,6 раза) характерен для такого

вида деятельности как связь. Почти в 2 раза вырос этот показатель по добыче полезных ископаемых, производству и распределению электроэнергии, газа и воды, а также строительству.

Таблица 1 – Динамика удельного веса численности работников, занятых во вредных и опасных условиях труда в процентах

Показатель	2008	2011	2014
1. Работали в условиях, не отвечающих гигиеническим нормативам условий труда:			
Добыча полезных ископаемых	20,0	29,5	38,9
Темп роста к 2008 г.	100,0	147,5	194,5
Обрабатывающие производства	21,8	27,8	33,5
Темп роста к 2008 г.	100,0	127,5	153,6
Производство и распределение электроэнергии, газа и воды	12,8	17,8	29,1
Темп роста к 2008 г.	100,0	139,0	227,3
Строительство	17,0	21,6	31,7
Темп роста к 2008 г.	100,0	127,0	186,4
Транспорт	33,3	36,0	37,0
Темп роста к 2008 г.	100,0	108,1	111,1
Связь	0,0	0,8	2,9
Темп роста к 2011 г.	–	100,0	в 3,6 раза
2. Заняты на тяжелых работах:			
Добыча полезных ископаемых	47,5	16,3	25,4
Темп роста к 2008 г.	100,0	34,3	53,4
Обрабатывающее производство	6,0	10,6	12,6
Темп роста к 2008 г.	100,0	176,6	210,0
Производство и распределение электроэнергии, газа и воды	3,3	6,6	9,9
Темп роста к 2008 г.	100,0	200,0	300,0
Строительство	13,3	17,8	16,5
Темп роста к 2008 г.	100,0	133,8	124,0
Транспорт	13,6	17,2	14,8
Темп роста к 2008 г.	100,0	126,4	108,8
Связь	0,1	0,1	1,1
Темп роста к 2008 г.	100,0	100,0	в 11 раз

Такая же негативная тенденция наблюдается и в динамике доли занятых на тяжелых работах по всем видам деятельности, кроме добычи полезных ископаемых, где этот показатель сократился с 47,5 % в 2008 г. до 25,4 % в 2014 г., однако по сравнению с 2011 г. значение показателя стало больше.

Удельный вес работников промышленных видов деятельности, занятых на конец 2014 г. во вредных и опасных условиях труда в разрезе воздействующих факторов приведен в таблице 2. Как видно из приведенных данных наибольшая доля работников находилась под воздействием повышенного уровня шума, ультра – и инфра – звука. Так при добыче полезных ископаемых, в обрабатывающих производствах и при производстве электроэнергии этот показатель соответственно составил 19,4 %; 14,4 %; 6,3 %. Велика также доля работников занятых под воздействием повышенного химического фактора и уровня вибрации (добыча полезных ископаемых), световой среды и химического фактора (обрабатывающие производства).

Анализ удельного веса численности работников занятых с вредными и опасными условиями труда по крупным городам Краснодарского края на конец 2014 года показал, что самый высокий удельный вес занятых на работах с вредными и (или) опасными условиями труда приходится на город Геленджик – 37,3 %, а самый низкий в городе Краснодар, он составляет 25,7 %. Доля работающих под воздействием повышенного шума, ультра и инфразвука колеблется в диапазоне от 9,3 % (г. Краснодар) до 14,8 % (г. Сочи), при среднем значении этого показателя по краю в размере 12,3 %.

Согласно части второй ст. 147 Трудового кодекса РФ работникам, занятым на работах с вредными и (или) опасными условиями труда, установлен минимальный размер повышения оплаты труда 4 процента тарифной ставки (оклада), установленной для различных видов работ с нормальными условиями труда [3].

Таблица 2 – Удельный вес численности работников, занятых во вредных и опасных условиях труда, по воздействующим факторам, видам промышленной деятельности на конец, 2014 года в процентах

Показатель	Добыча полезных ископаемых	Обрабатывающие производства	Производство и распределение электроэнергии, газа и воды
Работали под воздействием повышенного (ной):			
– уровня шума, ультра и инфразвука	19,4	14,4	6,3
– уровня вибрации	6,7	2,7	2,2
– химического фактора	9,8	4,2	3,8
– световой среды	1,1	4,6	6,5
– уровня неионизирующего излучения	0,3	0,9	2,4
– уровня ионизирующего излучения	0,1	0,1	0,0

Изменения доли численности работников, которые за работу во вредных и опасных условиях труда имели право на оплату труда в повышенном размере, отражают данные таблицы 3.

Таблица 3 – Доля численности работников, имеющих право на оплату труда в повышенном размере в процентах

Вид деятельности	2009 г.	2011 г.		2014 г.	
	Удельный вес	Удельный вес	Темп роста к 2009 г.	Удельный вес	Темп роста к 2009 г.
Добыча полезных ископаемых	5,3	19,4	366,0	23,8	449,0
Обрабатывающие производства	17,4	19,0	109,2	23,4	134,4
Производство и распределение электроэнергии, газа и воды	10,5	12,4	118,0	17,6	167,6
Строительство	6,9	13,7	198,5	18,8	272,4
Транспорт	21,4	20,0	93,4	28,8	134,5
Связь	0,5	0,7	140,0	0,4	80,0

Таким образом, можно увидеть, что в целом за рассматриваемый период практически по всем видам деятельности доля численности работников с правом на оплату труда в повышенном размере, имеет высокий темп роста.

Неблагоприятные условия труда кроме высокого уровня производственного травматизма и профессиональной заболеваемости, обуславливают также экономические потери государства и работодателей. Так, на выплату досрочных пенсий за работу во вредных условиях труда в крае, например, только в 2012 году было израсходовано свыше 1,3 млрд рублей, досрочные пенсии за вредные условия труда были назначены около шести тысячам человек, выплаты в связи с несчастными случаями на производстве и профессиональными заболеваниями составили почти 800 миллионов рублей.

Таким образом, проведенный анализ состояния условий труда на предприятиях Краснодарского края выявил:

- увеличение доли лиц занятых во вредных и опасных условиях труда за 2008–2014 гг.;
- наибольший удельный вес численности работников занятых в условиях, не отвечающих гигиеническим нормативам наблюдается по таким видам деятельности как добыча полезных ископаемых, транспорт, обрабатывающие производства;
- основной вредный производственный фактор – шум;
- в целом за рассматриваемый период практически по всем видам деятельности доля численности работников с правом на оплату труда в повышенном размере, имеет высокий темп роста;
- неблагоприятные условия труда ведут к серьезным экономическим потерям.

Следовательно, создание для работников безопасных и здоровых условий труда, продолжает оставаться сегодня одной из основных задач для органов власти, профсоюзов, работодателей Кубани.

Литература:

1. Соколова Л.И. Структурные сдвиги в занятости населения Краснодарского края. Факторы повышения эффективности российской экономики: Материалы международной научно-практической конференции / Л.И. Соколова, Р.А. Авдеева; под ред. д-ра экон. наук, проф. М.Б. Щепакин. Краснодар : КЦНТИ, 2014. С. 135–140.
2. Труд и занятость в Краснодарском крае : статистический сборник. Краснодар : Краснодарстат, 2015. 140 с.
3. Трудовой кодекс Российской Федерации от 30.12.2001 № 197-ФЗ (ред. от 05.10.2015). URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_34683

МОДЕРНИЗАЦИЯ ШВЕЙНОЙ ОТРАСЛИ РОССИИ КАК ОСНОВА ПОВЫШЕНИЯ ЕЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ

М.К. Кравченко, студентка группы 12-ЭБ-МН-1;
А.Н. Шинкевич, доцент

Переход к качественно новому уровню развития экономики невозможен без соответствующего инновационно-технического обновления. Основными факторами прогрессивного развития экономики являются механизмы модернизации и реконструкции, предполагающие технологическое обновление и высокоэффективное увеличение мощности производства промышленных предприятий.

Модернизация российской швейной отрасли не терпит отлагательства. Сегодня проведение коренной модернизации производств и использование современных технологий, материалов и оборудования является необходимым условием повышения конкурентоспособности продукции и эффективности работы большинства отечественных предприятий.

Модернизация – (в переводе с английского Modern – обновленный, современный, быстрый рост научных знаний) обновление объекта, приведение его в соответствие с новыми требованиями и нормами, техническими условиями, показателями качества, является частью реконструкции предприятия. Это емкое понятие включает не только обновление выпускаемой продукции, но и глубокие преобразования в технике и технологии производства, организации труда и управления, во всей системе социальных и экономических отношений на предприятии. Обновление как одна из главных целей модернизации выступает в качестве важного источника социальной и экономической эффективности производства, подчеркивая тем самым особую роль модернизации в достижении высоких экономических результатов.

В настоящее время практически все российские отрасли находятся в кризисном состоянии, но предприятия швейной промышленности это затронуло в наибольшей степени.

Основная причина – сокращение инвестиций в производственную сферу, и как следствие – прекращение не только расширенного, но и простого воспроизводства на швейных предприятиях. Средний срок службы оборудования на представительных предприятиях РФ по состоянию на конец 2014 года составляет от 13 до 20 лет [1, 1948]. Переоснащение предприятий основными фондами в необходимом количестве и ассортименте – важнейшее условие обеспечения устойчивых темпов развития производства, снижения себестоимости, повышения качества продукции, роста рентабельности производства.

Будущее определится тем, будут ли развиваться отрасли промышленности на основе достижений отечественной науки и техники, или это ограничится лишь переносом зарубежных производств в Россию как территорию с относительно дешевой рабочей силой и с технологиями «не первой свежести».

Повысить эффективность производства можно только за счёт сокращения производственных расходов, увеличения объёмов выпуска продукции, оптимизации производственной программы предприятий швейной промышленности [3, 172–177]. Решение этих задач достигается, в первую очередь, путём модернизации производства. Но прежде чем проводить модернизацию производства, необходимо точно знать какие именно результаты будут достигнуты в ходе её проведения.

На первом этапе модернизация швейного производства предусматривает механизацию швейных операций за счет применения промышленных швейных машин с автоматическими функциями обрезки, закрепки, подъема прижимной лапки и программирования стежков. Использование таких машин позволяет практически вдвое повысить производительность труда, снизить затраты на заработную плату производственных рабочих за счет увеличения нормы выработки, сократить связанные с начисленной заработной платой расходы на социальные нужды, снизить расходы по электроэнергии за счет уменьшения количества работающих машин, обеспечить экономию производственных площадей, экономию затрат на материалы (нитки), и, что немаловажно, повысить качество шитья и комфортность работы персонала.

Другим направлением модернизации швейного производства можно считать применение более совершенных транспортных систем, например транспортной системы INA. В результате использования подобных систем происходит сокращение межоперационного времени и незавершенного производства, рост производительности труда, сокращение расходов на сырьё и эффективное использование ткани в раскройном производстве, снижение затрат на оплату квалифицированного труда.

Базовая концепция транспортной системы INA заключается в возможности перемещать все детали любого вида одежды между швейными машинами на индивидуальных вешалках.

Это позволяет создать хорошо организованную производственную среду в комплексе со стабильным производственным процессом и эффективным управлением.

Основные преимущества использования транспортной системы INA:

- сокращение незавершенного производства;
- повышение производительности труда;
- снижение прямых трудозатрат;
- сокращение производственного цикла от недели до дней;
- отражение процесса производства в реальном времени;
- повышение качества продукции;
- сокращение затраты на сырьё.

При использовании транспортной системы INA создаются и дополнительные преимущества:

- отсутствует необходимость в оформлении маршрутных и учётных карточек для сотрудников;
- планирование и распределение всех операций производится в одной системе;
- происходит отслеживание протекания любой операции;
- используемая система контроля и отчётности способствует повышению мотивации персонала;
- обеспечивается согласованная работа по всем операциям;
- происходит сокращение численности вспомогательного персонала;
- повышается эффективность управление производством в целом.

Предлагаемая система перемещения заготовок в сравнении с традиционной ручной имеет больший удельный вес машинного времени в общей трудоемкости работ, что видно из рисунка 1.

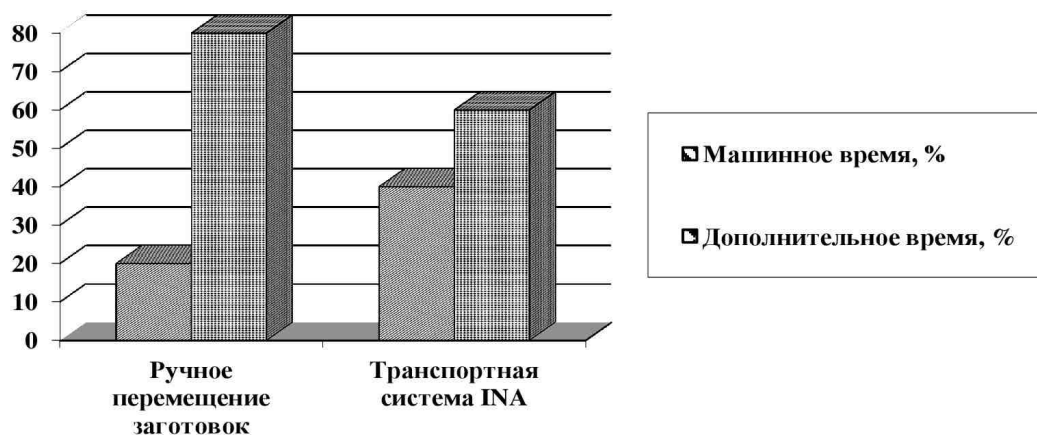


Рисунок 1 – Затраты машинного труда при различных системах транспортировки швейных заготовок

Предлагаемая к использованию транспортная система состоит из компьютерной контрольной станции, станции загрузки, операционной станции, станции внутрипроцессного ОТК, станции окончательного ОТК, станции разгрузки готовых изделий.

Компьютерная контрольная станция выполняет регулирование последовательности операций, балансирование, регулирование потенциала производства, осуществляет регулирование и контроль дневной выработки, установку взаимосвязей технологических операций, оформляет платёжную ведомость, составляет производственный отчёт.

Станция загрузки регулирует весь край для одного изделия и загружает его на одну вешалку. Как только вешалка покидает станцию загрузки, вся информация из базы данных автоматически загружается на встроенный в неё микрочип.

На операционной (швейной) станции INA швея сосредоточена только на операции шитья. Вешалка с изделием автоматически перемещается к следующей операции только после нажатия кнопки-сигнала завершения операции шитья (исключаются операции получения пачек с заготовками, развязывания пачек, исключается необходимость оформления бумажного маршрутного листа, завязывания и перемещения пачек).

На станции внутрипроцессного контроля качества любая вешалка с изделием в случайном порядке может быть автоматически направлена от любого оператора на станцию контроля качества. На станции автоматически оформляется отчёт о дефектах, осуществляется генерация отчётов для управленческого персонала, имеется возможность удалённой связи с ОТК заказчика.

На станции утюжки выполняются окончательные операции, утюжка, упаковка и т.д. Все операции интегрированы в транспортную систему INA.

И еще одно, на наш взгляд, актуальное направление модернизации швейной отрасли России – диверсификация производства [2, 1459–1468]. Стратегия диверсифицированного развития бизнес структур позволяет минимизировать риски, если фирма действует на нескольких рынках и в разных направлениях, переориентировать бизнес в соответствии с запросами конечных потребителей, преодолеть кризисные явления и продолжить развитие по восходящей линии.

Литература:

1. Климова Н.В. Развитие швейных предприятий России на основе модернизации производства / Н.В. Климова, А.Э. Мелкумян // Экономические науки. 2015. № 2. С. 1947–1953.
2. Махнушина В.Н. Современные виды и формы диверсификации / В.Н. Махнушина, А.Н. Шинкевич // Российское предпринимательство. 2015. Т. 16. № 10. С. 1459–1468.
3. Хмельницкая С.В. Проблемы оптимизации производственной программы предприятия и пути их решения / С.В. Хмельницкая, А.Н. Шинкевич // Экономика устойчивого развития. Региональный научный журнал. № 12. 2012. С. 172–177.

РОЛЬ МАРКЕТИНГА В ФОРМИРОВАНИИ УСПЕШНОГО ПОЛИТИЧЕСКОГО БРЕНДА

О.Н. Моргунова, студентка группы 12-ЭБ-МН6;

Е.В. Чекменева, доцент

Политический маркетинг можно определить, как грамотное, корректное и целенаправленное выявление, подчеркивание и демонстрацию различным группам населения именно тех реальных качеств и достоинств претендента на лидерство которые будут наиболее привлекательны для этого населения, целью этих действий является заработать устойчивую репутацию у потребителей, другими словами создать бренд [1, 128]. На примере наиболее ярких политических лидеров выявим, отличительные особенности их образа, внешних факторов, повлиявших на удовлетворение потребностей избирателей, а также маркетинговые приёмы, которые помогли им выделиться на фоне конкурентов и обрести успех.

Первый «бренд» – Адольф Гитлер (1922 г., 1933) основоположник и центральная фигура национал-социализма. Личность неоднозначная и порицаемая. В целях исследования обра-

тим внимание на период, когда Гитлер был кандидатурой, стремящейся заслужить доверие у избирателя.

Состояние рынка. В 1930-х гг. в Германии царил атмосфера уныния. Из-за мирового экономического кризиса, миллионы людей остались без работы [2, 318]. Свежо было воспоминание о поражении Германии в Первой мировой войне, немцы считали слишком слабым свое правительство. Эти факторы сильно повлияли на выбор, электорату нужен был сильный, лидер, который предложит гражданам пути улучшения их уровня жизни.

Целевой аудиторией были избраны: безработные, молодёжь и низы среднего класса, т.е. все те, кого ухудшение уровня жизни коснулось больше всех. Все предвыборные обещания партии изложены в так называемых «25 пунктах Гитлера». Общей идеей являлось объединение нации и сведения действий правительства во благо государства, его народа, борьбы с врагом. Предвыборные обещания чётко учитывали интересы целевой аудитории, а, следовательно, наполнение товара было актуальным.

Маркетинговые приёмы. Адольф Гитлер был очень харизматичным политиком. Выступления проводились в театральной форме: играла музыка, происходил вынос знамени партии и марш участников. Это можно сравнить с мерчендайзингом товаров в торговых точках, так как подготовка проводилась для того, чтобы «товар» предстал перед потребителем в том свете, который будет максимально положительно воспринят.

Так как в начале века не было возможности использовать усилительные приборы звука, кандидату приходилось кричать свою речь. В совокупности с харизмой оратора и текстом, выступление выходило как искренняя, эмоциональная речь борца за свой народ и благо каждого гражданина своей страны.

Следующий бренд – российский политик, глава партии ЛДПР Владимир Жириновский.

Состояние рынка. Свою силу партия набрала в 1991 году, когда в стране царил атмосфера неясности положения, не надёжности [3]. Владимир Жириновский смог уловить настроения избирателей, в своих выступлениях политик делал акцент на стремлении защитить русских граждан и их интересы.

Особенности «товара». Основной упор сделан на образ личности: Имидж Жириновского можно охарактеризовать как решительный, энергичный, резкий в своих высказываниях, эмоциональный, но при этом сообразительный, умеющий рассчитывать собственные ходы далеко наперед. Из-за излишней эмоциональности политика его образ стал восприниматься как комичный именно поэтому в последние годы можно отметить корректировку поведения политика.

Целевую аудиторию в основном составляет молодёжь, которой посвящены многие пункты программы. Пункты относительно пенсионеров и бюджетников менее многочисленны и более обобщены.

Маркетинговые приёмы, которые использовались политиком это прежде всего классические СМИ: телевидение, радио, печатная пресса, наружная реклама. Так же политиком используются агитационные выступления на митингах, использование обратной связи. Ещё одним приёмом является продажа товарного знака «Жириновский».

Следующий известный бренд – Уго Чавес известный венесуэльский государственный и военный деятель, президент Венесуэлы с 1999 по 2013 год. СМИ часто называли его одним из самых неоднозначных политиков нашего времени [5]. Стоит обратить внимание на менталитет венесуэльцев – это дружелюбный, жизнерадостный народ, который ставит в приоритет не материальное положение, а душевное состояние, как своё, так и окружающих, коренные жители очень религиозны и патриотичны.

Состояние рынка. В 90-х годах прошлого столетия во многих городах Венесуэлы стояла проблема коррупции. Уровень жизни был низок. После восстания 1992 года, народ, вдохновлённый идеями Уго Чависа, признал для себя его своим народным героем.

Целевая аудитория избирателей – низший социальный класс. Именно на людей, живущих за чертой бедности, были направлены предвыборные действия Чависа.

Особенности «товара». Имидж Чависа – это образ «борца за справедливость», он не скрывает крестьянского происхождения и открыто говорит о проблемах, которые мешают развитию страны и её граждан.

Маркетинговые приёмы. Основной упор делался на диалог с избирателем. Политик активно использовал присущие ему харизму и ораторские способности, выступления его были полны разговорных и простонародных слов, так же Чавис любил прибегать к цитированию

библейских текстов. Цель данных приёмов – завоевание доверия и благосклонность электората, в первую очередь рабочего класса и бедноты. Образ «своего парня», справедливого, готового бороться за идею и умеющего признать свои ошибки, религиозного и трудолюбивого, вышедшего из низших слоёв общества, был необычен для данной страны. Прежние политические лидеры были выходцами из других слоёв общества, на их фоне Чавис был привлекательным и новым брендом, способным привлечь внимание и завоевать любовь электората.

Следующей рассмотренной нами кандидатурой является Барак Обама действующий 44-й и первый темнокожий президент Соединённых Штатов Америки. У Барака Обамы было всё, что позволяет бренду стать успешным: новизна, необычность и привлекательность.

Состояние рынка. США известно своими гонениями темнокожей расы, память о данной проблеме свежа и по сей день. Следующий фактор – это биполярность партийных взглядов, противостояние консервативной и либеральной партий. К тому же, на тот момент многие граждане были не довольны правлением Дж. Буша Младшего.

Особенности «товара». Одной из отличительных черт его имиджа является образ «семьянина». Следующая черта, это упор на факт того, что Обама обычный, ничем не отличающийся от других, гражданин, любящий свою страну, верящий в каждого её гражданина и стремящийся к своей мечте. Многие журналисты отмечают, у предвыборных выступлений Обамы была очень тёплая, воодушевляющая атмосфера. Обама часто рассказывал о своей жизни, не упускал шанса посмеяться над самим собой, и всегда открыто и доброжелательно улыбался [4].

Целевая аудитория, электорат составили средний и низший класс, люди, которым не важны политические разногласия конкурирующих партий, которые устали от них и просто хотят привести свою жизнь в порядок. В своих предвыборных выступлениях Обама делал упор, что для него нет различия между цветами кожи или политическими взглядами, он готов к двухстороннему диалогу с членами обеих партий на пути к «великой» цели – объединению Америки «обратно» в Соединенные Штаты.

Маркетинговые приёмы. Обама в своих выступлениях активно использовал сторителлинг, например, в высказывании: «Это надежда тощего паренька со смешным именем, который верит в то, что и для него в Америке найдется место», – Обама плотно переплетает свою историю с историей страны. Следующий приём это PR самыми известными акциями были клип на сайте youtube «*I Got a Crush...on Obama*», исполненный певицей Лией Коффман, постер *Hope* («Надежда») исполненный известным граффити мастером Шепардом Фэйри. После этого многие известные личности и компании, такие как Мадонна, Nike, Marvel отличили Обаму. Предвыборная кампания Барака Обамы использовала и традиционные методы и инструменты воздействия на аудиторию (радио- и ТВ-реклама).

Проанализировав особенности и маркетинговые приёмы политических «брендов», благодаря которым они смогли завоевать свой электорат, можно сделать вывод, что все эти личности умели хорошо анализировать состояние рынка и потребности своего электората. Во время своих предвыборных компаний они предоставляли потребителю именно то, в чём он нуждался – обещание решения их проблем. Помимо успешного мониторинга рынка, все личности использовали актуальные для своего времени маркетинговые приёмы, на их примере можно проследить эволюцию политического маркетинга. Если в эпоху Гитлера, ещё не делался акцент на маркетинге, но уже использовались некоторые его приёмы, то выборы Барака Обамы – это ярчайший пример мастерской реализации комплекса маркетинга.

Литература:

1. Ильясов Ф.Н. Политический маркетинг. Искусство и наука побеждать на выборах. М. : ИМА-пресс, 2000. 200 с.
2. Лоуренс Рис. Темная харизма Адольфа Гитлера: Ведущий миллионы в пропасть. М. : Азбука-Аттикус. 2014. 480 с.
3. Научно-исследовательский институт социальных систем. Основные тенденции политического развития России. URL: <http://www.niiss.ru>
4. Президентская кампания Обамы – уроки для маркетологов. URL: http://www.executive.ru/blog/nich_marketing/8492
5. Радио Свобода. Успех Уго Чависа на выборах. URL: <http://www.svoboda.org>

ТЕНДЕНЦИИ ВОСПРОИЗВОДСТВА НАСЕЛЕНИЯ РОССИИ

В. Пагин, студент группы 13-ЭБ-ГУ1;

Л.И. Соколова, доцент

Воспроизводство населения – это процесс возобновления поколения людей, который зависит от рождаемости и смертности. Для нашей страны, которая занимает первое место в мире по территории проблема воспроизводства населения имеет особую значимость.

В современных условиях влияние рождаемости на динамику воспроизводства населения является определяющим. Уменьшение числа рождений явилось главной причиной естественной убыли населения (табл. 1). Ежегодное число рождений снизилось с 23,3 чел. на каждую 1000 чел. населения в 1960 г. до 13,3 чел. в 2014 г. [1].

Таблица 1 – Основные тенденции в динамике естественного прироста населения

Годы	Естественный прирост (ЕП), естественная убыль (ЕУ)	Характеристика тенденций
1960	ЕП	Достиг уровня 15,8 ‰
1961–1990	ЕП	Снижается до 2,2 ‰
1991–2000	ЕУ	Достигла уровня 6,6 ‰
2001–2011	ЕУ	Снизилась до уровня 0,9 ‰
2012–2014	ЕП	Достиг уровня 0,2 ‰

Из приведенных данных видно, что реализация мер государственной поддержки семей в связи с рождением и воспитанием детей позволила не только снизить уровень естественной убыли населения, но и добиться небольшого (0,2 ‰) естественного прироста населения.

Однако, современные параметры рождаемости меньше, чем требуется для замещения поколений. Для простого воспроизводства населения суммарный коэффициент рождаемости должен быть равен 2,15 рождений в среднем на одну женщину. Как видно из приведенных в таблице 2 данных, суммарный коэффициент рождаемости в 2000 г. снизился до 1,195, а в 2014 г. составил 1,750 [1].

Таким образом, поколение родителей немногим более, чем наполовину воспроизводит себя в детях. Данный вывод подтверждает и нетто-коэффициент воспроизводства, характеризующий замещение поколения матерей поколением их дочерей.

Таблица 2 – Динамика коэффициентов воспроизводства населения

Годы	Суммарный коэффициент рождаемости		Нетто-коэффициент воспроизводства	
	чел/чел	темп роста, % к уровню 1961–1962 г.г.	чел/чел	темп роста, % к уровню 1961–1962 г.г.
1961–1962	2,417	100,0	1,095	100,0
1984–1985	2,057	85,1	0,964	88,0
1990	1,892	78,3	0,895	81,7
1995	1,337	55,3	0,629	57,4
2000	1,195	49,4	0,561	51,2
2005	1,294	53,5	0,611	55,8
2010	1,567	64,8	0,745	68,0
2014	1,750	72,4	0,832	76,0

Он показывает, сколько в среднем девочек, рожденных одной женщиной на протяжении всей жизни, дожили бы до возраста матери при их рождении (табл. 3) [1], если бы в каждом возрасте сохранялся уровень рождаемости и смертности.

Динамика этого показателя свидетельствует о суженном процессе воспроизводства. Величина нетто – коэффициента в 2014 г. составила 0,832, т.е. каждая 1000 женщин оставляет по-

сле себя лишь 832 девочки, что более, чем на 20 % ниже по сравнению с 1961–1962 гг., когда этот показатель был равен 1,095 [1]. Следует также отметить и постоянный рост этого коэффициента относительно 2000 г.

Таблица 3 – Средний возраст матери при рождении детей

Год	2000	2005	2010	2014
Возраст, лет	25,8	26,5	27,7	28,1

Анализ повозрастных показателей рождаемости (табл. 4) показал, что наибольшее число рождений приходится на возраст 20–29 лет. В 2007 г. доля рождений в этой возрастной группе составила 61,5 %; 2010 г. – 58,8 % и 2014 г. – 56,6 %. Однако, применение мер, направленных на стимулирование рождения двух и более детей, и прежде всего материнского капитала, обусловило рост доли рождений в старших (30–44 года) возрастных группах с 28,2 % в 2007 г. до 35,9 % в 2014 г. или на 27,3 % больше.

Таблица 4 – Возрастные коэффициенты рождаемости

Год	15–19	20–24	25–29	30–34	35–39	40–44	45–49
2007	29,3	89,5	86,9	54,1	22,7	3,9	0,2
Доля всех рождений, %	10,2	31,2	30,3	18,9	7,9	1,4	0,1
2010	27,0	87,5	99,2	67,3	30,0	5,9	0,3
Доля всех рождений, %	8,5	27,5	31,3	21,2	9,5	1,9	0,1
2014	26,0	89,8	110,2	79,8	39,0	8,1	0,4
Доля всех рождений, %	7,4	25,4	31,2	22,6	11,0	2,3	0,1

Несмотря на положительные тенденции проблема сохранения динамики рождаемости остается по-прежнему актуальной. Это связано и с тем, что в предстоящие годы численность женщин репродуктивного возраста будет сокращаться, так как число женщин, вступающих в репродуктивный возраст будет меньше, чем выбывающих из него (табл. 5).

Таблица 5 – Соотношение между числом женщин вступающих в репродуктивный возраст и выбывающих из него

Возраст, лет	Численность, млн. чел	Возраст, лет	Численность, млн. чел	Отклонение, млн. чел
10	0,73	45	0,95	–0,22
11	0,72	46	0,93	–0,21
12	0,70	47	0,92	–0,22
13	0,65	48	0,96	–0,31
14	0,67	49	1,02	–0,35
10–14	3,47	45–49	4,79	–1,32
Соотношение 1:1,4 (без учета коэффициента дожития)				

Таким образом, можно сделать следующие выводы: важной частью процесса воспроизводства населения является рождаемость. Суммарный коэффициент рождаемости, характеризующий интенсивность процесса воспроизводства, свидетельствует о суженном замещении поколений. Этот вывод также подтверждает и нетто-коэффициент воспроизводства. Численность женщин репродуктивного возраста в динамике имеет тенденцию сокращения, что увеличивает нагрузку деторождения на новое поколение. Для повышения рождаемости до уровня, обеспечивающего простое замещение поколений, необходимо применять не только экономические меры, но также социальные и психологические. Целевым ориентиром для семейно-демографической политики должна быть семья с тремя и более детьми. Именно такие семьи должны получать наибольшую экономическую и моральную поддержку от государства и общества. Необходимо повышать преимущества и привлекательность семейной жизни, полезности детей для родителей.

Литература:

1. Демографический ежегодник России. 2015 г. URL: http://www.gks.ru/free_doc/doc_2015/demo15.pdf

ЭЛЕКТРОННАЯ ПРЕЗЕНТАЦИЯ: ИННОВАЦИОННЫЙ МАРКЕТИНГОВЫЙ ПОДХОД

А.С. Полтко, студентка группы 12-Эб-Мн3;
Г.М. Мишулин, профессор

В условиях динамично развивающейся экономики, искушенных предпочтений потребителей и ужесточения рыночной конкуренции, компаниям все сложнее приходится реализовывать себя в бизнесе даже тогда, когда они предлагают вполне качественный товар [1]. Традиционные методы продвижения сегодня в силу определенной пресыщенности потребителей все чаще не получают требуемой ответной реакции. Рассматривая маркетинг как системную управленческую деятельность субъектов рынка, осуществляемую в их внутренней и внешней средах и направленную на установление потребности и ее удовлетворение за счет предложения рынку конкурентоспособных товаров и эффективных средств их продвижения в целях получения экономического или иного эффекта [2, с. 328; 3], перед маркетологами возникает дилемма: либо создавать новые средства продвижения, либо совершенствовать имеющиеся. При этом под продвижением понимается любая форма действий, используемых фирмой для информирования, убеждения и напоминания людям о своих товарах, услугах, образах, идеях, общественной деятельности или влиянии на общество [4, с. 7]. В условиях, когда донести рекламное сообщение о продвигаемом объекте современному потребителю с его «клиповым мышлением» и потреблением информации на ходу становится задачей архисложной, на первый план выходит такое средство продвижения, свойства и характеристики которого были бы адекватны не только особенностям восприятия информации потребителем, но и отвечало бы современному уровню развития техники и технологий [5, с. 47]. Указанным требованиям сегодня вполне может удовлетворять электронная презентация, инновационные элементы которой авторы попытались найти в технологии ее создания и демонстрации. Выполненные авторами исследования различных видов электронных презентаций, различных поводов их демонстрации, а также процессов их создания, позволил выделить следующие типовые этапы: выбор повода для демонстрации электронной презентации; разработка презентации; ознакомление с местом демонстрации презентации; техническое оснащение места выступления; оформление места презентации; проведение репетиции перед демонстрацией электронной презентации; демонстрация электронной презентации; дискуссия и ответы на вопросы; оценка эффективности демонстрации электронной презентации. Кроме того, были детально рассмотрены и расписаны по отдельным операциям, согласно рекомендаций стандартов ISO 9000, обозначенные этапы. В результате были установлены типичные недостатки и предложены инновационные маркетинговые подходы, применение которых позволило бы говорить о возможном повышении эффективности электронных презентаций. В частности: электронная презентация для любого повода (выставка, форум, промоакция, сайт и т.п.) должна разрабатываться в нескольких вариантах: как самостоятельный информационный продукт, как самостоятельный ключевой информационно-коммуникационный продукт, как взаимодействующий с модератором (спикером) элемент; как модуль крупного информационного ресурса; электронная презентация должна разрабатываться с условием ее адаптации к программным средам и воспроизведению (без скачивания) на различных носителях информации (стационарных и мобильных), с возможностью быть легко передаваемой в беспроводных сетях; при проведении промоакции с использованием электронной презентации для различных потребительских сегментов необходимо разрабатывать отдельные комплексы рекламных материалов, которые будут носить сопутствующий характер: подготовленные проспекты для презентации потенциальным инвесторам могут сопровождаться вклейкой в виде электронной визитки, на которой размещается презентация с последующим автовыходом на сайт фирмы; текстовая и графическая части презентации на промоакции с участием спикера не должны рассматриваться как фон его действий и точное повторение проговариваемого им текста, им необходимо придавать определенную информационную и коммуникационную миссию: звуковое сопровождение должно вызывать ассоциации с продвигаемым продуктом; видеоматериал, демонстрируемый посредством гиперссылок, должен быть лаконичным и ненавязчивым; в презентации обязательно должны присутствовать ссылки на определенные стра-

ницы сайта фирмы; презентация, выступающая как самостоятельный информационный продукт, должна быть озвучена.

Использование предложенного выше подхода в практике маркетинга позволит придать электронной презентации более высокий качественный уровень и обрести свойства эффективного инструмента продвижения.

Литература:

1. Щепакин М.Б. Инновационный фактор: сущность и влияние на построение бизнес-процессов в маркетинговом экономическом пространстве / М.Б. Щепакин, Э.Ф. Хандамова, А.С. Молчан // Экономика и предпринимательство. 2015. № 4–1 (57–1).

2. Мишулин Г.М. Международный маркетинг (практикум) : учеб. пособие / Г.М. Мишулин, А.Н. Секисов; 2-е изд., доп. Краснодар : Изд. ФГБОУ ВПО «КубГТУ»; М. : ЗАО «Издательство современная экономика и право», 2015. URL: <http://elibrary.ru/item.asp?id=23541742>

3. Мишулин Г.М. Методология исследования эволюционирующих рыночных инструментов // Проблемы формирования эффективной социально ориентированной модели хозяйственного развития России; под ред. Г.Б. Клейнера, С.И. Берлина и др. Краснодар, 2014. С. 152–172. URL: <http://elibrary.ru/item.asp?id=23248711>

4. Попов Е.В. Продвижение товаров и услуг : учебное пособие. М. : Финансы и статистика, 1999.

5. Тарасова Ю.А. Руководство по проведению деловых презентаций : учебное пособие. Казань : Казанский государственный университет им. В.И. Ульянова-Ленина, 2008.

**ПРОИЗВОДСТВЕННЫЙ
И РЕГИОНАЛЬНЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ**

МОТИВАЦИЯ ПЕРСОНАЛА В КРИЗИСНОЙ СИТУАЦИИ

М.В. Бузулукова, студентка группы 14-Э-ЭБ7

Управление предприятием в условиях кризиса – это предмет заботы не только его руководителей, собственников, но и множества взаимодействующих с ним предприятий и организаций. Кризисное управление по своей природе – управление, возлагающее дополнительные риски на множество экономических структур, без участия которых предприятие не может выжить. Невозможно грамотно управлять предприятием, не доведя до совершенства управление персоналом, потому что управление персоналом – основа основ, так как на нем строится грамотное функционирование любой системы, от мелкого предприятия и до глобальной компании [1].

До недавнего времени понятие «управление персоналом» занимало второстепенное значение и подвергалось поверхностному рассмотрению, но в состоянии кризиса представляет наиболее важное значение. Ее рассматривали многие специалисты, такие как: Баринов В.А. Бирюкова Олеся и также в своей книге рассматривал Ланкин В.Е. Но все они упустили деталь в изучении этой проблемы. Очень важным в преодолении кризисного времени организации является мотивация сотрудников [2].

Проблема мотивации персонала организации в настоящее время становится очень актуальной. От правильно разработанных систем мотивации зависят результаты деятельности предприятия, особенно при внедрении в производство инновационных технологий, а также при автоматизировании процессов производства и внедрении мероприятий научно-технического прогресса.

Неотъемлемым компонентом для высокого функционирования организации является, в первую очередь, квалифицированные кадры, которые могут работать эффективно, и умелые управленцы, способные руководить производственным процессом. Однако если компетентному руководителю удалось сформировать коллектив, состоящий из профессионалов, в конечном счете он может проиграть, если забудет о том, что персонал нужно и очень важно постоянно мотивировать, особенно в кризисных ситуациях. На самом деле, такие ситуации грозят не только подрывом эффективности функционирования предприятия, но и потерей опытных, квалифицированных работников, без которых преодолеть кризис, в большинстве случаев, невозможно. Поведением людей движет мотивация. Она позволяет добиваться больших результатов в работе подчиненных. Однако не все способы мотивации одинаково эффективны [3].

Самым сложным моментом в кризисной ситуации является потеря квалифицированных кадров. Основной задачей менеджмента предприятия в состоянии кризиса становится удержание ключевого персонала. Но большинство предприятий делают акцент совсем не на этом. В основном, руководители уделяют своё внимание маркетингу, финансам, рекламе, чему угодно, но не самому главному – мотивации. 8 из 10 руководителей ошибочно полагают, что в условиях кризиса проблем с мотивацией быть не должно, потому что работники понимают, что на их место претендуют сотни людей, готовые работать за меньшую заработную плату. Следовательно, желание сохранить свое рабочее место обуславливается более качественной и эффективной работой.

Зададимся вопросом, как мотивировать персонал? Самый простой ответ – материально. Но, учитывая сегодняшнюю экономическую ситуацию, многие руководители идут на этот шаг без большого желания. Материальное стимулирование является одним из самых сложных вопросов менеджмента. Грамотное построение системы материального стимулирования персонала требует от HR – специалиста знаний в области экономики, финансов, психологии, менеджмента. И, не у каждой компании есть возможность мотивировать именно таким способом. Отсюда следует, что необходимо рассмотреть нематериальный способ мотивации сотрудников. Для этого нужны внутренние ресурсы компании [3]. Но прежде всего нужно дать ответ на вопрос: зачем стимулировать работу кадров в период кризиса. Этот вопрос имеет множество ответов, поэтому давайте выделим два главных:

1. Работник в этот период особенно заинтересован в этой работе, но есть ситуации, в которых возникают недовольства с его стороны. Следовательно, возникает желание найти работу по достоинству. Однако, возникнет страх, что не сможешь найти такое место. Поэтому приходится работать.

2. Если организация не способна мотивировать материально, то эффективнее всего будет «вдохновлять сотрудников на подвиги» с максимальной экономией материальных средств [4].

Акцентируем внимание на то, что в отсутствии мотивации персонала может возникнуть такая серьезная проблема как синдром эмоционального выгорания (СЭВ). Сегодня существует много определений СЭВ среди специалистов, однако центральным для всех является «истощение» в процессе профессиональной деятельности. Об этом говорил Х. Фрейденбергер. Другая основоположница К. Маслач считала, что СЭВ – это синдром эмоционального и физического истощения, которое вызывает деформацию самооценки, отрицательно сказывается на отношении к работе, и снижает понимание и сочувствие к клиентам. К. Кондо определяет синдром «эмоционального сгорания» как дезадаптированность к рабочему месту из-за чрезмерной рабочей нагрузки и неадекватных межличностных отношений.

На сегодняшний день существует единая точка зрения на структуру психического выгорания, как у зарубежных, так и отечественных психологов. Синдром включает в себя 3 основных составляющих:

1. Эмоциональное истощение – чувство эмоциональной опустошенности и усталости, вызываемое собственной работой.

2. Деперсонализация (цинизм) – циничное отношение к труду и объектам своего труда, предполагает бесчувственное, негуманное отношение к клиентам.

3. Редукция профессиональных достижений – возникновение у работников чувства некомпетентности в своей профессиональной сфере, осознание неуспеха в ней.

Симптомы профессионального выгорания указывают на характерные черты длительного стресса и психической перегрузки, которые приводят или могут привести к полной дезинтеграции различных психических сфер и, прежде всего – эмоциональной. Это позволяет сделать вывод, что синдром носит стадийный характер. Но следует отметить, что развитие синдрома носит индивидуальный характер, определяемый различиями в эмоционально-мотивационной сфере и различными условиями реализации профессиональной деятельности.

Помимо этого, инициатива о повышении мотивации сотрудника должна исходить не только от него самого, но и от руководства компании непосредственно [5].

Для эффективной работы людей нужен эффективный руководитель. Управленческая структура в целом играет одну из главных ролей в развитии и деятельности системы, однако определяющее место принадлежит все-таки руководителю, на котором лежит ответственность за организацию деятельности органов управления.

Руководитель является центральной фигурой в общей системе управления. От его решения зависит план и стратегия компании. Однако для надлежащей реализации плана необходима команда специалистов, которые не только осуществляют свою непосредственную деятельность, но и являются помощниками руководителя в выборе альтернативы. Это особенно важно в кризисной ситуации, поскольку для принятия правильного решения необходимы различные данные о состоянии компании, отчетные документы, которыми как раз и занимаются различные отделы. Это финансовые, экономические, маркетинговые, производственные, антикризисные, психологические, аналитические и многие другие отделы. Они не являются непосредственно производственной силой, но именно от их деятельности во многом зависит деятельность и существование социально-экономической системы. В кризисной ситуации от того, насколько быстро эти отделы будут поставлять информацию и обрабатывать ее, зависит фактически исход кризиса [6].

Наконец, люди, занятые непосредственно в производственном процессе. Они выполняют задачи, поставленные руководителем и отделами. Их деятельность контролируется менеджерами, которые доносят до них задачи и решения, принятые руководством. От этой категории персонала зависит общий ритм социально-экономической системы, качество производимых товаров и услуг и т.д. В условиях кризиса рабочий процесс производственных структур является довольно сложным, потому что в зависимости от вида и характера протекания управления может приниматься решение о снижении или увеличении темпов производства продукции, перепрофилировании и т. д., что требует определенной степени гибкости.

В своей сущности, кризисная ситуация для управления является своего рода «проверкой на прочность», поскольку именно в такой ситуации проявляется весь организационный потенциал и одновременно недостатки социально-экономической системы.

Активность и энергия руководителя в этот период – первый и важнейший фактор антикризисного управления персоналом. Встанут ли люди рядом со своими лидерами, проявят ли

лояльность и преданность бизнесу, сохранят ли они веру в успех – зависит от того, какой стиль управления будет выбран управляющей командой.

Отлично «работают» такие анти-кризисные технологии самоорганизации команды менеджеров:

- Наличие харизматического лидера (кризис-менеджера) во главе боевой команды руководителей компании. Это может быть собственник или генеральный директор по найму. Авторитет, влияние, полномочия лидера четко определены антикризисной политикой компании.

- Демонстрация руководителями непоколебимой уверенности в стабильности компании в период кризиса. Стремление и реальные действия, направленные на сохранение ключевых направлений бизнеса. Проведение оперативных и стратегических совещаний, «мозговые атаки», сбор предложений «снизу» от линейного персонала.

- Сокращение социальной дистанции с коллективом. Выступления и пресс-конференции руководителей в коллективе. Открытый разговор с людьми, призыв к сплочению [7].

Руководителям компаний следует вовлекать персонал в процесс выработки антикризисных мер реагирования. Это позволит решить сразу ряд проблем: сотрудники почувствуют свою причастность и, следовательно, ответственность за происходящее в компании, будут более благосклонно относиться к принятым решениям руководства, а также почувствуют стабильность и уверенность в завтрашнем дне. Руководство компании не должно давать сотрудникам заблаговременно смириться с возможной перспективой увольнения, поскольку заранее выработанный запасной план действий может снизить производительность труда в несколько раз [8].

Многие руководители и кадровые работники считают, что эффективное мотивирование – это грамотно построенная система оплаты труда. Однако сотрудники, мотивируемые только этим методом, часто говорят о зарплате как об экономии денежных средств на их труде. В свою очередь руководство выражает недовольство ленью своих подчиненных. «Снежный ком» взаимных упреков часто набирает критическую массу и разрушает структуру бизнес-процессов в организации. В основе этого замкнутого круга взаимных претензий лежит отсутствие прозрачной системы оценки своей профессиональной деятельности и деятельности других сотрудников компании. Решение этой проблемы – в выделении устойчивых критериев взаимной оценки в коллективе. Только после этого возможны любые другие формы нематериальной мотивации (начиная от благодарности и заканчивая повышением по должности).

Выбирая способы воздействия на подчиненных, руководитель решает какие конкретные меры будут восприниматься сотрудниками. Согласно соционике люди делятся на группы в соответствии с теми способами, которыми они предпочитают принимать и выдавать информацию. При этом известно, какие методы мотивации можно применять к каждому из типов. Это будет адресная мотивация, которая действительно нужна сотруднику, чтобы стимулировать его к эффективному выполнению той или иной работы [9].

Соционика вводит понятие «стимульные группы». Их всего четыре: «Престиж», «Уникальность», «Интерес», «Благосостояние».

1. Стимульная группа «Настрой на статус, престиж» – сотрудники ориентированы на повышение влияния, признание. Представители данной группы требуют почета и внимания к своей персоне. Мотивация для них – продвижение по служебной лестнице. Если в компании нет возможности для вертикального карьерного роста, то вполне приемлем вариант перемещения «по горизонтали». Например, из менеджера по работе с клиентами – в VIP-зону: менеджер по работе с VIP-клиентами. В основе стимуляции – повышение чувства собственной значимости.

2. Стимульная группа «Настрой на уникальность» – сотрудники ориентированы на реализацию новых необычных проектов. Сотрудники, входящие в данную группу, хорошо себя чувствуют там, где есть прогресс. Дайте им свободный график, новейшую технику для работы – и они сами будут себя стимулировать, делая все новые и новые открытия (естественно, за новые прогрессивные идеи и инновационные проекты нужно хорошо заплатить). Предоставьте им возможность повышения квалификации или получения дополнительного образования – они не захотят покидать свое рабочее место.

3. Стимульная группа «Настрой на личный интерес» – ориентированы на то, что необходимо лично им: в данный момент или для дальнейшего развития. Представителей данной группы важно убедить, что работа, которую предстоит выполнить, нужна не только фирме, но и им самим. Так же как и для Уникальных, им важна возможность повышения квалификации или получения дополнительного образования. Данная группа – вечные ученики. Для них истин-

ное наслаждение – глубоко изучить интересующий их вопрос, а также проконсультировать других по этому вопросу, подкрепляя тем самым собственную ценность. Кстати, за такие консультации клиенты компании, скорее всего, готовы платить немалые деньги.

4. Стимульная группа «Настрой на благосостояние» – ориентированы на удобство и комфорт. Такие сотрудники должны комфортно себя чувствовать на рабочем месте. И получать зарплату, соответствующую их физической и умственной активности, для того чтобы хорошо отдохнуть и восполнить силы. Все, что связано с повышением уровня комфорта на рабочем месте, будет рассматриваться сотрудниками как стимуляция к деятельности. Хорошей мотивацией также служит социальный пакет, направленный на улучшение здоровья [10].

В основном нематериальному поощрению работодатели не придают большого значения, ошибочно полагая, что лучше всего наградить добросовестного работника материально. Однако у человека всегда существует потребность в эмоциональном удовлетворении. Получая за свой труд нематериальное поощрение, работник старается оправдать проявленное к нему доверие, стремиться трудиться еще лучше и продуктивнее.

Литература:

1. Основы управления персоналом : учебник / Под ред. Розарёновой Т.В. М. : ГАСБУ, 20011. 328 с.
2. Бирюкава О.М. Антикризисное управление. ЭКСМО, 2010.
3. Самоукина Н.В. Эффективная мотивация персонала при минимальных финансовых затратах. М. : Вершина, 2010. 224 с.
4. Виханский О.С. Менеджмент : учебник. 5-е изд., стер. / О.С. Виханский, А.И. Наумов. М. : ИНФРА-М, 2014. 576 с.
5. Журнал «Социальная работа». Волгоград, 2010. Вып. 4.
6. Пособие для социальных работников. Москва, 2010
7. Журнал «Социальная работа». Волгоград, 2010. Вып. 2.
8. Басовский Л.Е. Менеджмент : учебное пособие. М. : ИНФРА-М, 2014. 256 с.
9. Ланкин В.Е. Менеджмент организации : учебное пособие. Таганрог : ТРТУ, 2009.
10. Трапицына С.Ю. Мотивация персонала в современной организации : учебное пособие. СПб. : ООО «Книжный Дом», 2012. 240 с.

МЕХАНИЗМ РЕАЛИЗАЦИИ СТРАТЕГИИ ИНВЕСТИЦИОННОГО РАЗВИТИЯ КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ

М.А. Демьяненко, студентка группы 14-ПБ-ТО1;
Е.М. Кобозева, доцент

Вклад инвестиций в экономику Краснодарского края становится наиболее актуальной проблемой на сегодняшний день. Для обеспечения более устойчивого социально-экономического развития и интеграции региона в мировое экономическое пространство, осуществляется комплекс мер по повышению роли государственных и муниципальных институтов. Так, 29 апреля 2008 года правительством Краснодарского края был принят закон «О стратегии социально-экономического развития на период до 2020 года» [1].

Целью стратегии развития Краснодарского края является реализация геостратегических, политических и социально-экономических приоритетов РФ на юге страны, а так же обеспечение кардинального улучшения уровня качества жизни населения края на основе создания потенциала который должен опережать развитие.

Стратегия ориентирована на максимальное развитие межрегионального сотрудничества в первую очередь с основными регионами-соседями (Ростовская область, Ставропольский край и Республика Адыгея), в частности: взаимные поставки продуктов и услуг, кооперация в сферах промышленного производства, транспорта, строительства, научно-технической и инновационной дея-

тельности, сотрудничество в АПК, в сфере образования и подготовки специалистов, в спортивной и туристской деятельности, реализация инвестиционных проектов, имеющих важное межрегиональное значение, решение общих проблем социально-экономического развития [2].

При осуществлении стратегического и инвестиционного развития Краснодарского края, определены следующие стратегические направления, которые отражают формы инвестирования на этапах перспективного периода, так же определены отраслевой и региональной направленности инвестиционной деятельности. К ним относятся:

1. Улучшения уровня качества и продолжительности жизни. По средствам развитие человеческого потенциала на основе повышения эффективности здравоохранения, образования и жилищного строительства.

2. Повышение конкурентно способности края, при помощи обеспечения высоких темпов устойчивого экономического роста.

3. Создание потенциала будущего развития края для выполнения функции «опорного региона», так же осуществлении целей федерального правительства на основе взаимовыгодного межрегионального и международного сотрудничества.

4. Повышение эффективности государственного регулирования социально-экономических процессов в крае на основе создания систем стратегического управления, пространственного и территориального планирования.

Главной целью стратегии инвестиционного развития Краснодарского края, является:

1. Достижение высокого социально-экономического развития региона.

2. Улучшение уровня жизни населения при обеспечении экономического подъема за счет привлечения иностранных инвестиций в экономику региона.

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

– формирование инвестиционной системы и инвестиционной инфраструктуры, обеспечивающих доходность всех видов экономической деятельности региона;

– достижение конкурентоспособных параметров производства продукции, работ, услуг региона;

– выход продукции, работ, услуг региона на мировой рынок.

Реализация стратегии инвестиционного развития Краснодарского края осуществляется по четырем направлениям:

– увеличение объемов и темпов производства товаров и услуг, создание новых рабочих мест, повышение качества и уровня жизни населения;

– инвестиции в объекты недвижимости с целью внедрения новых энергосберегающих технологий и модернизации инженерной инфраструктуры;

– инвестиции в социальную инфраструктуру, транспортную отрасль, рекреационно-туристский комплекс;

– инвестиции, направленные на благоустройство [3].

За период начала реализации стратегии (2008–2014 годы) наблюдается динамичное развитие региона и сохранение устойчивых позиций края в экономическом пространстве России. Рост экономики обеспечил новые рабочие места, повышение уровня жизни населения Кубани, один из самых низких в стране уровень безработицы. Об устойчивости социально-экономического развития региона свидетельствует положительная динамика роста численности населения и среднедушевых доходов населения.

Таким образом, реализация стратегии инвестиционного развития Краснодарского края позволит повысить инвестиционную привлекательность региона и улучшить уровень жизни населения.

Литература:

1. Закон Краснодарского края от 29 апреля 2008 г. № 1465-КЗ «О Стратегии социально-экономического развития Краснодарского края до 2020 года».

2. Кобозева Е.М. Стратегии территориального маркетинга в контексте устойчивого развития; Устойчивое развитие муниципальных образований в политике децентрализации власти в Российской Федерации: стратегия, проблемы и перспективы // Материалы Всероссийской научно-практической конференции. 2012. С. 60–63.

3. Коломыц О.Н. К вопросу об управлении инвестиционным потенциалом региона в современных условиях / О.Н. Коломыц, Д.В. Урманов // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2015. № 9 (131). С. 21–23.

МЕЖЛИЧНОСТНЫЕ АСПЕКТЫ УПРАВЛЕНИЯ ВЗАИМООТНОШЕНИЯМИ ПРЕПОДАВАТЕЛЯ И СТУДЕНТОВ В ВУЗЕ

А.В. Депутович, студентка группы 14-ЭБ-МН2;
М.Ф. Шутилова, студентка 2 курса ФУП КубГУ;
Ф.В. Шутилов, доцент

Фактор межличностного общения между студентом и преподавателем играет немаловажную роль, т.к. помимо актуальности проблемы отношений вообще в современных условиях он влияет как на социальное формирование личности студента, его развитие, так и на успеваемость студента. Возможны различные формы организации учебного процесса, так организация учебно-воспитательного процесса в форме диалога становится особенно значимой, когда преподаватель являясь личностью сам, формирует личность студента, его мировоззрение, что является гарантией его непрерывного культурного роста, развития жизненных, ценностных ориентаций.

Вместе с тем, в практической деятельности преподавателя, несмотря на многие позитивные изменения в образовательном процессе в последние годы, преобладает традиционный подход к организации учебно-воспитательного процесса. Психолого-педагогические механизмы не ориентируются на систему личностных ценностей и потребностей студентов, которые составляют их внутреннее достояние. Для преподавателей построение отношений является лишь средством передачи предметных знаний, а не средством формирования нравственных, интеллектуальных способностей студентов. Именно поэтому образование не стимулирует у студентов развитие рефлексивных способностей и не формирует процесс становления личности.

Проблему формирования отношений «преподаватель-студент» следует рассматривать как важнейшую нравственную проблему в педагогике. Если рассматривать формирование нравственных отношений с методологических позиций, то более всего подходит диалоговая форма взаимодействия в процессе обучения, которая включает этический, сенсорный, интеллектуальный, прагматический компоненты. Если рассматривать технологию формирования нравственных отношений, построенных на принципе диалогичности, то она должна обеспечивать непрерывное развитие студентов на основе ответственности, активности, равноправия; иметь мониторинговое и методическое сопровождение, позволяющее осуществлять аналитическую, проектировочную, результативную функции [4, 223].

Этические отношения между преподавателем и студентом могут сложиться при одном важнейшем условии – педагог должен сам обладать гуманистическим мировоззрением и более того «внутренней» культурой и культурой поведения. Культура взаимоотношений между преподавателем и студентом, строящаяся на этических принципах, не предполагает наличия сложных конфликтных ситуаций. Но в жизни они случаются. Оценка студентом своих взаимоотношений с преподавателями как конфликтных может иметь несколько причин. Во-первых, иногда единичные негативные эмоции обобщаются и переносятся на все отношения с преподавателями. После разрешения подобного конфликта оценка взаимоотношений может измениться. Во-вторых, студенты, заявляющие о конфликте с преподавателем, сегодня активно стремятся защищать свои права, отстаивать свое достоинство. Но эти конфликты выполняют важную диагностическую функцию, позволяя увидеть неблагополучие в организации обучения и воспитания [8, 1489].

Избегать большинства конфликтных ситуаций при взаимодействии со студентами можно, с помощью умело подобранного стиля общения. Педагогическое общение – это взаимодействие преподавателя со студентами в учебном процессе, направленное на создание благоприятного психологического климата, способствующего более полному развитию личности [2, 122]. Для повышения эффективности взаимодействия желательна предварительная оценка темперамента и других характеристик личности [5, 74], а также усилия по развитию воли студентов со стороны преподавателя [3, 197]. Функциями педагогического общения в этом случае являются познание, обмен информацией, организация деятельности, обмен ролями, сопереживание, самоутверждение.

Важной характеристикой профессионально-педагогического общения является стиль. Стиль – это индивидуально-типологические особенности взаимодействия педагога и учащихся. Он учитывает особенности коммуникативных возможностей учителя, уровень взаимоотношений педагога и воспитанников, творческую индивидуальность педагога, особенности ученического коллектива.

И авторитарный, и попустительский стиль общения педагогов имеют одну общую характеристику – они формируют отдаленные отношения между педагогом и учащимися, хотя в остальном они диаметрально противоположны. Гуманистические подходы в обучении, при всем разнообразии форм и методов, основываются в большей или меньшей мере на доверии к личности студента, которая способна к саморазвитию и самосовершенствованию.

Отметим, что инновационный подход к современному обучению трактуется увеличение степени свободы обучающегося, давая в определенных пределах возможность выбора чему и как учиться, актуальной становится проблема самоменеджмента [7, 61]. Важной проблемой здесь является то, насколько педагог, как носитель определенных личностных качеств, способен обеспечить «свободу траектории обучения» студента, создать атмосферу внимательного и поддерживающего отношения к своему ученику, готов ли он к диалогу в общении и созданию именно такой своей профессиональной роли.

Современная организация – это производитель не столько товаров или услуг, сколько знаний. Это означает, что работники занимаются производством знаний, организации становятся обучающимися, инновации становятся источником вновь созданной стоимости. Интеллектуальный капитал в большей мере, чем физические активы или финансовый капитал, становится устойчивым конкурентным преимуществом [1,21]. По завершении процесса обучения специалисты в практической деятельности сталкиваются с вопросами коммуникации, предоставления информации, разработки готового к использованию контента и создания культуры обмена знаниями. И эти вопросы решаются двумя путями: созданием технологических платформ и непосредственной работой с людьми [6, 856]. Основу будущих отношений между людьми и призваны заложить отношения между студентом и преподавателем, которые исключительно важны для формирования личности специалиста.

Литература:

1. Белова Е.О. Интеллектуальный капитал как стратегический фактор развития организаций // Научно-методический электронный журнал Концепт. 2016. № S6. С. 19–24.
2. Бодалев А.А. Психология общения. М. : Воронеж : Изд-во «Институт практической психологии», 1996. 256 с.
3. Шутилова М.Ф. Влияние волевых характеристик личности на принятие управленческих решений / М.Ф. Шутилова, М.А. Шутилова, Е.Н. Гусарова, Ф.В. Шутилов // В сборнике: Сборник научных статей факультета экономики, управления и бизнеса ФГБОУ ВПО «КубГУ». Краснодар, 2015. С. 195–197.
4. Здоровье населения – основа процветания России // Материалы IV Всероссийской научно-практической конференции с международным участием, 26–27 апреля 2011 года. Анапа: Филиал РГСУ в г. Анапе, 2011. 438 с.
5. Шутилова М.А. Особенности изучения темперамента личности посредством опросников Айзенка и Русалова / М.А. Шутилова, Ф.В. Шутилов, Н.С. Молошникова // В сборнике: Проблемы функционирования современного государства: право, политика, экономика, образование Сборник научных докладов международной научно-практической конференции. 2015. С. 68–75.
6. Белова Е.О. Роль управления знаниями в организации // Экономика и предпринимательство. 2015. № 12–1 (65–1). С. 855–858.
7. Прохорова В.В. Самоменеджмент руководителя при формировании стиля управления / В.В. Прохорова, Ю.С. Платонова // Научно-методический электронный журнал Концепт. 2016. № S6. С. 60–67
8. Сырова Н.В. Проблемы формирования культуры взаимоотношений педагогов и студентов в вузе / Н.В. Сырова, О.В. Серова // Молодой ученый. 2015. № 11. С. 1486–1490.

ИНСТРУМЕНТЫ МОДЕЛИРОВАНИЯ ИННОВАЦИОННЫХ РЕГИОНАЛЬНЫХ КЛАСТЕРОВ

А.А. Зайц, аспирантка;

Ф.В. Шутилов, доцент

Инновационная деятельность плотно связана с особым видом кластеров – инновационными региональными кластерами, в которые входят предприятия инновационной инфраструктуры такие как научные и образовательные учреждения, различные специализированные организации, предоставляющие услуги участникам кластера. Во время СССР с использованием подобных социальных инструментов формировались и развивались академические городки – это комплекс научных институтов Академии наук, жилых домов и культурно-бытовых учреждений для исследователей, объединенные общими программами, нацеленными на формирование научно-технологического первенства страны в определенных направлениях.

В процессе изучения истории научных сообществ, их взаимодействия с предприятиями и организациями, можно прийти к выводу о том, что инновационный кластер – это не только агломерация организаций, но и социальный объект, предмет активной государственной политики и проактивного социального управления. Инновационный кластер представляется как совокупность процессов развития социального капитала, социализации, идентификации индивидов и их сотрудничества с научными и инновационными сообществами региона. Согласно этому, объединение организаций и сообществ в кластер можно рассматривать в качестве процесса формирования доверия и коллективного действия общественных групп, профессиональных ассоциаций, стремящихся улучшить жизнь своих регионов. Поэтому понимание инструментов развития территориальных кластеров предоставляет исследователям широкие возможности по реализации успешной промышленной политики, формируя по истине ценные представления о том, как сделать российскую экономику эффективной и востребованной на мировом рынке. Для этого следует оснастить управленцев представлениями и инструментами реализации кластерных политик и кластерных инициатив, сформировать эффективную стратегию коллективного действия, направленную на развитие территориальных кластеров.

Первый инструмент определения рыночных предложений кластера, в первую очередь предназначенных для рынков, находящихся вне региона его базирования – форсайт (от англ. *foresight* – предвидение). Инструменты такого рода связаны с «революционными» технологиями, коллективно продвигаемыми участниками кластера.

Организационно форсайт кластера предстает как непрерывный процесс работы с экспертным сообществом:

- по выявлению и коррекции приоритетных направлений технологического развития в целом;
- выбору рынков и «портфелей» базовых технологий кластера;
- увязке приоритетов развития кластера с прогнозами и стратегиями научно-технического развития страны.

Основываясь на понимании направлений технологического развития определяется стратегия формирования инновационной инфраструктуры кластера, а также меры поддержки и стимулирования инновационных технологий, генерируемых его предприятиями.

Форсайт применяется:

- при стратегическом и технологическом планировании развития кластера;
- определении приоритетов работы инфраструктурных и специализированных организаций кластера;
- формировании предложений по изменению программы развития кластера.

Под термином «форсайт» подразумевается совокупность методов, применяемых для оценок перспектив развития общества, науки и технологий силами экспертных сообществ. Эти оценки необходимы для определения инвестиционных решений, политики государства в области инноваций, разработки стратегии компаний.

Главное отличие форсайта от традиционного прогнозирования состоит, прежде всего, в его проактивности: будущее видится не как набор экстраполяций прошлых трендов, а как ре-

зультат еще не проявленных тенденций, анализируемых через понимание возможностей по их активному внедрению командами проектов.

К наиболее главным методам форсайта относят:

- Метод Дельфи;
- Разработка сценариев развития технологических областей;
- Обнаружение критических технологий как для страны, так и для регионов.

В результате использования метода форсайт может проявиться не только ряд приоритетных направлений развития кластера и его важных технологий, но и так называемая «дорожная карта», которая предоставляет переход от текущего состояния технологий кластера к будущему.

«Дорожная карта» имеет отличия от классического плана работ, она может описывать возможные «развилки», пути, точки принятия решений в ситуациях неопределенности, а также в конфликтах интересов управленцев, появляющихся во время движения к цели. Данная карта визуализирует текущие, промежуточные и завершающие цели системы, а также «пути» следования к достижениям целей для разных участников процесса, а также способы реализации «путей».

Второй инструмент: бизнес-моделирование цепочки ценностей кластера. Цепочка ценности описывает алгоритм видов деятельности и взаимосвязь функций его организаций и предприятий. С одной стороны, модулирует очередность выполнения функций участниками кластера, а с другой, – распределение последних по функциональным видам деятельности, возможно сформировать маркетинговые, производственные, а также инфраструктурные решения, реализуемые программой развития регионального кластера.

Структуру данного инструмента можно анализировать:

- при формировании программы развития кластера;
- разработке программы поддержки организаций кластера;
- подготовке «дорожных карт» развития социальной, транспортной, а также энергетической инфраструктуры инновационного регионального кластера.

В цепочку ценностей кластера могут быть включены некоммерческие и государственные организации и предприятия, а также социальные сообщества и группы, поскольку современные исследователи предпочитают включать в цепочки ценности не только полные циклы производства товаров и услуг, но и стадии вторичного переработки продукции, утилизации, а также обучения специалистов, научной деятельности.

Цепочка ценности стагнирует, а иногда и заканчивает существование при дисбалансе между инвестиционной активностью, потреблением и производством.

В начале XX в. были прекращены цепочки ценности, относящиеся к развитию такого транспорта как – коневодство, производство кормов, ветеринария, так как были замещены на цепочки ценности автомобильной промышленности. Поэтому цепочки ценности могут значительно видоизменить «революционные» технологии, вытесняющие традиционные способы производства.

С точки зрения Майкла Портера, цепочка ценности не сдерживается рамками одной отрасли и организует межотраслевое взаимодействие.

Инновационные региональные кластеры оказывают существенное влияние на повышение производительности цепочки ценности и в целом на развитие региона. К тому же наличие функциональных связей между организациями и предприятиями во всей цепочке ценностей не является убедительным для того, чтобы вести речь только о кластере, поскольку функционируют различные виды и формы межорганизационного взаимодействия в цепочках ценности.

Поэтому очень важно отличать кластер от таких форм организаций как:

- территориальной агломерации;
- промышленного региона (района);
- холдинга организаций и предприятий;
- территориально-производственного комплекса;
- инновационного региона;
- профессиональной ассоциации.

Анализ цепочки ценности может быть полезен для определения стратегии межорганизационной кооперации участников кластера. Необходимо оценить их количество и масштаб (будет ли это малый, средний или крупный бизнес), а также долю малого бизнеса для каждого звена такой цепочки.

Литература:

1. Тарасенко В. Территориальные кластеры: Семь инструментов управления, 2015.
2. Прохорова В.В. Потенциал производственных кластеров в развитии территории // Бизнес в законе: экономико-юридический журнал. 2010. № 3. С. 326–328.
3. Шутилов Ф.В. Территориальное развитие экономических систем на основе кластерного подхода / Ф.В. Шутилов, В.В. Прохорова. 2012. С. 128.

ОЦЕНКА СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНА РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ

С.Е. Тесленко, студент группы 15-ЭБ-МН1;
О.Н. Коломыц, доцент

В условиях жесткой конкурентной борьбы и быстро меняющейся ситуации фирмы должны не только концентрировать внимание на внутреннем состоянии дел, но и выработать долгосрочную стратегию поведения, которая позволяла бы им поспевать за изменениями, происходящими в их окружении.

Когда перед руководителем организации стоит выбор стратегии развития его предприятия, важным остается изучение альтернативных направлений развития организации, их оценка и выбор лучшей стратегии для дальнейшей реализации. При этом используется определенный набор инструментов, включающий в себя количественные методы прогнозирования, разработку сценариев будущего развития, портфельный анализ [3].

Таблица 1 – Методы анализа стратегических позиций предприятия

Методы анализа	Характеристика методов
1	2
SWOT анализ	На основе анализа внутренней и внешней среды, выявления ключевых факторов успеха, социальных аспектов строится четырёхклеточная матрица деятельности предприятия. Полученные данные позволяют сформировать стратегию предприятия, которая закладывается в планы, исполняется, результаты подвергаются очередному этапу анализа.
Матрица БКГ	Определяются позиции предприятия на рынке по сравнению с ведущей фирмой в данном сегменте рынка, все направления деятельности разбиваются на четыре группы. В их отношении вырабатываются соответствующие стратегии. Нарботаны типовые рекомендации, суть которых сводится к поддержке перспективных, ликвидации безнадёжных направлений деятельности.
Матрица Мак-Кинси	Эта методика предусматривает использование формализованных показателей привлекательности рынка и конкурентного статуса. В исходных данных используются экспертные оценки прогнозные показатели.
Анализ цепочки создания стоимости и конкурентный анализ по Портеру	Исследуются факторы, обуславливающие возможности и силы предприятия, оценивается их соотношение. По материалам анализа вырабатывается оптимальная стратегия. Конкретных рекомендаций методика не даёт, ограничивается анализом.
Методика анализа ситуации по слабым сигналам	Даёт рекомендации по установке контрольных точек, определяет или устанавливает уровни нестабильности, осведомлённости. Предусматриваются варианты реакции на сигналы.
Оценка рисков и управление ими	Проводится качественный и количественный анализ рисков. При качественном анализе выявляются факторы, зоны опасности, виды рисков. Количественный анализ использует методы аналогий, Монте-Карло, экспертные, анализа чувствительности (что..., если...), сценариев.

1	2
Анализ полей бизнеса	Это исследование воздействия рыночных стратегий на прибыль для данного предприятия или для отдельных полей бизнеса, или видов деятельности на базе информации о более чем 2000 предприятий, содержащейся в базах данных специализированных фирм. Учитывается взаимовлияние специфической внешней среды данного вида бизнеса и внутренней ситуации на предприятии. В качестве обобщающих показателей используются ROI и денежные потоки – Cash – balance.
Бенчмаркинг	Проводится совокупная оценка свойств продукции, связанных с ней услуг, а также процессов на самом предприятии. Целью анализа является выявление лучшего в отрасли или на данном поле бизнеса продукта или предприятия, выявление и оценка уровня собственного отставания или опережения. На основании анализа вырабатываются меры по устранению отставания или закреплению успехов.

В процессе реализации стратегии каждый уровень руководства решает свои задачи и осуществляет закрепленные за ним функции. Решающая роль принадлежит высшему руководству. Его деятельность на стадии реализации стратегии может быть представлена в виде пяти последовательных этапов [2].

Первый этап: углубленное изучение состояния среды, целей и разработанных стратегий.

Второй этап: разработка комплекса решений по эффективному использованию имеющихся у предприятия ресурсов.

На третьем этапе высшее руководство принимает решения о внесении изменений в действующую организационную структуру.

Четвертый этап состоит в проведении тех необходимых изменений на предприятии, без которых невозможно приступить к реализации стратегии.

На пятом этапе производится корректировка стратегического плана в том случае, наблюдается отклонение запланированного эталона от реального состояния. Результаты реализации стратегии оцениваются, после чего осуществляется контроль деятельности организации, в ходе которого может происходить корректировка предыдущих этапов [1].

Таким образом, можно заключить, что в современных условиях экономической нестабильности и жесткой рыночной конкуренции на плечи руководителя возлагается огромный груз ответственности за стратегическое развитие предприятия. Ведь именно от того, насколько грамотно была составлена и успешно реализована стратегия развития организации, будет зависеть будущее компании. Организация взаимодействует с внешней окружающей средой, и основная задача менеджера заключается в том, чтобы обеспечить баланс между организацией и внешней средой путем создания продукции за счет внутреннего потенциала фирмы и его обмена во внешнем окружении на необходимые ресурсы для обеспечения жизнедеятельности организации. Также, необходима внутренняя, всесторонняя оценка, проводимая путем анализа таких факторов как: маркетинг, исследования и разработки, управленческая информационная система, управленческая команда, технологические операции, финансы, человеческие ресурсы, позволяющая определить по отношению к материальным и нематериальным ресурсам компании и основным заинтересованным группам.

Литература:

1. Демьянченко Б.А. Системный подход в стратегическом менеджменте / Б.А Демьянченко., О.Н. Коломыц // Кластерные инициативы в формировании прогрессивной структуры национальной экономики. 2016. С. 103–105.

2. Кобозева Е.М. Стратегии территориального маркетинга в контексте устойчивого развития; Устойчивое развитие муниципальных образований в политике децентрализации власти в Российской Федерации: стратегия, проблемы и перспективы // Материалы Всероссийской научно-практической конференции. 2012. С. 60–63.

3. Прохорова В.В. Современные проблемы менеджмента : учебно-методическое пособие. Курск, 2016.

РАЗВИТИЕ РЫНКА ЭЛЕКТРОМОБИЛЕЙ В РОССИИ

Д.Ю. Чадаев, студент группы 13-ЭБ-МН5;

Е.О. Белова, доцент

В данной статье будет затронута тема развития рынка электромобилей в России. Как нам известно, популяризация электромобилей растет в различных странах и большая часть из них наладила производство. В рамках рыночной системы хозяйства каждый экономический субъект обладает определенной свободой, которая относительна и ограничена. Каждый субъект имеет возможность для импровизации, перебора вариантов, но все это он осуществляет в определенных пределах, а главное, во взаимосвязях. Чтобы сделать сильный ход, конкурент должен либо отыскать свободную нишу, либо освободить ее для себя [1, 85].

Рассмотрим текущее положение рынка авто России. На данный момент, в ходу автомобили на ДВС (двигатели внутреннего сгорания), а количество электромобилей по сравнению с авто на ДВС незначительно. По последним данным Госавтоинспекции в России зарегистрировано порядка 44,2 млн легковых автомобилей, 2,2 млн мотоциклов, 6,2 млн фур, 890 тысяч автобусов и порядка 3 млн. прицепов и полуприцепов. Таким образом, 53 млн авто, было зарегистрировано на 2016 г. По данным ГИБДД, что прирост автомобилей за последние 10 лет, составил 65 %. И это число растет с каждым годом на 1,5 % [2].

На начало 2016 г., на всей территории России было зарегистрировано всего 650 электромобилей шести моделей, а именно: 36,6 %, или 237 единиц авто – японский ситикар Mitsubishi i-MiEV, продаваемый в России с 2011 г. Второе место занимает премиальный хэтчбек Tesla Model S (23,5 %, или 152 автомобиля). Немного отстает от него Nissan Leaf (145 единиц). Далее идут электрокар от «АвтоВАЗа» Lada El Lada (91 автомобиль), Kenault Twizy (14 авто) и BMW i3 (8 машин).

Как мы можем заметить, электромобили в России не пользуются особой популярностью. Это обусловлено следующими факторами.

Бюджетная цена такого автомобиля будет достигать отметки в 1 миллион рублей. Не каждый может себе позволить приобрести такой автомобиль. Эту проблему может частично решить массовое производство. Что же касается авто на ДВС, то бюджетный и приятный автомобиль можно приобрести от 400 тыс. рублей. Разница более чем в 2 раза.

Так же, малый запас хода, потому что электромобиль необходимо постоянно заряжать. Но, для перемещения работа – дом – супермаркет, это просто идеальное решение. На данный момент, полного заряда аккумулятора хватает порядка на +/- 250 километров. Это не столь много. Так же имеются аккумуляторы различных емкостей, заряда которых может хватать вплоть до 500 км. Авто же на ДВС можно заправить на любой АЗС.

Продолжительность зарядки специальной зарядкой составляет порядка получаса, а в домашних условиях, от обычной розетки – 5–6 часов.

Многих отталкивает тот факт, что в более мелких городах, специальных устройств – для электромобилей вовсе нет, и не будет, так как такого роста популярности не наблюдается. Но на данный момент премьер министр Дмитрий Медведев подписал постановление, исходя из которого, все АЗС будут оснащены специальными зарядными устройствами для электромобилей, до 1 ноября 2016 года. Также действует Всероссийская программа развития инфраструктуры для электротранспорта. Таким образом, число потенциальных покупателей электромобилей вырастет.

Рассмотрим преимущества электромобилей. Во-первых, низкая стоимость эксплуатации. При одинаковой дистанции, затраты на топливо куда выше, чем на электроэнергию. Рассчитаем среднегодовую сумму затрат на заправку автомобилей. В среднем, электромобили расходуют порядка 31 кВт-ч на каждые 155 км, за 1 км пробега машины, потребление энергии составит 0,2 кВт-ч. В среднем, Российский автомобилист проезжает порядка 20 000 км в год, что равняется 55 км в день. Средняя стоимость 1 кВт-ч составляет 3,5 рубля. Отсюда следует, что на среднестатистическую поездку, владелец электромобиля будет тратить 38,5 рубля в день, на его подзарядку. Что выходит в 14 052,5 рубля в год. Для сравнения, при тех же 20 000 км, владелец авто на ДВС тратит порядка 60 000 рублей. Разница – очевидна.

Экологичность. Электромобиль не загрязняет окружающую среду выбросами и шумом.

Простота его конструкции. В нем отсутствует большая часть элементов, которые необходимы автомобилю с ДВС, таким образом, электромобиль куда более надежен и прост в обслуживании.

Безопасность. Электромобиль более прост и удобнее в управлении, а так же, отсутствует вероятность возгорания [3].

Утверждение о том, что Россия стоит перед необходимостью комплексной модернизации в направлении устойчивого развития, все чаще находит поддержку в высказываниях отечественных ученых [4, 209]. Для развития рынка электромобилей в России необходимо:

- обеспечение единой политики в части зарядной инфраструктуры различных проектов и инициатив;

- внедрение (гармонизация, разработка и внедрение) единых стандартов, технических регламентов зарядки для различных видов (сегментов) электротранспорта;

- разработка и внедрение единой модели создания, коммерческого и технологического управления зарядной инфраструктурой, модели оказания услуг по зарядке для различных видов (сегментов) электротранспорта;

- разработка единых правил технического присоединения объектов зарядной инфраструктуры к электрическим сетям и способов их удаленного технологического управления с целью интеграции в активно-адаптивную электрическую сеть (smart grid);

- системная работа по подготовке поправок и предложений по внесению изменений в существующее законодательство, разработка предложений (в случае необходимости) по введению новых законодательных актов для стимулирования развития электротранспорта в части создания и эксплуатации зарядной инфраструктуры [5, 277].

Подводя итоги, можно сказать, что Россия еще не готова к резкому отказу от автомобилей на ДВС и отдать свое предпочтение электромобилям. Слаборазвитая инфраструктура, дорогая стоимость, нехватка генерирующих мощностей и мировой финансовый кризис сказываются на массовом использовании данных авто. Но в то же время, они более чем конкурентоспособны и с каждым годом количество электрических авто будет увеличиваться. Правительство России так же не стоит на месте и уже запущено производство данных авто, помимо внедрения специальных зарядных устройств.

Литература:

1. Белова Е.О. Современные аспекты организационно-управленческого совершенствования // Дискуссия теоретиков и практиков. 2010. № 1. С. 85–89.

2. Качество предоставления государственных услуг населению по линии Госавтоинспекции постоянно совершенствуется // Gibdd. 2016. URL: <http://www.gibdd.ru/news/federal/2158595/>

3. Новицкий И.В. Будущее в настоящем: Россия развивает производство электромобилей // Politrussia. 2016. URL: <http://politrussia.com/ekonomika/elektromobili-budushchee-v-398/>

4. Прохорова В.В. Модернизация производственной сферы как условие устойчивого развития экономики региона / В.В. Прохорова, Р.Ю. Магомадов, И.В. Таранова // Научные труды Кубанского государственного технологического университета. 2015. № 14. С. 209–215.

5. Шутилов Ф.В. Стратегическое управление и государственная поддержка развития промышленных кластеров // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 5: Экономика. 2013. № 4 (131). С. 275–280.

**ЭКОНОМИКА
И ФИНАНСОВЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ**

РАЗВИТИЕ РИСК-МЕНЕДЖМЕНТА В РОССИИ

С.Ю. Артёменко, студентка группы 13-ЭБ-ЭК9

Риск-менеджмент – процесс принятия управленческих решений, направленных на снижение вероятности возникновения неблагоприятного результата и минимизацию возможных потерь проекта, вызванных его реализацией. Риск-менеджмент представляет собой систему анализа, оценки и управления риском и является центральной частью стратегического менеджмента управления организацией.

Опыт крупных европейских компаний показывает, что повышение эффективности управления невозможно без активного использования риск-менеджмента как составной части системы управления компанией. Система риск-менеджмента (система управления рисками) направлена на достижение необходимого баланса между получением прибыли и сокращением убытков предпринимательской деятельности. Она должна быть интегрирована в общую политику компании, ее бизнес-планы и деятельность [2].

В 2009 году организацией ISO (International Organization for Standardization – Международная Организация по Стандартизации) был подготовлен стандарт ISO 31000 по управлению рисками.

Данный стандарт признает, что процесс управления риском не существует сам по себе, а является составным элементом управления в организации и должен подстраиваться по действующие в организации бизнес-процессы. Также устанавливаются принципы, при выполнении которых организация процесса управления рисками становится более эффективным. В нем отражены рекомендации по развитию, внедрению и улучшению системы, целью которой является интеграция процесса по управлению рисками с руководством, стратегией и планированием, управлением, процессами отчетности, политикой, ценностями и культурой.

Представленные в стандарте подходы по организации процесса управления рисками носят общий внеотраслевой характер. Применение данных подходов на национальном и корпоративном уровнях стандартизации в России, в том числе и в рамках построения корпоративных систем управления риском позволит:

- а) проводить оценку применяемых компанией подходов к организации управления рисками как экспертам в самой организации, так внешним стейкхолдерам;
- б) повысить эффективность процесса передачи функций по проектированию и внедрению корпоративных систем риск-менеджмента на аутсорсинг (в случае, если компания планирует прибегнуть к подобным услугам), вследствие появления возможности переложения на единую терминологическую базу рекомендации по построению отдельных элементов единой системы, поступающих от различных третьих организаций;
- в) осуществлять обмен опытом в области риск-менеджмента в практической и теоретической плоскостях (в том числе на национальном и международном уровнях) [1].

Основные мировые технологии управления риском рассчитаны на управление классическими параметрами деятельности предприятия (прибыльность, капитализация и т.д.). Когда они были «перенесены» на российскую почву, то «прижились» крайне сложно. Их применение крайне затрудняется в условиях применения «серых» схем, фиктивных сделок, налоговой оптимизации, коррупции при отсутствии четкой системы внутрифирменного управленческого учета, очищенной от искажений официальной бухгалтерской отчетности.

Яркой особенностью российского риск-менеджмента является его упрощение и сведение исключительно к страхованию, а также декларативность (что обуславливает его несистемность и эпизодичность применения. Отсутствие комплексности является главным препятствием на пути преобразования отдельных мер по снижению рисков в риск-менеджменте.

Развитие риск-менеджмента в России тормозит отсутствие высококвалифицированных специалистов. Риск-менеджер должен разбираться в самых различных процессах: в экономических и политических условиях деятельности предприятия, в его технических и технологических процессах, в финансовой политике и т.д., обладая при этом достаточными математическими знаниями для оценки и моделирования этих рисков.

Из вышесказанного можно сделать вывод о том, что важными факторами низкого уровня управления рисками в России являются применение мировых технологий без учета специ-

фики деятельности конкретных компаний, общий низкий уровень культуры риск-менеджмента и отсутствие подготовленных кадров в этой области. К сожалению, сложившееся положение дел приводит к несерьезному отношению к риск-менеджменту, к восприятию технологий управления рисками как к чему-то надуманному и неэффективному.[3]

В заключение к вышесказанному, можно отметить, что мировые тенденции к увеличению рискованности экономической деятельности и необходимости устойчивого и эффективного развития в складывающихся условиях должны будут повлиять на преодоление существующих проблем отечественного риск-менеджмента и его широкое внедрение не только в крупных, но и в средних и малых предприятиях.

Литература:

1. Рубан Л.С. Финансовая отчетность в условиях инфляции / Л.С. Рубан, Н.В. Седых // Современные тенденции в образовании и науке. 2013. С. 130–132.

2. Шолохова М.В. Риск-менеджмент как один из методов повышения конкурентоспособности предприятия / М.В. Шолохова, М.М. Вирин // Современные проблемы науки и образования: электронный научный журнал. 2013. № 3. С. 8.

3. Седых Н.В. Обеспечение эффективности развития предприятий сахарной промышленности в условиях рыночной интеграции // диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук «КубГУ». Краснодар, 2009.

БЕЗРАБОТИЦА КАК ОДНА ИЗ ГЛОБАЛЬНЫХ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ ПРОБЛЕМ РОССИИ

Э.В. Ваниева, студентка группы 12-ЭБ-ЭК7;

А.В. Чепина;

Л.И. Великанова

Статья посвящена анализу одной из главных социально-экономических проблем России – безработицы, характерной не только для российской действительности. Представлены тенденции в развитии безработицы в РФ в настоящее время, рассматриваются эффективные способы обеспечения работой трудоспособного населения в зарубежных странах, проанализированы возможности преодоления безработицы и обеспечения занятости в России.

В настоящее время безработица становится неотъемлемым элементом жизни России, оказывающим существенное влияние не только на социально-экономическую, но и на политическую ситуацию в стране, в чем и заключается актуальность данной темы.

Одной из основных черт рыночной экономики выступает конкуренция, которая распространяется на различные сферы, так же и на рынок труда. Следствием конкуренции и ограниченности рабочих мест является безработица, которая выступает как неизбежное явление общественной жизни.

Показатель безработицы является одним из ключевых показателей для определения общего состояния экономики, уровня жизни населения, для оценки эффективности экономической деятельности государства.

В рыночной экономике действует тенденция к экономической нестабильности, которая выражается в ее циклическом развитии, безработице, инфляционном росте цен.

Безработица представляет собой макроэкономическую проблему, оказывающую наиболее прямое и сильное воздействие на каждого человека. Потеря работы для большинства людей означает снижение жизненного уровня и носит серьезную психологическую травму. Поэтому неудивительно, что проблема безработицы часто является предметом политических дискуссий. Многие политики для оценки состояния экономики или успешности экономической политики используют так называемый «индекс нищеты», представляющий собой сумму уровней безработицы и инфляции [1, с. 154].

Безработица в России на протяжении последних лет имеет тенденции к снижению. На начало 2011 года она составляла 7,8 %, в настоящее время – около 5,4 %. С начала осени 2014 года и

до начала 2015 года наблюдался рост безработицы ввиду сокращений персонала. В начале 2014 года безработица держалась на том же уровне, что в последние месяцы 2013 года. В первой половине 2014 года наблюдалось плавное снижение уровня безработицы и заметное повышение уровня с середины лета до конца 2014 года. Уровень безработицы, наконец, 2014 года по данным Федеральной службы государственной статистики составлял 5,3 %.

Самая низкая безработица на настоящий момент в Москве – менее 1 %, самая высокая в Ингушетии – более 40 % [2].

По прогнозу при сохранении сложившихся в экономике трендов, влияния санкций стран Европейского союза, консервативной инвестиционной политике частных компаний, снижении государственного спроса, реализации ряда крупных инвестиционных проектов в 2016 году численность занятых в экономике составит 2310,0 тыс. человек и далее будет расти незначительно: в 2017 году – 2314,1 тыс. человек, в 2018 году – 2320,5 тыс. человек (99,9 % от уровня 2014 года). Анализ структуры занятости населения по формам собственности показал, что доля занятых в организациях и предприятиях государственной, муниципальной, смешанной российской собственности в 2014 году составила 28,4 % (660,3 тыс. человек), в частном секторе экономики – 68,2 % (1584,6 тыс. человек). Прогнозируется, что численность занятых в частном секторе будет расти и составит к 2018 году – 1594,4 тыс. человек (68,7 %).

По данным Краснодарстата и экспертной оценки специалистов администраций муниципальных образований в 2014 году в крае 86,8 тыс. человек были заняты в личных подсобных хозяйствах с производством продукции. По прогнозу министерства сельского хозяйства и перерабатывающей промышленности Краснодарского края количество ЛПХ к 2018 году сократится по сравнению с 2015 годом на 1,6 %.

В сфере обрабатывающих производств в крае ежегодно наблюдается стабильное снижение численности занятых. В прогнозном периоде данная тенденция не изменится, прогнозируемый министерством промышленности и энергетики Краснодарского края рост промышленного производства, индекс которого составит в 2015–2018 годах от 101,0 % до 106,1 %, будет обеспечен ростом производительности труда в отрасли. В 2016–2018 годах в промышленности предусматривается реализация 19 крупных инвестиционных проектов со стоимостью более 100 млн рублей с вводом 2,5 тыс. новых рабочих мест.

Увеличение численности занятых с 71,7 тыс. человек в 2014 году до 79,0 тыс. человек в 2018 году по виду экономической деятельности: «Гостиницы и рестораны» связано с увеличением темпа роста туристической индустрии, обусловленного переориентацией туристических потоков на внутренний туризм [3].

Основными факторами, влияющими на ситуацию на рынке труда Краснодарского края, являются:

- экономический кризис и экономические санкции, направленные против России; – дисбаланс спроса и предложения рабочей силы в профессионально-квалификационном и территориальном разрезах;

- недостаточная адаптированность системы профессионального образования к требованиям рынка труда;

- сезонный характер безработицы, связанный с сезонностью работ на сельскохозяйственных и перерабатывающих предприятиях, организациях санаторно-курортной и туристско-рекреационной отрасли;

- низкая конкурентоспособность на рынке труда отдельных социально-демографических групп незанятого населения и безработных граждан (инвалидов, лиц, вернувшихся из мест лишения свободы, молодежи без практического опыта работы, женщин, имеющих малолетних детей и детей инвалидов, лиц предпенсионного возраста, и др.);

- дифференциация сельских и городских рынков труда по условиям обеспечения занятости, уровню безработицы;

- недостаточная трудовая мобильность населения, обусловленная неразвитостью рынка жилья.

Действие указанных факторов будет сдерживать дальнейшее снижение численности безработных граждан, в результате чего она стабилизируется в 2016–2018 годах на уровне 18–18,8 тыс. человек, среднегодовой уровень регистрируемой безработицы составит не более 0,8 % от числен-

ности экономически активного населения, что соответствует значениям целевого показателя государственной программы Российской Федерации «Содействие занятости населения», утвержденной постановлением Правительства Российской Федерации от 15 апреля 2014 года № 298.

Литература:

1. Экономическая теория : учебное пособие / Под ред. Р.А. Косовой, Ю.В. Латова. Тула: Изд-во ТулГУ, 2013. 292 с.
2. URL: <http://www.eurasialaw.ru/>
3. URL: <http://www.m24.ru/articles/tag>

СТРАТЕГИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ САХАРНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

Д.А. Варгузина, студентка группы 13-ЭБ-ЭК8

Эффективный рост и совершенствование импортозамещающих отраслей пищевой и перерабатывающей промышленности является основным приоритетом долгосрочного развития промышленности нашей страны. К числу таких отраслей относится сахарная отрасль, которая обеспечивает снабжение населения страны безопасными и качественными продуктами.

В России сахарная промышленность является основой структуры свеклосахарного подкомплекса, который обеспечивает население таким социально – значимым продуктом питания как сахар. Имея высокую транспортабельность и пригодность к длительному хранению, этот продукт широко перераспределяется внутри страны и играет важную роль в формировании продовольственных запасов. Немаловажное значение в народном хозяйстве имеют и побочные продукты сахарной промышленности. К примеру, наиболее используемые из них – жом и меласса, которые используются не только как корм, но и при производстве глицерина, спирта и т.д. Это делает производство практически безотходным. Тенденция к увеличению производства отечественного сахара привела к росту продуктов побочного производства, которые пользуются спросом не только в пределах страны, но и экспортируются [1, 10–11].

Несмотря на все свои преимущества, в настоящее время, сахарная промышленность страны находится в рецессии, как и большинство производств агропромышленного комплекса. Причинами этого был, на первый взгляд, большой поток дешёвой сельскохозяйственной продукции из стран ближнего зарубежья, в условиях поступления которых отечественные товары стали неконкурентоспособными, а многие хозяйства разорились. Однако после введения санкций западных держав и принятия ответных мер со стороны России, оказалось, что проблемы Отечественного АПК являются куда более серьезными. К основным из них на сегодняшний день можно отнести:

- сезонность, в зависимости от природной зоны в России сельскохозяйственный сезон может длиться от шести до девяти месяцев;
- влияние погоды на урожайность, это не позволяет производителям осуществлять долгосрочное планирование деятельности;
- недостаток собственного капитала и как следствие увеличение заемного, что приводит к росту затрат и рисков;
- отсутствие географической привязки посевных площадей к перерабатывающим заводам. Данный фактор приводит к увеличению транспортных издержек, потере части сырья из-за длительных перевозок, в результате чего растет себестоимость выпускаемой продукции;
- устаревшая материально-техническая база, из-за отсутствия инвестиций в отрасль технология производства сахара является устаревшей и малорентабельной;
- недостаточное производство отечественных семян и как следствие закупка некачественного импортного посевного материала;

— текучесть кадров, является результатом низкой заработной платы, сезонности производства и низкой квалификации работников [2, 37].

Основным стратегическим обеспечением вывода сахарного комплекса из рецессии и его последующего развития является решение вышеперечисленных проблем.

Одна из основных мер поддержания российской сахарной промышленности – привлечение капитала и льготное кредитование отрасли, а так же государственное субсидирование, которое поможет производству стать более рентабельным и покрыть сезонные издержки. Немаловажным фактором является привлечение страховых компаний с целью компенсации рисков в случае неурожая.

Проблема географической привязки посевных площадей к заводам может быть решена с помощью усиления государственного контроля сельскохозяйственной деятельности. Также решением может стать кооперация свекловодов и строительство за их счет новых сахарных заводов под собственное сырье [3, 45].

Внедрение новой техники и технологий производства позволят сахарной промышленности минимизировать ручной труд и повысить эффективность производства. Это возможно осуществить при помощи заемного капитала или лизинга.

Проблемы семенного фонда могут быть решены благодаря государственным дотациям на производство отечественных семян и контролю за рентабельностью дотируемых хозяйств.

Механизация и автоматизация производства, как и использование новых технологий, позволит привлекать минимальное количество работающего персонала, что снизит затраты на производство и позволит увеличить заработную плату работников. Реализация комплекса предлагаемых мер позволит вывести сахарное производство нашей страны из кризиса и даст импульс стабильному развитию сахарной отрасли.

Литература:

1. Седых Н.В. Обеспечение эффективности развития предприятий сахарной промышленности в условиях рыночной интеграции : автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата экономических наук. КубГТУ. Краснодар, 2009.
2. Сухина Н.Ю. Стратегическое обеспечение эффективности развития предприятий сахарной промышленности в условиях рыночной интеграции / Н.Ю.Сухина, Н.В.Седых. Краснодар, 2008.
3. Уваров Д.В. Оптимизация сырьевого обеспечения сахарных заводов / М.Н. Уварова, Д.В. Уваров // Сахарная свекла. 2012. №9. С. 45.
4. Сухина Н.Ю. Развитие интеграционных процессов в АПК / Н.Ю. Сухина, Н.В. Седых // Известия высших учебных заведений. Пищевая технология. 2006. № 6. С. 5–7.

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ДИСТАНЦИОННЫХ УСЛУГ

А.Г. Гайворонская, студентка группы 14-см-380301

В условиях научно-технического прогресса, все большую популярность набирают дистанционные услуги. Это обусловлено доступностью и комфортом в использовании для потребителя, а с другой стороны одним из направлений маркетинга для производителя услуг, с целью максимизации прибыли. Из наиболее популярных и перспективных дистанционных услуг, по мнению автора, хотелось бы осветить: дистанционное обучение и дистанционные банковские услуги.

Сегодня существует огромное множество систем управления обучением, которые могут обеспечить полноценное образование с помощью интернет-технологий. В настоящее время, в списке стран, предоставляющих услуги дистанционного, лидирующее место занимает США, вместе с Канадой более 50 % всего рынка электронного образования [1].

Огромными темпами развивается дистанционное образование и прежде всего его доступность обеспечивает быстрый рост слушателей, которые желают получить образование с помощью такого рода дистанционных услуг. Так, уже к 2005 году количество обучающихся по

программам e-learning, превысило число слушателей, обучающихся по традиционной форме обучения. Планируется, что к 2025 году число обучающихся по дистанционной форме может достичь 650 миллионов человек [1].

Буквально в последние несколько лет началось бурное развитие электронного обучения в России. Но, несмотря на такие высокие темпы развития Россия, не входит в десятку стран мировых лидеров по развитию e-learning. Лидерство по темпам роста занимает Китай, это обусловлено развитой и стабильной экономикой этой страны [2].

На современной этапе российский рынок дистанционного обучения оценивается примерно в 60 млрд. рублей, показав тридцатикратный рост за последние десять лет. Несмотря на то, что количество высших учебных заведений, предоставляющих возможность получать образование с помощью дистанционных технологий, составляет менее 7 % от общего числа ВУЗов, количество обучаемых студентов по программам дистанционного образования составляет более 30 % от числа всех студентов [2].

Ниже, представлено другое направление дистанционных услуг, а именно дистанционное банковское обслуживание.

Наиболее широко банковские интернет-услуги представлены в Финляндии, Норвегии, Швеции, где их оказывают приблизительно 95 % банков и пользуются 80 % клиентов. По результатам исследования выявлено, что на 2015 г. в России 23,3 млн человек пользуются интернет-банкингом – это 66 % всех активных интернет-пользователей в возрасте от 18 до 64 лет, проживающих в российских городах с населением от 100 тысяч жителей, а также составлен рейтинг эффективности интернет-банкингов российских банков. Наиболее эффективными с точки зрения наличия функций и удобства интерфейсов были признаны Интернет-банкинги Тинькофф Банка, Промсвязьбанка, Альфа-Банка, Сбербанк и Банка Русский Стандарт. Они предлагают своим пользователям большие возможности оплаты разнообразных услуг, внутри-банковских и внебанковских переводов, открытия вкладов и других банковских продуктов онлайн, возможности для контроля за личными расходами и удобный интерфейс для совершения повторяющихся операций [3].

Аналитики прогнозируют, что темпы роста пользователей интернет-банкинга сохранятся, и к 2018 г. число пользователей интернет-банкингом составит примерно 29,5 млн чел [4].

Дистанционные услуги занимают все больше места в общей структуре услуг. Это объясняется развитием научно-технического прогресса, развитием сети Интернет и повышением качества предоставляемых услуг. Для большего развития дистанционных услуг в России прежде всего нужно повышать качество жизни граждан, так как в отдаленных населенных пунктах просто нет доступа к сети Интернет, для того что бы воспользоваться данным видом услуг. Еще одна важная сторона дистанционных услуг – это жизненная необходимость для людей с ограниченными возможностями, поэтому их продвижение играет важную роль для нашего общества на современном этапе развития.

Литература:

1. Батаев А.В. Анализ мирового рынка дистанционного образования // Молодой ученый. 2015. № 20. С. 205–208.
2. Батаев А.В. Анализ российского рынка дистанционного образования // Молодой ученый. 2015. № 21. С. 350–353.
3. Ефимов О.Н Дистанционное банковское обслуживание: недостатки, преимущества и тенденции развития // SCI-ARTICLE
4. Седых Н.В. Тенденции развития банковской кредитной политики реального сектора национальной экономики / Н.В. Седых, О.Г. Халяпина // Экономика и предпринимательство. 2015. № 10–1 (63–1). С. 46–48.
5. Седых Н.В. Теоретические аспекты перехода пищевой промышленности на инновационный путь экономического развития // Вестник Южно-Российского государственного технического университета (Новочеркасского политехнического института). Серия: Социально-экономические науки. 2012. № 4. С. 196–199.

РОЛЬ ФИНАНСОВОГО МЕНЕДЖМЕНТА В СОВРЕМЕННОЙ СИСТЕМЕ УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЕМ

А.Ю. Ерхова, студентка группы 13-ЭБ-ЭК9

Финансовый менеджмент, или управление финансовыми ресурсами и отношениями, охватывает систему принципов, методов, форм и приёмов регулирования рыночного механизма в области финансов с целью повышения конкурентоспособности хозяйствующего субъекта.

Одни авторы считают, что финансовый менеджмент – это процесс разработки и реализации управленческих решений, связанных с формированием, распределением и использованием финансовых ресурсов организации.

Другие определяют финансовый менеджмент как систему рационального и эффективного использования капитала, как механизм управления движением финансовых ресурсов. Финансовый менеджмент направлен на увеличение финансовых ресурсов, инвестиций и наращивания объема капитала.

Общее представление о финансовом менеджменте как о механизме управления движением финансовых ресурсов. Конечная цель такого управления соответствует целевой функции хозяйствующего субъекта – получению прибыли. Ведь любые экономические отношения (в том числе и мировые) базируются на стремлении получить прибыль.

Финансовый менеджмент включает в себя стратегию и тактику управления. Под стратегией в данном случае понимаются общее направление и способ использования средств для достижения поставленной цели. Этому способу соответствует определенный набор правил и ограничений для принятия решений.

Тактика – это конкретные методы и приемы для достижения поставленной цели в конкретных условиях.

В условиях перехода на рыночные отношения исключительно важное значение имеет эффективное управление ресурсами предприятий различных форм собственности – финансовый менеджмент.

В условиях административно – командной системы, централизованно-планируемой социалистической экономики финансовый менеджмент не получал должного развития. При переходе к рыночным механизмам финансовый менеджмент приобретает первостепенное значение.

Любой бизнес начинается с постановки и ответа на следующие три ключевые вопроса:

1. Каковы должны быть величина и оптимальный состав активов предприятия, позволяющие достичь поставленные перед предприятием цели и задачи?
2. Где найти источники финансирования и каков должен быть их оптимальный состав?
3. Как организовать текущее и перспективное управление финансовой деятельностью, обеспечивающее платежеспособность и финансовую устойчивость предприятия?

Решаются эти вопросы в рамках финансового менеджмента.

В условиях рыночной экономики, централизованно-устанавливаемые ограничения снимаются (снимаются лимиты, снижается роль централизованного снабжения), а эффективное управление как раз и предполагает оптимизацию ресурсного потенциала предприятия. В этой ситуации резко повышается значимость эффективного управления финансовыми ресурсами (финансового менеджмента).

От того, насколько эффективно они трансформируются в основные и оборотные средства, а также в средства стимулирования рабочей силы, зависит финансовое благополучие предприятия в целом, его владельцев и работников.

Финансовые ресурсы в этих условиях приобретают первостепенное значение, поскольку это единственный вид ресурсов предприятия, трансформируемый непосредственно и с минимальным временным лагом в любой другой вид ресурсов.

Стратегия управления заключается в выборе и обосновании политики привлечения и эффективного размещения ресурсов (в том числе финансовых средств) коммерческой организации, тактика управления – в конкретизации поставленных целей в виде системы планов и их

ресурсного обеспечения по различным параметрам (временному, материально-техническому, информационному, кадровому и т.д.). В зависимости от горизонта планирования состав и структура используемых и планируемых ресурсов существенно различаются. Следовательно, в той или иной степени роль финансовых ресурсов важна на всех уровнях управления (стратегический, тактический, оперативный), однако особое значение она приобретает в плане стратегии развития предприятия.

Таким образом, финансовый менеджмент как одна из основных функций аппарата управления приобретает ключевое значение в условиях рыночной экономики.

Литература:

1. Балабанов И.Т. Финансовый менеджмент. М. : Финансы и статистика, 2012. 582 с.
2. Седых Н.В. Обеспечение эффективности развития предприятий сахарной промышленности в условиях рыночной интеграции: автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата экономических наук. «КубГТУ». Краснодар, 2009.
3. Седых Н.В. Кластерный подход в контексте совершенствования государственной региональной инвестиционной политики / Н.В. Седых, Ю.И. Назарько // Экономика и предпринимательство. 2015. № 12–2 (65–2). С. 431–434.
4. Финансовый менеджмент / под ред. Поляка Г.В. М. : Финансы-Юнити, 2013. 560 с.
5. Финансовый менеджмент : учебное пособие / Под ред. Шохина Е.И. М. : ИД ФБК-Пресс, 2013. 348 с.

РОЛЬ ИНВЕСТИЦИЙ В КРАСНОДАРСКОМ КРАЕ

Ю.В. Иванова, студентка группы 13-ЭБ-ЭК1

На данном рубеже становления экономики привлечение вложений, считается обязательной составляющей повышения качества жизни населения и дальнейшего развития хозяйства страны.

Край открыт для плодотворного сотрудничества, в нем сконцентрированы все нужные условия для эффективного взаимодействия с российскими и иностранными инвесторами.

Лишь только за последние 3 года в экономику края инвестировано больше 2,4 триллиона руб. В случае если говорить о 2014 году – это около 700 миллиардов руб. вложений в основной капитал. Можно заметить снижение вложений в основной капитал, в сравнении с 2013 годом, когда был пик – больше 900 миллиардов руб. Первопричина этому колоссальный размер строительных работ, которые велись в рамках проведения олимпийских игр, проведения этапа Чемпионата мира «Формула-1». При этом край идет с опережением индикативного плана, одобренного Законодательным Собранием края.

Размер вложений в экономику Краснодарского края в первом полугодии 2015 года сократился в 1,4 раза по сопоставлению с подобным периодом 2014 года – до 199,9 миллиардов руб., сообщает сайт регионального Краснодарстата. Основной размер вложений был ориентирован на строительство зданий и сооружений – 103,0 миллиардов руб. (51,5 %), на покупку машин, оборудования и транспортных средств – 52,6 миллиардов руб. (26,3 %), на жилищное строительство – 36,3 миллиардов руб. (18,2 %). Иные инвестиции составили 8,0 миллиардов руб. (4,0 %) [1, 427–430].

Из совокупного размера вложений в основной капитал на развитие экономики и общественной сферы края, организациями (без субъектов мелкого предпринимательства и параметров неформальной деятельности) всех форм собственности в январе-июне 2015 года использовано 150,3 миллиардов руб.. Краснодарский край является наиболее безопасным для инвестирования, а на Юге РФ лидирует в области привлечения вложений с долей в общем размере в пределах 60 %. На Кубани уже создано в пределах 300 компаний с привлечением зарубежного капитала из более чем 50 государств мира.

Инвестиционное законодательство края надежно отстаивает права инвесторов и дает широкий список льгот и преференций. Более популярны такие формы господдержки, как льготы по налогу на прибыль, на имущество, субсидии из краевого бюджета [2].

Край осуществляет инвестиционное сотрудничество практически с шестьюдесятью государствами мира. По размеру привлекаемого капитала лидируют предприниматели из Казахстана, Нидерландов, США, Англии, Франции и Швеции.

По привлечению вложений основными отраслями считаются транспорт и связь, агропромышленный, санаторно-курортный и туристический комплексы, определяющие приоритеты региональной экономики. Рейтинг Краснодарского края в крупном бизнес-сообществе очень высок: агентством «Standard & Poor's» району присвоен международный инвестиционный рейтинг на уровне «ВВ» (прогноз «позитивный»).

Также край входит в семерку российских регионов с наименьшими инвестиционными рисками и занимает второе место в рейтинге российских регионов по законодательной активности в сфере инвестиций. Региональное законодательство гарантирует прозрачность инвестиционного процесса, стабильность правового поля, защиту прав инвестора как владельца и гарантирует льготные условия функционирования компаний в период реализации инвестиционного проекта.

Сейчас Краснодарский край готов предложить партнерам больше 1700 инвестиционных проектов во всех сферах экономики. Их спектр очень широкий – от масштабных инфраструктурных объектов, новых фабрик, заводов и сельхозпредприятий до курортной и жилой недвижимости. Наиболее крупным зарубежным инвестором в крае считается южноамериканская компания «Филипп Моррис», которой с 1993 года исполняется программа реконструкции и развития Краснодарской табачной фабрики. Компанией создан новый комплекс табачного и сигаретного производства, оборудованный современным оборудованием из Италии, Германии, Австрии.

Кроме расширения производства инвестором исполняется ряд мер общественной направленности: увеличение заработной платы, всевозможные общественные льготы, обучение персонала, медицинское обслуживание, организация отдыха, жилищное строительство и пенсионное обеспечение работающих на предприятии.

Что касается больших инвестиционных проектов, невозможно не сказать о проектах федерального масштаба. В первую очередь, это расширение трубопроводной системы «Тенгиз – Новороссийск», строительство трубопроводной нефтяной системы «Юг», системы газопроводов «Южный коридор», развитие новороссийского транспортного узла. Также можно сказать о строительстве транспортного перехода через Керчинский пролив. Это те планы, которые реализуются в крае. Сегодня можно сказать о новом подходе в реализации проектов, связанных с глубокой переработкой нефти в рамках Туапсинского нефтеперерабатывающего завода. Есть договоренности с сетевыми компаниями по уменьшению сроков инвестиционной программы, созданию и обеспечению сетевой инфраструктуры в рамках восточной промзоны. Это та небольшая доля, которая сейчас реализуется, при этом сейчас в крае создана единая информационная система, которая включает в себя около 1800 инвестиционных проектов, которые в on-line режиме каждый день обновляются.

Более интересными для инвесторов считаются территории Калининского, Гулькевичского районов. На южной территории края – это Анапа, Геленджик. Тут более привлекает виноделие, тепличные комплексы, рекреационные комплексы. Инвестор не сосредоточивает свое внимание лишь только на центральной части Краснодара. В первую очередь, это обосновано специфичностью бизнеса, инвестор смотрит, где ему более эффективно брать сырье, важное для изготовления [3, 126–131].

Сейчас в Краснодарском крае централизации нет. Край нацелен на развитие каждого квадратного метра Краснодарского края, каждого муниципального образования, каждого сельского поселения, каждой станицы, и именно инвестиции способствуют этому развитию.

Литература:

1. Авдеева Е.А. Оценка инвестиционной привлекательности Краснодарского края. Краснодар : Молодой ученый, 2015. № 17. С. 427–430.
2. Апигарант: «Экономическое развитие Краснодарского края в 2015 г.». URL: <http://www.apigarant.ru>
3. Литвинюк Т.А. Инвестиционная привлекательность региона: сущность, оценка, перспективы развития (на примере Краснодарского края) / Т.А. Литвинюк, Ю.И. Назарько // Материалы международной научно-практической конференции: Современная экономика России: опора на внутренние резервы и поворот на восток (том 2). Краснодар, 2015. С. 126–131. (185 с.).

НЕОБХОДИМОСТЬ И МЕРЫ ПОДДЕРЖКИ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В СЕЛЬСКОМ ХОЗЯЙСТВЕ

С.В. Куракова, студентка группы 13-ЭБ-ЭК9

В сфере сельского хозяйства, охоты и лесного хозяйства, малое предпринимательство является наиболее часто встречающейся формой хозяйствования. Поддержка малого предпринимательства – одна из наиболее приоритетных задач экономической политики государства, так как субъекты малого предпринимательства:

- являются основным источником приращения внутреннего валового продукта – СМП более устойчивы к внешним изменениям, и, следовательно, лучше приспосабливаются к кризисным явлениям экономики;

- способствуют развитию инновационных технологий – малый бизнес является основной площадкой внедрения инновационных технологий, так как, за счет незначительной концентрации ресурсов общая сумма убытков, в случае если внедряемая технология окажется неэффективной, будет меньше;

- приводят к стабилизации социально-экономической ситуации в регионе – малый бизнес является значительным источником занятости населения [1].

Для поддержки малого предпринимательства в отрасли сельского хозяйства рекомендуется внедрение и реализация следующих программ: программа электронного поиска добровольных инвесторов, программа предоставления льготных кредитов для компенсации экономического ущерба при бедствиях. Программа: «Электронная сеть поиска добровольных инвесторов» заключается в создании специализированного интернет-портала, позволяющего СМП размещать бизнес-проекты с целью поиска инвесторов. В случае заключения сделки между СМП и инвестором, взимается плата с обоих контрагентов в размере 5–10 % от итога сделки [2]. Данная мера поддержки имеет ряд преимуществ:

- а) появление альтернативных источников финансирования для малых предприятий, которые не могут предоставить достаточные гарантии своей платежеспособности банкам и иным кредитно-финансовым организациям;

- б) сокращение издержек обращения инвестируемых денежных средств в связи с отсутствием посредников (общение инвестора и предпринимателя осуществляется непосредственно без участия каких-либо кредитно-финансовых институтов);

- в) самокупаемость создания и содержания данной информационной системы (в случае заключения контакта между СМП и инвестором через данную платежно-информационную систему взимается комиссия за пользование системой – 5–10 % сделки).

Более того, создание данной электронно-платежной системы не будет являться значительной финансовой нагрузкой как для государственного аппарата, так как содержание системы будет оплачиваться со стороны пользователей; так и для субъектов малого предпринимательства, так как оплата взимается только в случае оформления сделки (регистрация в сети и поиск потенциальных инвесторов осуществляется бесплатно).

Также важнейшим источником поддержки малых предприятий сельского хозяйства может являться программа «Кредиты для компенсации экономического ущерба при бедствиях», согласно которой должны предоставляться кредиты с минимальной ставкой процента (ключевой или учетной) для формирования оборотного капитала тем предприятиям, которые понесли экономические потери в результате имевшего место бедствия, произошедшего независимо от воли собственника СМП.

Реализация подобной программы является наиболее актуальной для СМП сельского хозяйства, так как экономический продукт данной отрасли полностью зависит от погодных условий, а погодные кризисы могут привести к полному уничтожению продукции.

Также в связи с плохо развитой инфраструктурой сельских районов, возможны нарушения коммуникационных систем, таких как, электроэнергия, газо-, водоснабжение, что приводит к вынужденным перерывам в производстве и ухудшению качества готовой продукции [3].

Предоставление льготных кредитов СМП, подвергшимся влиянию вышеперечисленных факторов, помогает малым предприятиям своевременно осуществить текущие и необходимые операционные платежи, а также завершить выпуск готовой продукции с минимальными финансовыми потерями. Более того, предлагается внедрение подпрограммы в рамках

«Кредитов для компенсации экономического ущерба при бедствиях» – «Кредиты для основных источников занятости», согласно которой сумма льготного кредита может быть увеличена до двух раз для СМП, являющихся основными источниками занятости. Данная мера может являться основным стимулом расширения сельскохозяйственного производства и созданию новых рабочих мест, что также косвенно может влиять на разрешение проблемы безработицы в сельских регионах.

Таким образом, предложенные региональные программы социально-экономической поддержки СМП будут способствовать расширению системы инвестирования бизнес-проектов малого предпринимательства; повышению устойчивости производственного цикла в сельском хозяйстве.

Литература:

1. Седых Н.В. Обеспечение эффективности развития предприятий сахарной промышленности в условиях рыночной интеграции: диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук. «КубГТУ». Краснодар, 2009.
2. Супян В.Б. Экономика США: ресурсы, структура, динамика : учебник / В.Б. Супян, В.С. Васильев, А.В. Корнеев, Г.Б. Кочестков; Под ред. В.Б. Супяна. М. : Магистр : НИЦ ИНФРА-М, 2014. 480 с.
3. Сухина Н.Ю. Развитие интеграционных процессов в АПК / Н.Ю. Сухина, Н.В. Седых // Известия высших учебных заведений. Пищевая технология, 2006. № 6. С. 5–7.

МАЛЫЙ БИЗНЕС В СОВРЕМЕННОЙ СТРУКТУРЕ ЭКОНОМИКИ ЗАРУБЕЖНЫХ СТРАН И РОССИИ

В.В. Лукина, студентка группы 13-ЭБ-ЭК9

Малый бизнес, или малое предпринимательство, представляет самый многочисленный слой мелких собственников, которые в силу своей массовости в значительной мере определяют социально – экономический и отчасти политический уровень развития страны.

Актуальность данной темы определена в первую очередь объективно значительной ролью малого предпринимательства в рыночной экономике. В настоящее время малый бизнес активно развивается во всех странах мира, и роль данных предприятий в экономике достаточно велика, это: производство продукции, услуг, создание новых рабочих мест, сокращение безработицы.

В экономике современной России роль малого предпринимательства гораздо ниже, нежели в США или же в странах Европы. В России доля малых фирм в общем числе всех предприятий составляет лишь 30 %, а в странах ЕС – 90 %. На 1000 российских граждан приходится примерно около 6 предпринимателей, в то время как в странах – членах ЕС не менее 3.

Темпы роста числа зарегистрированных малых предпринимателей в нашей стране остаются низкими – ежегодно их число увеличивается на 4 %, в то время как количество предприятий, прекративших свою деятельность увеличивается на 11 %. По статистике лишь 3,4 % малых предприятий в России живет более трех лет, остальные закрываются раньше.

Основные причины такой негативной тенденции [1]: административные и экономические барьеры; постоянное повышение цены на сырье из-за скачков курса рубля; высокие ставки по кредитам; санкции, снижающие спрос на товары и услуги. Для поддержания малого бизнеса в России предусматривается ряд действий [1]: отсутствие кассового лимита и возможность хранения в кассе любой суммы; увеличение вероятности получения субсидий от местных властей; возможность

приобрести муниципальную или государственную недвижимость в преимущественном порядке; сокращение сроков неналоговых проверок; налоговые каникулы для организаций.

Существующие меры поддержки малого и среднего предпринимательства в России на сегодняшний день недостаточно эффективны для того, чтобы субъекты данного экономического института стали конкурентоспособными в условиях изменяющейся конъюнктуры рынка, именно поэтому так важно учитывать опыт зарубежных стран.

Особенности развития предпринимательства в Российской Федерации во многом обусловлены советским опытом развития экономики: административно-плановая экономика и отсутствие института частной собственности, что обуславливает объективную необходимость государственной поддержки.

При этом важно отметить, что приоритетным направлением политики в данной сфере все же остается стимулирование самостоятельности малых и средних предприятий, а не государственная поддержка всех ее субъектов. Так, например, до 20 % малых фирм США начинают свою деятельность с \$ 1000–5000. И более половины из них менее чем за 2–3 года перемещаются в строки компаний с ежегодным доходом более \$ 1 млн.

Мощным рычагом косвенной финансовой поддержки малого предпринимательства является предоставление государственных гарантий по обеспечению кредитов, выдаваемых в рамках государственных программ обеспечения доступа к финансовым ресурсам. Так же одной из проблем является высокие ставки по кредитам и невозможность привлечения дополнительных денежных средств, для поддержания деятельности предприятия. Так Американские предприниматели предпочитают организовывать бизнес на собственные средства. Только 10 % малых компаний стартует на базе заемного капитала. 90 % малых фирм организуется на сбережения владельца. При открытии собственного бизнеса предприниматели имеют возможность получить консультационные услуги по обучению и переобучению руководителей и сотрудников малых предприятий.

Нельзя недооценивать важность предоставления консультационных услуг начинающим предпринимателям, создания государственных программ по обучению руководителей малых предприятий. Немаловажную роль играет учет реальных интересов предпринимателей в принятии законодательных актов, согласование действий органов власти и представителей бизнеса.

Опыт многих стран, свидетельствует об эффективном использовании возможностей сектора малого предпринимательства в сфере выполнения государственных и муниципальных заказов. В Европейских странах существуют соответствующие подразделения при государственных органах поддержки малого предпринимательства, которые заняты размещением госзаказов в секторе малого бизнеса на конкурсной основе. Российские малые предприятия также могут рассчитывать на получение доли госзаказов. Это позволит создать конкурентную среду в сфере исполнения госзаказов, даст возможность дополнительного финансирования малых предприятий, поднять их технический уровень и снизить стоимость заказанной продукции.

Важно отметить, что в современных экономических условиях России все формы поддержки не будут эффективно действовать на практике до тех пор, пока и общество, и органы власти не осознают важность данного экономического института, а субъекты малого и среднего предпринимательства не почувствуют свою значимость для экономического роста страны.

Литература:

1. Базарнова Т.А. Проблемы развития малого и среднего предпринимательства в России и направления их решения. 2014. № 4. С. 503–505.
2. Седых Н.В. Обеспечение эффективности развития предприятий сахарной промышленности в условиях рыночной интеграции : автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата экономических наук. Краснодар, «КубГТУ», 2009.
3. Седых Н.В. Причины падения курса рубля в 2014 году. Поиск решения проблемы девальвации национальной валюты / Н.В. Седых, А.В. Аванесян // Факторы повышения эффективности российской экономики. 2014. С. 64–68.

РАЗВИТИЕ КРАУДФАНДИНГА КАК ИННОВАЦИОННОГО МЕХАНИЗМА ФИНАНСИРОВАНИЯ

К.С. Маркова, студентка группы 13-ЭБ-ЭК9

До кризиса произошедшего в 2015 году денежных средств в России для финансирования наиболее интересных инвестиционных бизнес-проектов хватало. Но в середине прошлого года ситуация начала довольно резко меняться. Последствиями событий на Украине и присоединением Крыма стало введение западных финансовых санкций. Рухнула главная цена российской экономики – цена на нефть. Вслед за ней упала стоимость российской валюты – рубль. Сегодня на первом месте стоит вопрос какие новые источники финансирования можно применить для развития предприятий. Одним из способов решения данной проблемы может стать использование краудфандинга как инновационного механизма финансирования. Краудфандинг (народное финансирование, от англ. *crowd funding*, *crowd* – «толпа», *funding* – «финансирование») – это коллективное сотрудничество людей, которые добровольно объединяют свои деньги вместе, как правило через Интернет, чтобы поддержать усилия других людей или организаций.

Задачи, реализуемые в рамках данного проекта: сбор средств на различные проекты, начиная от креативных и заканчивая сложными технологическими продуктами; сбор средств на социальные, политические и медицинские проекты (например, на помощь в лечении заболевания); получения финансирования без участия банков и иных кредитно-финансовых институтов; исключение посредников; отслеживание инновационных идей и использование «мудрости толпы» для оценки потенциального успеха того или иного проекта с целью создания его клона или инвестирования в него традиционными способами.

Этот метод появился сравнительно недавно и представляет интерес как для инвесторов и создателей стартапов, так и для всего общества в целом.

Во-первых, в условиях, когда другие источники недоступны, краудфандинг может помочь в привлечении инвестиций на начальном этапе. Во-вторых любой предприниматель может обнаружить в краудфандинге способ дополнительного финансирования своей деятельности. В третьих, использование данного метода позволит решать многие социальные проблемы, используя инвестиции частных инвесторов, в т.ч. широких слоев населения. Самыми заметными игроками рынка в России на данный момент являются краудфандинговые площадки Boomstarter и Planeta, Kroogi, социальный краудфандинг – Dobro.mail.ru, Toghether.Ru.

Краудфандинг является отличной возможностью собрать средства на свой проект без кредитов на развитие бизнеса и передачи авторских прав. Хорошая возможность рассказать о проекте без дополнительных затрат. Удобство краудфандинга в том, что применить его можно для всех отраслей и предприятий, достаточно только:

1) четко представить цель и рассказать почему проект важен для аудитории (тем, кто не вовлечен в проект, должно быть понятно, что вы знаете, куда идете, и точно справитесь с задачами – если вас поддержат. Создать смету и оценить все затраты на проект. Необходимо привлечь внимание аудитории, рассказать о том, почему ваш проект такой особенный и для кого он важен, а также четко обозначить конечный результат);

2) назначить реальные сроки и суммы (лучше всего собирают деньги на проекты с небольшим бюджетом от 30 до 100 тысяч рублей (влияющий фактор – жертвователю хочется оказывать весомую помощь. Лучше всего назначать небольшие сроки – не более нескольких месяцев);

3) вознаграждать за помощь (краудфандинговые проекты обязательно предусматривают вознаграждение для акционеров с возрастающей степенью ценности (в зависимости от размера взноса);

4) показать, куда пошли деньги (новости и отчеты играют важную роль – вы показываете людям, куда идут их деньги. Прозрачность помогает завоевать доверие к вашему проекту);

5) держите связь с аудиторией (краудфандинговые площадки дают авторам проекта возможность рассылать письма своим акционерам, возможно, эти люди станут вашими постоянными инвесторами).

Для внедрения и распространения данного способа на Юге России необходимо:

1) рассказать об этой возможности людям. Так как, большая часть населения зарегистрирована в социальных сетях, предлагаю разрекламировать данный способ именно в интернет-сети (В Контакте, Facebook). Рассказать о том, как это средство работает, как оно помогает людям узнавать о новых идеях и проектах, заинтересовать людей в коллективном финансировании интересных идей в обмен на подарки и бонусы.

2) создать платформы краудфандинга со ступенчатой системой финансирования для проектов, которые будут реализовываться на Юге России. То есть те проекты, которые будут пользоваться особой популярностью, выводить на общероссийский уровень, далее для привлечения инвестиций в одной из самых динамично растущих сетей инвесторов в мире – Crowdfunder (чтобы привлечь инвесторов для продажи акций)

Литература:

1. URL: <http://crowdfunding-russia.blogspot.ru/>
2. URL: <http://te-st.ru/2012/12/13/crowdfunding-in-russia-part-one/>
3. Седых Н.В. Тенденции развития банковской кредитной политики реального сектора национальной экономики / Н.В. Седых, О.Г. Халяпина // Экономика и предпринимательство, 2015. № 10–1 (63–1). С. 46–48.
4. Седых Н.В. Кластерный подход в контексте совершенствования государственной региональной инвестиционной политики / Н.В. Седых, Ю.И. Назарько // Экономика и предпринимательство. 2015. № 12–2 (65–2). С. 431–434.

ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЗАКАЗ КАК ДЕЙСТВЕННЫЙ ИНСТРУМЕНТ РЕГУЛИРОВАНИЯ ЭКОНОМИКИ

В.Ю. Миглинский, студент группы 14-Э-ЭБ1;
И.В. Реутская, кандидат экономических наук, доцент

В настоящее время расходы региональных и муниципальных бюджетов на закупку товаров и услуг становятся одним из основных показателей развития региона. Государственный и муниципальный заказ является важнейшим элементом государственного регулирования бюджетных расходов, направляемых на обеспечение жизнедеятельности муниципального образования. Он не только обеспечивает эффективное расходование бюджетных средств, но и стимулирует структурные изменения в региональной экономике.

Государственный и муниципальный заказ – это заказ на поставку товаров, выполнение работ, оказание услуг, который финансируется за счет средств федерального бюджета, бюджетов субъектов Российской Федерации, местных (муниципальных) бюджетов и внебюджетных источников финансирования. Госзаказ призван обеспечить потребности Российской Федерации, ее субъектов, муниципальных образований, муниципальных заказчиков, государственных заказчиков в товарах, работах и услугах для исполнения международных обязательств страны, реализации межгосударственных и региональных целевых программ. Назначение госзаказа состоит в удовлетворении нужд государственных учреждений в товарах и услугах, в силу этого он является инструментом регулирования экономики и социальной сферы, служит интересам повышения ее конкурентных преимуществ. Успешное решение проблем госзаказа, с одной стороны, позволяет в большей мере обеспечивать выполнение обязательств бюджетной системы перед бюджетополучателями, с другой – увеличить ее вес как заказчика товаров, работ и услуг, что способствует развитию реального сектора экономики. Основным назначением системы госзаказа является эффективное обеспечение потребностей государства в качественных товарах, работах и услугах, необходимых для полноценного выполнения органами власти своих государственных функций и обязанностей по отношению к населению.

Важность и актуальность государственного муниципального заказа несомненна не только для России, но и для всего международного сообщества. Так, еще Генеральной конференцией Международной организации труда в 1952 г. была принята Конвенция «О трудовых статьях в договорах, заключаемых государственными органами власти». Предпосылкой принятия данной Конвенции для многих государств мира стала необходимость привлечения населения к восстановлению социально значимых объектов, разрушенных еще в годы Второй мировой войны. Сегодня основные положения Конвенции применяются к договорам, заключаемым между государственными органами власти и наемными работниками.

Система госзаказов активно используется в развитых странах. Организацией объединенных наций разработан типовая закон ЮНИСТРАЛ «О закупках товаров (работ) и услуг», в США действуют «Соглашение по правительственным закупкам ВТО», «Свод правил государственных закупок». В странах ЕС работы для государственных нужд выполняют на основании Коммюнике «О законодательстве Европейского сообщества в области государственных закупок и использовании государственных закупок для проведения социальной политики». Объем госзакупок в странах Евросоюза, который рассматривает их как инструмент удовлетворения текущих потребностей органов государственного управления и осуществления социальной политики, достигает 450 млрд. евро. В экономике США объем бюджетных средств в рамках госзакупок, называемых «Федеральной контрактной системой» (ФКС), превышает 500 млрд долл. Согласно ФКС устанавливаются различные пороговые значения стоимости закупок, например, для Департамента обороны США – свыше 7 млн долл., для Департамента энергетики – 5 млн долл., для прочих федеральных органов – 2 млн долл.

В России система госзаказов регулируется федеральным законом «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд» № 44-ФЗ от 22.03.2012 г. (с изменениями и дополнениями), федеральным законом № 223-ФЗ «О закупках товаров, работ, услуг отдельными видами юридических лиц» от 18.07.2011 г. и другими документами, которые регулируют отношения, направленные на обеспечение государственных и муниципальных нужд. Основная цель контрактной системы состоит в повышении эффективности, результативности осуществления закупок товаров, работ, услуг, обеспечении гласности и прозрачности осуществления таких закупок, недопущение коррупции и других злоупотреблений. В контрактной системе только в 2015 г. размещено 2,1 млн закупок и заключено 2,3 млн контрактов, что на 16,9 % и на 23 % больше, чем в 2014 г. Объем заказов соответственно составил 4,3 трлн руб., экономия – 217,4 млрд руб., суммарная стоимость контрактов – 3,4 трлн руб.

Государственный муниципальный заказ на поставку продукции и оказание услуг для муниципальных нужд реализуется на основании принципов обеспечения максимальной экономичности и эффективности поставки товаров, выполнения работ, оказания услуг; развития добросовестной конкуренции среди исполнителей; обеспечения объективности и обоснованности расходов средств бюджета города; обеспечения оптимального соотношения цены и качества муниципального заказа. Через муниципальный заказ должны проходить практически все виды продукции, закупаемой для муниципальных нужд, и все бюджетные муниципальные услуги, оказываемые как муниципальными, так и иными исполнителями. Таким образом, государственный муниципальный заказ является основой для формирования и исполнения расходной части местного бюджета, элементом системы управления финансовыми ресурсами города. При недостаточности бюджетных средств для финансирования заказа администрация города вправе провести среди кредитных организаций конкурс на предоставление ей товарного или коммерческого кредита.

В г. Краснодаре система муниципального заказа, включающая процесс его планирования, формирования, размещения, исполнения и контроля за исполнением, сформирована для централизованного комплексного решения вопросов, определенных нормами и требованиями действующего законодательства о размещении на конкурсной основе государственного и муниципального заказа при приобретении продукции (товаров, работ, услуг) для государственных или муниципальных нужд. Размещение муниципального заказа может осуществляться через проведение торгов в форме конкурса или аукциона, в том числе аукциона в электронном виде; без проведения торгов в форме запроса котировок цен; заказа у единственного поставщика (исполнителя, подрядчика); заказа на товарных биржах. Наиболее распространенным способом размещения муниципального заказа считается проведение торгов. Торги, победителем которых признается претендент, предложивший лучшие условия исполнения муниципального контракта, называют кон-

курсом. При этом критериями оценки заявок на участие в конкурсе могут быть цена контракта; функциональные или качественные характеристики товара; расходы на эксплуатацию товара; расходы на техническое обслуживание товара; сроки поставки товара, выполнения работ, оказания услуг; срок и объем предоставления гарантий качества товара, работ, услуг.

Торги, победителем которых признается претендент, предложивший наиболее низкую цену муниципального контракта, называют аукционом. Он проводится путем снижения начальной (максимальной) цены контракта (цены лота), указанной в извещении о проведении открытого аукциона, на «шаг аукциона». «Шаг аукциона» устанавливается в размере 5 % начальной (максимальной) цены контракта (цены лота), указанной в извещении о проведении аукциона. Открытые аукционы могут проводиться в электронной форме на сайте администрации города в сети Интернет в порядке, установленном «Положением о муниципальном заказе города».

Способ размещения муниципального заказа без проведения торгов предусматривает такие формы его реализации, как запрос котировок цен, размещение заказа у единственного поставщика, размещение заказа на товарных биржах. Порядок размещения муниципальных заказов через товарные биржи регулируется Правительством Российской Федерации. Результатом реализации процедур размещения муниципального заказа является заключение муниципального контракта – договора, заключенного между заказчиком и исполнителем в целях обеспечения муниципальных нужд, предусмотренных в расходах бюджета города, оформляющего их отношения и регламентирующего права, обязанности и ответственность сторон в процессе выполнения Заказа.

Наибольший интерес в размещении госконтрактов представляют электронные торговые площадки (ЭТП). Согласно данным статистики госзаказа, среди государственных ЭТП лидирует ЗАО Сбербанк – АСТ, на долю которого приходится 48 % количества и 39 % объема заключенных контрактов. ООО «РТС–Тендер» достиг 28 % по обоим показателям, ОАО ЕЭТП – 18 % и 22 %, ЭТП ММВБ – 3 % по обоим показателям, а АГЗ РТ – соответственно, 7 % и 4 %. Однако, по мнению представителей Федеральной антимонопольной службы (ФАС) России, нередко торговые площадки создаются для осуществления одной операции.

У экспертов ФАС вызывает сомнение уровень конкурентоспособности и прозрачности таких торгов, так как в процедурах государственных закупок в России помимо несомненных преимуществ, имеются и проблемы. Отмечена недостаточная ориентация на качество предоставляемых товаров и услуг от поставщика. Есть проблемы из-за отсутствия практического опыта в работе с нововведениями в законодательстве по размещениям заказа (закупки). Недостаточно высок технологический уровень проведения электронных аукционов (открытых конкурсов). Зачастую не хватает специалистов в области размещения закупок со стороны заказчика и поставщика, что также негативно отражается на результатах.

В последние годы появилась необходимость на основе уже имеющегося опыта сформулировать и законодательно устранить нормативные противоречия в процедурах размещения заказа. Важно четко определить, какими организационными структурами может обеспечиваться исполнение законодательных норм в виде проведения закупочных процедур, так как сегодня этот вопрос пока оставлен на усмотрение закупщика. Нечетко регламентирован источник расходов на подготовку и проведение закупок, не оговариваются условия материально-технического обеспечения, например, оргтехникой, особенности оплаты услуг специалистов и экспертов и другие спорные вопросы.

Исполнители госзаказа сегодня сталкиваются с несовершенной нормативной базой в организационных, финансовых и материально-технических вопросах обеспечения госзакупок. Например, если закупать высокотехнологичное оборудование, например, компьютеры, то присутствие эксперта – профессионала в данной области деятельности необходимо, но не всегда в штате заказчика имеются собственные специалисты необходимой квалификации. Следовательно, в законопроекте нужен пункт, регламентирующий источники средств, направляемых на организационные нужды при размещении заказа.

Одной из главных проблем в сфере законодательства о закупках эксперты считают дисбаланс между Законами № 44-ФЗ и № 223-ФЗ, который даёт заказчику большую свободу в действиях. В этой связи большое внимание уделяется совершенствованию закупочной деятельности госкомпаний, которая регулируется Законом № 223-ФЗ. По данным ФАС, почти 90 % закупок приходится на единственных поставщиков. В законодательном поле Закона № 223-ФЗ сегодня работают муниципальные и государственные унитарные предприятия, до 90 % закупок

которых являются неконкурентными процедурами. Закупки у единственного поставщика по всем компаниям, работающим в правовом поле Закона № 223-ФЗ, составляют 48 %, еще 41 % приходится на иные процедуры, которые по сути своей являются теми же закупками у единственного поставщика. И лишь чуть больше 10 % составляют конкурентные закупки, количество участников которых зачастую сводится к одному.

В то время, когда малому бизнесу отводится серьезная роль в обеспечении конкурентоспособности отечественных товаров и услуг, по мнению экспертов ФАС, «малый бизнес отодвинут от закупок как в рамках Закона № 44-ФЗ, так и в рамках Закона № 223-ФЗ. А искажения статистики приводят к тому, что, по данным отчетов, компании малого и среднего бизнеса ежегодно получают около 3 триллионов рублей в рамках госзаказа. На самом же деле эта цифра приблизилась лишь к 400–500 миллиардам». Государственные закупки только тогда станут действенным инструментом регулирования экономики, если под контролем ФАС будут происходить важные изменения, обусловленные необходимостью повышения эффективности размещения государственного заказа на всех его этапах.

Литература:

1. Федеральный закон № 44-ФЗ. URL: <https://www.consultant.ru>
2. Зарубежный опыт регулирования размещения государственного заказа и возможность его использования в российской практике. URL: <http://www.science-education.ru>
3. Контроль госзаказа. URL: <http://fas.gov.ru/activity kontrol-goszakaza.html>

НАПРАВЛЕНИЯ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ПРОЕКТНОГО ФИНАНСИРОВАНИЯ В РОССИИ

А.В. Милютина, студентка группы 14-ЭБ-МН2;

Р.Я. Рубина, доцент

При реализации инвестиционных проектов используется множество различных методов финансирования. Одним из самых перспективных и эффективных в эпоху нынешней финансовой глобализации является проектное финансирование (ПФ).

Экономическая литература предлагает различные трактовки понятия проектного финансирования, суть которых примерно одинакова. Под ним понимается такой вид организации проектного финансирования, при котором доходы, получаемые от реализации проекта, являются единственным источником погашения долговых обязательств [2, 104].

На данный момент проектное финансирование в России находится на начальной стадии развития, существенно отличаясь от западного ПФ, где накоплены значительные знания в области его реализации. В нашей же стране существует множество проблем и ограничений, которые делают данный вид финансирования инвестиционных проектов не столь привлекательным для реализации. Их решение, разработка путей совершенствования, позволят значительно улучшить инфраструктуру, реализовать проекты, которые дадут «толчок» развитию науки и техники, что будет особенно актуально в условиях санкций и кризиса.

Недостатки в правовом регулировании проектного финансирования – один из наиболее значимых факторов, ограничивающих его развитие в нашей стране. Существуют основные законы, регулирующие отдельные элементы в сфере ПФ (например, Гражданский кодекс Российской Федерации, Федеральный закон от 19.07.2007 № 197-ФЗ «О залоге» и др.), а также отдельные законы субъектов Федерации. Однако все они имеют существенный недостаток – отсутствие регулирования важных аспектов ПФ, таких как обособление имущества проекта с помощью проектной компании, предоставление имущества проекта в обеспечение кредиторам по проекту и т.д. [3, 24]. Это обуславливает необходимость внесения поправок в действующее законодательство (в существующие документы), создания отдельных нормативных документов, регулирующих ПФ. Поправки в законодательство РФ, в случае их доработок, успешного принятия и соблюдения снизят уровень неопределенности, повысят надежность контрактов, тем

самым открыв множество перспектив для успешного развития проектного финансирования на территории России.

Также следует отметить, что на данный момент в Российской Федерации существует множество отдельных методических документов, цель которых – оценить эффективность проектов. Однако они не позволяют сделать это объективно. Многие подходы к оценке конкретных показателей содержат ошибки и не соответствуют международной практике, либо напротив, учитывая опыт только отдельной страны, используются без проведения дополнительных исследований [4, 181]. Данный факт свидетельствует о том, что необходимо принять единую методику по многокритериальной оценке эффективности инвестиционных проектов. Необходимо исключить все возможные ошибки и использование устаревших данных, показателей и требований. Это позволит производить наиболее точную и приближенную к реальным условиям оценку инвестиционных проектов, реализуемых по схеме ПФ.

Также для повышения эффективности проектного финансирования в России необходимо создать механизм сбора информации о реализуемых на территории страны инвестиционных проектах. Впоследствии на его основе необходимо создать единую базу данных, позволяющую адекватно оценивать риски, которые могут возникнуть в ходе реализации проектного финансирования. Эти нововведения позволят инвесторам, компаниям, банкам и другим субъектам проектного финансирования использовать информацию базы данных в процессе принятия решений.

Высокую степень влияния на проектное финансирование в России имеют рейтинговые агентства (Moody's, Fitch Ratings и др.) – организации, занимающиеся оценкой платежеспособности эмитентов, качества управления активами и др. До сих пор продолжают действовать правовые акты, ставящие в зависимость принятие управленческих решений от результатов рейтинговых агентств. Существует проблема недостаточной компетентности рейтинговых агентств для осуществления оценки, отражающей реальное положение дел. Также, зачастую они имеют политическую подоплеку [1, 43]. Для решения этих проблем необходимо осуществить изменения российских правовых актов для снижения степени влияния результатов рейтинговых агентств на принятие управленческих решений, повысить объективность и прозрачность методик оценки в рамках создания национальной рейтинговой системы и осуществить создание условий для возникновения новых рейтинговых агентств на территории Российской Федерации, которые отвечали бы требованиям Базельского комитета без участия в капитале органа власти и Банка России.

Безусловно, это не единственные направления, которые можно предложить для повышения привлекательности проектного финансирования в России. Однако реализация данных предложений может значительно улучшить положение дел, изменив обстановку в области реализации ПФ в России.

Литература:

1. Губанов Р.С. К вопросу о регулировании механизма проектного финансирования в России // Вызовы глобального мира. Вестник ИМТП. 2015. № 1 (15). С. 41–46.
2. Проскурин В.К. Анализ и финансирование инновационных проектов : учебное пособие. М. : НИЦ ИНФРА-М, 2014. 112 с.
3. Рубина Р.Я. Стратегия современного социохозяйственного развития России: экономические и правовые аспекты : монография. Гл. 2. «Механизмы реализации инновационной стратегии развития экономики». Краснодар, 2014. С. 62–71.
4. Смирнов А.Л. Проектное финансирование в России. Проблемы и направления развития : учебник / А.Л. Смирнов, И.А. Никонова. М. : Издательство «Консалтбанкир», 2016. 216 с.

ВНУТРЕННИЙ АУДИТ В УПРАВЛЕНИИ КАЧЕСТВОМ ПРЕДПРИЯТИЯ

Ю.А. Мишуркина, студентка группы 13-ЭБ-ЭК9

В современном мире экономики из-за развития сферы бизнеса показатель качества стал играть одну из главных ролей в управлении производством продукции, а также её последующе-

го продвижения на рынке. Актуальность обоснована тем, что в настоящее время на российских предприятиях аудиту качества уделяется недостаточно внимания. А ведь именно внутренний аудит качества в первую очередь дает возможность определить, в какой степени, запланированные и принятые, процедуры и мероприятия в организации правильно составлены и выполняются, а также, в какой степени они направлены на своевременное предупреждение отрицательных последствий.

Согласно МСВА аудит качества – это систематическое и независимое исследование с целью определить, отвечают ли результаты деятельности запланированным требованиям и задачам; выполняются ли эти требования на практике, и соответствуют ли они поставленным целям [1].

Задачами внутреннего аудита являются:

1) оценка адекватности и эффективности контрольных процедур, которые бы способствовали снижению рисков в основной деятельности предприятия.

В данном случае будет проводиться оценка достоверности и целостности информации о финансово-хозяйственной деятельности предприятия, оценка эффективности деятельности, оценка сохранности активов.

2) разработка рекомендаций по совершенствованию процессов корпоративного управления. Сюда включается разработка рекомендаций по:

- своевременному обеспечению всех подразделений соответствующей информацией;
- обеспечению эффективного управления и ответственности работников за результаты своей работы;

- своевременному обмену информацией между советом директоров, внешними и внутренними аудиторами и руководством организации.

3) оценка рисков, связанных с деятельностью организации. В данной задаче подразумевается оценка риска мошенничества и оценка управления организацией данным риском.

Функции внутреннего аудита может выполнять организация своими силами путем создания собственной службы внутреннего аудита (СВА) или использовать аутсорсинг (ко-сорсинг) [2].

Аутсорсинг представляет собой полную передачу функций внутреннего аудита посторонней компании.

Ко-сорсинг – это распределение функций внутреннего аудита между ответственными службами рассматриваемой компанией и посторонней. Он применяется на стадии постановки службы внутреннего аудита, а также используется для решения отдельных задач в процессе функционирования службы внутреннего аудита.

Аутсорсингом (ко-сорсингом) пользуются различные компании. Малые предприятия используют данные услуги, так как не имеют достаточных ресурсов для создания собственного отдела внутреннего аудита. Крупные же предприятия привлекают аудиторские услуги для аудита какой-либо специфической области.

В России аутсорсинг применяется относительно немного (больше 15 лет). Спрос на данный вид услуг растет с каждым годом на 40–50 %. Но основными заказчиками данных видов услуг являются западные компании. Доля заказов со стороны российских организаций составляет около 20 %. При этом основная часть заказов находится в Москве и Московской области (65 %), в Санкт-Петербурге – 12 %, и лишь 23 % приходится на все остальные города России.

Можно выделить следующие причины, тормозящие развитие данной сферы на российских рынках [3]:

1) нехватка опыта и информации;

2) общеэкономическая ситуация в стране, модели ведения бизнеса, отсутствие долгосрочных перспективных отношений и недоверие многих предприятий передавать конфиденциальную информацию сторонним организациям.

3) ложные ожидания от оказания аутсорсинговых услуг. Российские компания ожидают снижение издержек, в то время как главной задачей аутсорсинга за рубежом является повышение производительности.

Ключевыми условиями роста на рынке внутреннего аудита являются экономическая стабильность в стране, доступность налогового законодательства и т.д. Это обеспечит высокий рост данной сферы.

Литература:

1. Рубан Л.С. Финансовая отчетность в условиях инфляции / Л.С. Рубан, Н.В. Седых // Современные тенденции в образовании и науке сборник научных трудов по материалам Международной научно-практической конференции: в 26 частях, 2013. С. 130–132.
2. Крышкин О. Настольная книга по внутреннему аудиту. Риски и бизнес-процессы // Альпина Паблишер, 2015–477с.
3. Петькова Д.Ю. Совершенствование управленческого анализа финансовых результатов деятельности коммерческой организации / Д.Ю. Петькова, Н.В. Седых // Современные тенденции в образовании и науке сборник научных трудов по материалам Международной научно-практической конференции: в 26 частях, 2013. С. 129–130.
4. Аутсорсинг бухгалтерских услуг в России и за рубежом: становление, современное состояние и перспективы развития // Информаудитсервис, 2014.

РЫНОЧНАЯ ИНТЕГРАЦИЯ СТРОИТЕЛЬНОЙ ОТРАСЛИ КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ

З.М. Нартокова, студентка группы 13-ЭБ-ЭК8

Интеграционный процесс – это сложный процесс сближения и объединения мелких частей в единое целое; слияние смежных структур для общей деятельности, приводящей к увеличению эффективности работы.

Интеграция в рыночной экономике бывает: вертикальная и горизонтальная. Вертикальная интеграция это укрепление связей между смежными звеньями цепи производства.

При горизонтальной интеграции происходит слияние конкурирующих предприятий или находящихся на одном уровне действия, для увеличения эффекта масштаба, увеличения конкурентоспособности и расширения сферы деятельности.

Эффективное применение вертикальной интеграции может быть в отраслях промышленного производства, нефтедобывающей отрасли, а так же в отрасли строительства.

Строительная отрасль Краснодарского края в последние годы является передовой и одной из основных отраслей экономики в крае. Темпы строительства в Краснодаре опережают показатели многих российских мегаполисов. По итогу 2015 года в столице Краснодарского края введено в эксплуатацию более 2 млн квадратных метров жилья. Этот показатель является рекордным за последнее десятилетие для Краснодарского края в целом [3].

Поддержание высоких темпов развития строительного рынка требует внедрения абсолютно новых методов управления и стратегического планирования процесса строительства. Одним из эффективных методов роста строительных организаций должно является стремление к максимальной вертикальной интеграции, имеющей множество преимуществ для данной отрасли [2, 13].

Для снижения издержек и оптимизации себестоимости всего технологического процесса от планировки до сдачи жилья необходимо максимально возможное объединение всех звеньев производства [1, 37].

В данной отрасли структуру вертикальной интеграции может образовать создание нескольких уровней производства:

- проектный институт, занимающийся проектированием строительного объекта организации, подготовкой расчетно-сметной документации;
- геологические и геофизические структуры;
- разработка растворо-бетонного узла, который будет отвечать требованиям по объемам строительства на базе предприятия;
- предприятия по ремонту и отделке объектов;
- автотранспортное подразделение;
- предоставление риэлторских услуг.

Разработка и открытие вышеперечисленных структур и смежных подразделений эффективно отразится на уровне работы предприятия, окажет косвенное маркетинговое воздействие и, главное, оптимизирует технологический процесс и издержки, которые несут строительные предприятия, работающие на всех этапах строительства со сторонними организациями.

Примерном максимального применения вертикальной интеграции на строительном рынке Краснодарского края являются многие крупные девелоперы. Корпорация ООО СИК «Девелопмент-Юг» перешла на интегрированный процесс работы, создав в своем подчинении все возможные структуры строительного процесса. Организован полный производственный цикл от производства стройматериалов до обслуживания сданных домов.

В структуру холдинга входит более десятка организаций: проектный институт «Девелопмент-проект» и геологическая компания ООО «Георесурс», предприятия по дизайну и отделке, ремонту жилой и коммерческой недвижимости, послепродажного обслуживания зданий. Также, несколько агентств недвижимости холдинга оказывают риэлтерские услуги, предприятие ОАО «Архиповский карьер» занимается производством инертных материалов, автотранспортное подразделение ООО «Девелопмент-Авто» обеспечивает весь комплекс строительных работ, а также транспортировку людей и грузов.

Интеграция строительных предприятий во многом определяет состояние современного производства и перспективы его развития на действующем уровне строительства в Краснодарском крае.

Литература:

1. Асаул А.Н. Институциональный подход к развитию инвестиционно-строительного комплекса // Экономическое возрождение России. 2005. С. 37.
2. Каменецкий М.И. Развитие строительного комплекса. М. : ИНФРА-М, 2010. С. 13.
3. Сайт Территориального органа Федеральной службы государственной статистики по Краснодарскому краю. URL: <http://krsdstat.gks.ru>
4. Седых Н.В. Обеспечение эффективности развития предприятий сахарной промышленности в условиях рыночной интеграции: автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата экономических наук / Кубанский государственный технологический университет. Краснодар, 2009.
5. Сухина Н.Ю. Развитие интеграционных процессов в АПК / Н.Ю. Сухина, Н.В. Седых // Известия высших учебных заведений. Пищевая технология. 2006. № 6. С. 5–7.
6. Седых Н.В. Причины падения курса рубля в 2014 году. Поиск решения проблемы девальвации национальной валюты / Н.В. Седых, А.В. Аванесян // Факторы повышения эффективности российской экономики. 2014. С. 64–68.

РОЛЬ ГОСУДАРСТВЕННО-ЧАСТНОГО ПАРТНЕРСТВА В ИНВЕСТИЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

А.И. Недугов, студент группы 14-ЭБ-МН2;

Р.Я. Рубина, доцент

Ограниченность финансовых ресурсов государства, твердит о необходимости поиска новых моделей реализации инвестиционных и социальных проектов как на региональном и федеральном уровнях государственного управления, так и на уровне местного самоуправления. Частно-государственное партнерство идеально подходит для этого. На сегодняшний день, такое соглашение стало очень актуальным во всем мире. Такую значительную актуальность эта тема получила, из-за условий мирового финансового кризиса, в случае с которым, различные отрасли стали нуждаться в государственной поддержке [1, 59].

Функция государственно-частного партнерства, в наше время, является одной из основных, в деятельности любого развитого государства и предполагает в числе прочего строитель-

ство и обеспечение нормального функционирования социальной инфраструктуры. В условиях ограниченности бюджетных средств и не всегда эффективного управления органами власти процессов организации строительства успешное выполнение данной функции возможно только при взаимодействии государства и бизнеса.

Государство обладает большим потенциалом собственности и бизнес, который имеет ресурсы для инвестиций. Преимущества таких «объединений» заключаются в следующем:

- развитие конкурентных отношений в отрасли производства общественных благ;
- повышение качества социальных услуг;
- приток денежных средств в регион;
- строительство объектов, которые создают дополнительные рабочие места.

Механизмы такого соглашения позволяют частично перекинуть ряд рисков и обязанностей на плечи частного сектора, помимо этого, государство выполняет функцию контролирующего органа, где частный сектор от партнерства получает выгоду. Например: государственные активы, по льготным условиям оплаты. Кроме этого, частный партнер имеет гарантию возврата инвестируемых средств в государственные проекты, так как государство берет на себя существенную долю рисков. Вдобавок, частный сектор имеет полную свободу в принятии управленческих решений [2, 74].

Как показывает практика, наиболее удобной формой частно-государственного партнерства являются концессии, ведь они носят долгосрочный характер, что позволяет обеим сторонам выполнять стратегическое планирование своей деятельности. Обращение бизнеса в концессию обеспечивает привлечение частного капитала, кроме того, в концессиях частный сектор имеет полную свободу в принятии управленческих решений. Частно-государственное партнерство осуществляется в различных сферах деятельности: и в секторе промышленных работ и в секторах промышленности, но в большинстве случаев, это замечается в таких сферах, как здравоохранение, электроэнергетика, образование, транспорт [2, 79].

Если рассматривать опыт применения частно-государственного партнерства, то можно увидеть, что концессионные партнерства отлично применяются в социальной и транспортной инфраструктуре, а так же ЖКХ. Но стоит учесть, что в каждой стране своя наиболее приоритетная отрасль по использованию частно-государственного партнерства. Например, в Германии – образование (24 проекта), в Великобритании – образование (113 проекта) и здравоохранение (123 проекта), в Италии, Франции и Канаде – здравоохранение. Отсюда можно сделать вывод, что в странах с высоким уровнем производительности труда и ВВП на душу населения, а так же с наличием рыночной экономики, где государство гарантирует защиту населения, частно-государственное партнерство применяется чаще всего в отраслях образования и здравоохранения, что продиктовано политикой государства.

Основная проблема частно-государственного партнерства в России заключается в слаборазвитой нормативно – правовой базе, что в настоящее время ограничивает развитие этого формата финансирования. Она не даёт использовать механизмы проектного финансирования, сложившихся в деловой практике развитых стран. Например, В РФ не предусмотрено использование некоторых схем структурирования определенных проектов, отсутствуют некоторые положения для их качественной реализации, в том числе связанные с обеспечением обязательств частных партнеров перед финансирующими организациями. В России до сих пор фактически отсутствует регулирование частно-государственных проектов на федеральном уровне, что существенно затрудняет участие федеральных властей в проектах [3, 124].

Отсутствие нормативных документов и адекватного законодательства мешают развитию частно-государственного партнерства в нашей стране. Для разработки соответствующей нормативно-правовой базы, необходимо привлечение частных секторов для реализации больших проектов в сфере социальной и транспортной инфраструктуре. При этом, государству важно закрепить за собой рычаги контроля за этими деятельностью концессионеров, включая контроль за экологическую и техническую безопасность, а так же качеством обслуживания

Можно сказать о том, что в России складывается уникальная ситуация. Уникальность заключается в том, что в России, у государства имеются огромные инвестиционные возможности для реализации крупных инвестиционных программ. Так же, частно-государственное партнерство должно реализовываться, через эффективное разделение функций, другими словами, государство должно создавать «общественное благо» прежде всего, в области инфраструктуры производственного и непромышленного характера, а частный сектор в этом случае может сосредоточиться на производстве создаваемых в рамках партнерства конкурентоспособных товаров и услуг.

Литература:

1. Рубина Р.Я. Тенденции и проблемы развития проектного финансирования // Проблемы и перспективы формирования инновационной экономики России: материалы междунар. науч. -прикт. Конф. Краснодар: ИЗД. КЦНТИ, 2011. Т. 2. С. 244–251.
2. Рубина Р.Я. Стратегия современного социоэкономического развития России: экономические и правовые аспекты : монография. Краснодар, 2014. 319 с.
3. Бруссер П. Государственно-частное партнерство – новый механизм привлечения инвестиций / П. Бруссер, С. Рожкова // Рынок ценных бумаг. 2014.
4. Тощенко В. Государственно-частное партнерство: роль, формы и сферы использования // Вестник Института экономики РАН. 2012. № 1. С. 77–88.

БАНКРОТСТВО ФИЗИЧЕСКИХ ЛИЦ В РОССИЙСКОЙ И ЗАРУБЕЖНОЙ ПРАКТИКЕ

Н.В. Нерух, студент гр. 13-ЭБ-ЭК-9

Банкротство физических лиц особенно актуально в современной непростой экономической ситуации, связанной с кризисом мирового масштаба. Во время кризиса традиционно увеличивается просроченная ссудная задолженность, снижаются показатели эффективности деятельности банков. В результате экономических трудностей заемщики вынуждены брать новые кредиты, чтобы покрыть предыдущие, что лишь приводит должников в «долговую яму».

Термин «банкротство физического лица» в отечественном законодательстве появился недавно, вместе с тем появились и нормы, регулирующие процесс признания граждан банкротами. Для россиян это еще досконально неизученный процесс, однако, в США и Европе такая практика используется уже давно [1].

Американское законодательство предусматривает 5 вариантов банкротства, но наиболее распространены: лишение прав должникана личное имущество (ликвидные активы лица направляются на погашение основных долгов, остальные обязательства списываются); оплата должником всех долгов (на это дается до 5 лет, и погашать он может их по своему предоставленному в суд плану).

Отрицательным моментом является тот факт, что в течение 10 лет после признания банкротом бывший должник не сможет брать кредиты.

Практика банкротства в странах Евросоюза значительно отличается. В 2000 г Советом ЕС было принято Постановление о судопроизводстве при неплатежеспособности. Согласно ему, решение суда о признании банкротом гражданина одной из стран ЕС должно быть признано другими членами Союза. То есть получить статус банкрота можно в одной стране, а долги будут списаны и в других странах ЕС. Проще всего получить такой статус в Англии, сделав эту страну своим Центром Основных Интересов (ЦОИ). Для этого нужно лишь 6–8 месяцев работать в Англии или вести там предпринимательскую деятельность.

Самое быстрое признание банкротом происходит в Англии – 12 месяцев. В Латвии эта процедура длится 5 лет, в Германии – 6 лет, а в Ирландии – до 12 лет. По истечению этого периода, в случае если финансовое состояние должника не улучшилось, а долги не были погашены, он признается банкротом и все его обязательства перед кредиторами обнуляются. Этому предшествует реализация его имущества. Для управления процессом признания неплатежеспособности и имуществом должника привлекаются управляющие банкротством.

В странах ЕС данный процесс направлен на защиту интересов должников перед кредиторами. До реализации имущества проводится досудебное урегулирование ситуации. За освобождение от долгов граждан европейской страны также заплатит возможностью брать кредиты и своей репутацией.

С 1 июля 2015 гв России вступил в силу Федеральный Закон № 476-ФЗ (о банкротстве физических лиц), принятый от 29.12.2014 г, который регламентирует порядок действий в случаях невозможности самостоятельного погашения долгов по кредитам ИП и гражданами Рос-

сии. Согласно этому закону, банкротство физического лица – это признанная судом неспособность должника удовлетворить требования кредиторов по денежным обязательствам и (или) исполнить обязанность по уплате обязательных платежей, если: размер обязательств не менее 500 тыс. руб; обязательства просрочены на 3 месяца[1].

Судебная процедура для физических лиц предусматривает три варианта выхода из тяжелой финансовой ситуации: мировое соглашение с кредиторами в досудебном порядке; реструктуризация долга; банкротство физического лица.

Признание гражданина банкротом – это не списание долгов, а погашение долга после продажи финансовым управляющим части имущества. Процедура защищает граждан от изъятия банком жизненно важной собственности (единственного жилья, личных вещей). При признании гражданина банкротом производится запись в Единый федеральный реестр сведений о банкротстве. Сделки по передаче имущества супругу или родственникам в течение года признаются недействительными, уголовно наказуемо фиктивное банкротство.

Обратиться в суд с заявлением о признании банкротом имеет право любой гражданин России, кредиторы и налоговая инспекция. Возбуждение дела о банкротстве возможно в случае смерти заемщика. Признание банкротом вызывает определенные последствия: статус банкрота сохраняется в течение 5 лет; накладывается запрет на участие в управлении юридическим лицом на 3 года; почти все имущество должника отходит для погашения долга, запрещено открывать новые банковские счета; признание банкротом автоматически означает ограничение на выезд из страны.

Новый закон о банкротстве в России можно представить как меру оздоровления финансовой ситуации в стране. Целью процедуры банкротства в нашей стране является наиболее полное удовлетворение требований кредиторов с учетом жизненно важных прав и интересов российских граждан. Таким образом, реализация данного закона позволит: должникам распланировать исполнение обязательств перед кредиторами и восстановить платежеспособность; снизить риски и расходы кредиторов на администрирование банкротства, улучшить социально-экономическую ситуацию в стране.

Литература:

1. Обухова Е. Мода на банкротство // Эксперт. 2014. № 24. С. 22–25.
2. Седых Н.В. Кластерный подход в контексте совершенствования государственной региональной инвестиционной политики / Н.В. Седых, Ю.И. Назарько // Экономика и предпринимательство. 2015. № 12-2 (65-2). С. 431–434.
3. Седых Н.В. Тенденции развития банковской кредитной политики реального сектора национальной экономики / Н.В. Седых, О.Г. Халяпина // Экономика и предпринимательство. 2015. № 10-1 (63-1). С. 46–48.
4. Семидоцкий В.А. Роль и задачи государственной преференциальной политики стимулирования инвестиций в регионе (по материалам Краснодарского края) / В.А. Семидоцкий, М.А. Пономарев, С.С. Арзамасов // Вопросы экономики и права. 2011. № 31. С. 102–105.

ДИНАМИКА И СТРУКТУРА ИНВЕСТИЦИЙ В РОССИЙСКУЮ ЭКОНОМИКУ И ПУТИ ЕЕ УЛУЧШЕНИЯ

Р.Я. Рубина, доцент;

А.Н. Булгакова, студентка группы 14-ЭБ-МНЗ

Инвестиции касаются самых глубинных основ хозяйственной деятельности России, определяя процесс экономического роста в целом. В современной ситуации инвестиции выступают важнейшим средством обеспечения социально-экономического развития страны путем внедрения современных достижений технического прогресса, повышения качественных показателей хозяйственной деятельности на микро- и макроуровнях.

Эффективность использования инвестиций в значительной степени зависит от их структуры. Под структурой инвестиций понимают их состав по видам и направлению использования, а также их долю в общем объеме инвестиций.

Изучение структуры инвестиций по различным направлениям имеет важное научное и практическое значение: выявляются тенденции развития инвестиционного процесса, что позволяет разработать более действенную и эффективную инвестиционную политику.

Немаловажным показателем для эффективного использования инвестиций является динамика. Под динамикой инвестиций [1] понимается изменение объемов и скорости осуществления вложений.

Важнейшими компонентами инвестиций российской экономики являются инвестиции в основной капитал, направленные на приобретение и воспроизводство основных фондов, представляющие собой затраты на строительство, реконструкцию и модернизацию объектов; приобретение машин, оборудования, транспортных средств [2].

По данным Росстата [4] объем инвестиций в основной капитал составил 13,55 трлн руб. За период с 1995 г. по 2014 г. объем капитальных вложений увеличился в 2,4 раза. За период с 2010 г. по 2013 г. наблюдается положительная динамика, абсолютный прирост составил 40 %.

В целом, структура инвестиций в основной капитал в России по видам основных фондов практически не меняется. Наибольшая доля инвестиций приходится на здания и сооружения, по данным на 2014 год на их доля равно 40,9 %. Наименьший удельный вес в общей структуре инвестиций приходится на прочий основной капитал и по результатам 2014 г. доля инвестиций составила 7,9 %. Доля машин, оборудования и транспортных средств снизилась и составила в отчетном году 35,9 %, доля инвестиции в жилища в 2014 году равна 13,55 %.

Исследуя инвестиции в основной капитал, также необходимо проанализировать инвестиции по формам собственности.

Динамика инвестиции российской собственности имеет положительный характер, в период с 2010 г. по 2014 г. темп роста объема инвестиций составил 148,3 %, таким образом объем вложений увеличился в 1,4 раза.

В 2010 г. объем инвестиций совместной российской и иностранной собственности составлял 727,7 млрд руб., в 2011 г. данный показатель понизился на 17 %. В период с 2012 г. по 2013 г. показатель возрос, абсолютный прирост составил 9,9 %. С 2013 г. наблюдается незначительное снижение объемов вложений.

Наибольший удельный вес инвестиции в основной капитал по формам собственности принадлежит российской собственности и составляет 86,3 %. Доля иностранной собственности равна 7,3 %, соответственно наименьшая часть приходится на совместную российскую и иностранную собственность – 6,4 %.

Важным аспектом при анализе структуры и динамики инвестиции в РФ являются иностранные инвестиции. Поскольку иностранные инвестиции в современной экономике России, имеющей все признаки нестабильности и неустойчивости, по мнению многих специалистов, являются важным инструментом повышения экономической активности в стране, интегрирования в мировую экономику и международный финансовый рынок. Непрерывное их поступление в экономику принимающей стороны способствует увеличению ее производственных возможностей и является одним из важнейших факторов ее экономического развития. Кроме того, иностранные инвестиции служат стимулом роста и внутренних инвестиций [4]. Для анализа иностранных инвестиций рассмотрим прямые инвестиции.

Прямые инвестиции – это вложения ценностей в уставные капиталы в обмен на корпоративные права, эмитированные хозяйственными обществами. Такое участие в капитале предусматривает осуществление устойчивого влияния на его развитие со стороны инвестора.

Объем прямых иностранных инвестиций в 2014 г. составил 22031 млн долларов США. За период с 2000 г. по 2014 г. объем прямых вложений уменьшился в 2 раз. Наибольшая доля прямых иностранных инвестиций относится к кредитам, полученных от зарубежных совладельцев организаций, данной категории принадлежит 56 %. Удельный вес взносов в капитал составил 38 %, соответственно прочие прямые инвестиции – 6 %.

На сокращение притока иностранного капитала повлияли санкции со стороны стран Запада, а также замедление экономики и девальвация рубля. На сегодняшний день сохраняется высокая степень неопределенности относительно развития экономики страны, что заставляет инвесторов выжидать наступления более благоприятного периода.

Очевидно, для улучшения инвестиционной деятельности необходимо принять ряд правительственных мероприятий, направленных на создание благоприятного инвестиционного климата, и как следствие повышения деловой активности.

Правительства Российской Федерации разработало ряд мер, которые закреплены в плане действий, направленных на обеспечение стабильного социально-экономического развития Российской Федерации, предполагающих [5]:

Во-первых, расширение практики реализации проектов государственно-частного партнерства, включая концессионные соглашения: упрощение процедуры принятия решений о реализации проектов, расширение перечня объектов, в том числе на арендное жилье.

Во-вторых, расширение оснований для применения наказаний, не связанных с лишением свободы за преступления в сфере предпринимательства при совершении правонарушения впервые. В свою очередь это приведет к улучшению инвестиционного климата, увеличение инвестиционной активности, снижение уголовного преследования предпринимателей, а также к сокращению случаев банкротства юридических лиц и индивидуальных предпринимателей в связи с уменьшением количества осужденных к лишению свободы.

В-третьих, реформирование системы государственного контроля путем:

– применения риск-ориентированного подхода при организации и проведении внеплановых проверок;

– введения института предварительной проверки жалобы, иной информации о нарушении проверяемым обязательных требований, поступившей в орган контроля (надзора).

В-четвертых, повышение интереса со стороны инвесторов к российской экономике, увеличение поступлений денежных средств в федеральный бюджет от продажи акций общества предполагается достичь путем продажи находящихся в федеральной собственности и собственности компаний с государственным участием акций крупнейших компаний (уменьшение степени участия Российской Федерации в уставных капиталах обществ).

В-пятых, установление пороговых значений количества проводимых проверок в рамках массовых проверок видов государственного контроля (надзора), осуществляемого в отношении субъектов предпринимательской деятельности позволит сократить по соответствующим видам государственного контроля (надзора), муниципального контроля количества включенных в ежегодный план проведения проверок в 2016 году – на 30 %, далее ежегодно – на 10 %.

Литература:

1. Щербакова Н.А. Экономическая оценка инвестиций : учеб. пособие / Н.А. Щербакова, И.А. Александрова. СГГА, 2012. 202 с.
2. Аблеева А.М. Инвестиции в основной капитал: структурно-динамический аспект // Ученые записки РГСУ. 2013. № 6 (122). URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/investitsii-v-osnovnoy-kapital-strukturno-dinamicheskiy-aspekt>
3. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики. URL: <http://www.gks.ru/>
4. Калинина М.И. Иностранные инвестиции в экономике России / М.И. Калинина, О.В. Мирошниченко // Актуальные вопросы экономических наук. 2014. № 40.
5. План действий Правительства Российской Федерации, направленных на обеспечение стабильного социально-экономического развития Российской Федерации в 2016 году. URL: <http://government.ru/media/files/X6NrRVuOjjj1ALG5ZoCbVm5G3IQ0lCkh.pdf>

ВЛИЯНИЕ ОФФШОРНОГО БИЗНЕСА НА ИНВЕСТИЦИОННЫЙ КЛИМАТ В РОССИИ

Р.Я. Рубина, доцент;

А.В. Ткаченко, студентка группы 14-ЭБ-МНЗ

Для нормального развития экономики как на макро-, так и на микроуровне необходим постоянный приток средств (инвестиционных ресурсов).

Степень благоприятности инвестиционного климата региона определяется совокупным воздействием объективных и субъективных факторов инвестирования.

Оценки инвестиционного климата колеблются в границах от благоприятного до неблагоприятного. Благоприятным считается климат, способствующий активной деятельности инвесторов, стимулирующий приток капитала. Неблагоприятный климат повышает риск для инвесторов, что ведет к утечке капитала и затуханию инвестиционной деятельности. Инвестиционный климат включает объективные возможности страны или региона (инвестиционный потенциал) и условия деятельности инвестора (инвестиционный риск) [1].

Стремительное развитие процесса оффшоризации непосредственно связано с преимуществами, которые предоставляются оффшорными центрами, т.е. с привлекательностью их оффшорных режимов, которые представляют собой совокупность особых льгот, предоставляемых зарегистрированным на их территории компаниям. Как правило, оффшорные режимы характеризуются набором следующих преимуществ: налоговые льготы (иногда полное освобождение от налогового бремени), значительный уровень свободы при ведении отчетности (иногда полное отсутствие требований к отчетности), отсутствие валютного контроля, возможность осуществления операций с резидентами в любой валюте, анонимность владельцев финансовых активов, а также конфиденциальность финансовых операций и др.

Владение активами через компании, зарегистрированные в оффшорных юрисдикциях, дает предпринимателям уверенность в защищенности своих средств. Использование оффшоров при налоговом планировании усиливает правовую защищенность активов, повышает их международную привлекательность.

Говоря о положительном влиянии использования оффшорных финансовых сетей на развитие российской экономики, можно отметить тот факт, что реализация подобных стратегий повышает конкурентоспособность компаний и фирм в национальной и мировой экономиках. Также среди положительных моментов необходимо упомянуть создание условий для диверсификации инвестиций, расширения доступа к внешнему финансированию, а также стремление к облегчению общего налогового бремени [2].

Однако все большее число развитых стран ощущают на себе негативные последствия оффшоризации такие, как высокие потери бюджета в области налогообложения, а также утечку капитала. К тому же одним из современных направлений оффшорного бизнеса является «отмывание грязных денег», т.е. легализация доходов, полученных незаконным путем.

По данным платежного баланса России, публикуемым Банком России, объемы ежегодного оттока капитала из страны в период с конца 90-х годов и в первые годы XXI-го века составлял порядка 25 миллиардов долларов США. По состоянию на 2014 год чистый отток российского капитала достиг своего исторического максимума и составил 151,5 миллиарда долларов США, увеличившись более чем в два раза по сравнению с объемом чистого оттока капитала в 2013 году, когда тот составил 62,7 миллиард долларов США согласно данным ЦБ РФ [3].

В связи с преобладанием негативных последствий оффшорного бизнеса, в России проводится жесткая политика деоффшоризации, направленная на снижение влияния оффшорного сегмента на национальную экономику. Главной задачей политики деоффшоризации является устранение диспропорции в конкурентных преимуществах между компаниями, использующими оффшоры в своей деятельности, и компаниями, не интегрированными в международный бизнес. Проведя анализ оффшорного бизнеса, можно выделить некоторые пути его деоффшоризации:

1. Нужно прекратить увязывать развитие российской экономики с привлечением зарубежных инвестиций и снимать этот вопрос с повестки дня.

2. Деятельность любой крупной компании затрагивает государственные и общественные интересы. Необходимо создавать условия большей открытости (транспарентности) бизнеса.

3. Имеет смысл установить «планку» по оборотам, количеству акционеров и другим параметрам, после которой частная компания обязана перерегистрироваться в публичную, со всеми вытекающими последствиями.

4. Необходимо понизить планку обязательности аудита по таким критериям как размер оборота, количество акционеров и другим критериям. Обязать при проведении аудита раскрывать цепочку собственников вплоть до конечного бенефициара и выявлять компании аффилированные и ассоциированные с проверяемой.

5. Вся российская промышленность и весь российский бизнес непосредственно или опосредованно завязаны на ресурсы – полезные ископаемые, земля, лес, вода, электроэнергия,

газ, вода. При предоставлении этих ресурсов, а также при подключении к сетям, можно предусмотреть льготы для российских компаний.

6. Огромная задолженность российского бизнеса перед иностранными кредиторами создает угрозу национальной безопасности. Необходимо внешний корпоративный долг, или его существенную часть, конвертировать во внутренний.

7. Распространить налогообложение на выплаты доходов «у источника» на все операции, в том числе торговые и кредитные, совершаемые с оффшорными компаниями.

9. Обеспечить налогообложение непрямых и нерепатриированных доходов российских резидентов от участия в иностранных компаниях.

10. Ужесточить административную и уголовную ответственность за незаконный вывоз капитала под видом неоплаченной покупателями-нерезидентами продукции, непогашенных импортных авансов, непогашенных заемщиками-нерезидентами кредитов, уплаты завышенных процентов по иностранным кредитам, а также за просрочку зачисления и неполное зачисление валютной выручки на банковские счета при внешнеэкономической деятельности; за создание и использование фирм – «однодневок».

11. За счет налогообложения оборота ценных бумаг добиться снижения спекулятивного фактора на рынке ценных бумаг.

12. Обложить налогом займы и кредиты, получаемые российскими заемщиками из зарубежных источников [4].

Данные предложения помогут улучшить условия для бизнеса и инвестиционный климат, развить фондовый рынок, усовершенствовать законодательство и судебную систему.

Литература:

1. Шаренков С.Б.. Инвестиционный климат в современной России / С.Б. Шаренков, М.М. Штрикунова // Экономика и современный менеджмент: теория и практика. 2014. № 4(36).

2. Илюхина Э.В. Оффшорный бизнес в России и проблемы его контроля / Э.В. Илюхина, А.М. Ковалева // Молодой ученый. 2012. № 12. С. 216–218.

3. Официальный сайт Центрального банка Российской Федерации. URL: <http://www.cbr.ru/>

4. Бернштам Б.Е. «Бегство капитала» в условиях глобализации // Горизонты экономики, 2013. № 5 (10). С. 41–46.

СИСТЕМА УПРАВЛЕНИЯ ЗАТРАТАМИ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ АГРОПРОМЫШЛЕННОГО КОМПЛЕКСА

А.Г. Соболевская, студентка группы 13-ЭБ-ЭК8

Предприятия АПК находятся в постоянном поиске оптимальных, а главное эффективных форм управления затратами. Большинство российских сельскохозяйственных предприятий используют поэлементный метод учета затрат, опирающийся на обобщение затрат по технологическим процессам, связанным с этапами выполнения работ, предусмотренных технологией производства в растениеводстве и животноводстве.

Тем не менее этот способ значительно ограничивает аналитические возможности управленческого персонала, что же приводит к безрезультатному управлению расходами, и, как результат, служит причиной снижения эффективности деятельности предприятия. Особенно актуальной данная проблема стала с ожесточением современной конкурентной среды и вступлением РФ в ВТО.

Решение данной проблемы представляется в использовании современных систем затрат: «кайзен-костинг» и «таргет-костинг». Для современных сельскохозяйственных предприятий важной целью является сделать выпускаемую продукцию дешевле путем внедрения новых технологий. Как раз это и обуславливает внедрение элементов «таргет-костинг» в процессе стратегического управления расходами.

Главная особенность методики «таргет-костинг» это расчет себестоимости по установленной цене на реализацию, которая исходит из маркетинговых исследований. Способ «тар-

гет-костинг» позволяет во время снизить все риски, которые связаны с производством и реализацией продукции или отказаться от них. Превосходством этой системы является то, что она отвечает требованиям стратегического управления затратами и предусматривает влияние внешних факторов на параметры производственной работы [1].

В итоге предприятие может добиться желаемой себестоимости не за счет ухудшения качества продукции, а в процессе эффективной работы и поиска альтернативных резервов, для того чтобы снизить затраты.

В результате государственных закупок зерна использование метода «таргет-костинг» будет являться наиболее актуальным в растениеводстве.

«Казен-костинг» решает проблему снижения затрат и эффективного управления издержками на стадии производства, поэтому целью данного метода является стремление снизить все потери в производстве. Главная задача «кайзен-костинг» это не поддерживать производство в стабильном состоянии, а постоянно улучшать процессы, используя внутренние резервы, так, чтобы издержки постоянно снижались. В конечном итоге «кайзен-костинг» позволит снизить все затраты (от 2 до 5 %) на всей стадии производства [2].

Необходимо принять во внимание то, что главное условие снижения расходов – это усилия, направленные на достижение этой цели всех членов производственного процесса путем сокращения затрат. И в случае, если владельцы агропромышленного предприятия заинтересованы снизить себестоимость продукции, то для менеджеров это должностная обязанность. И первую очередь нужно создать условия для повышения мотивации сотрудников, которые заняты в производстве сельскохозяйственной продукции.

Для примера рассмотрим внедрение «кайзен-костинг» в Агрохолдинг «Кубань». Так, экономический эффект от внедрения «кайзен-костинг» в 2014 г. составил 107 млн руб., а в целом за весь срок внедрения системы (2010–2014 г.) – 483 млн руб. При этом выросла производительность труда в 2,3 раза и составила 250 тыс. руб. / работника; себестоимость производства пшеницы снизилась на 23 %; производство молока высшего сорта выросло на 40 %.

В рамках реализации «кайзен-костинг» Агрохолдинг проводит конкурс «Лучший кайзен», который стимулирует сотрудников к реализации и разработке проектов по снижению затрат (всего за период внедрения «кайзен-костинг» было внедрено 197 предложений работников).

Среди наиболее успешных можно выделить следующие: совершенствование схемы комбикормового цеха позволило добиться экономического эффекта в размере 478 тыс. руб., при затратах в 1,4 тыс. руб.

Таким образом, применение методов «таргет-костинг» и «кайзен-костинг» на предприятиях агропромышленного комплекса способствуют сокращению затрат на производство продукции, внедрению новых технологий и анализу затрат на всех этапах производства, что особенно важно для предприятий агропромышленного комплекса.

Освоение систем учета затрат «таргет-костинг» и «кайзен-костинг» может значительно помочь и ускорить процесс совершенствования управления затратами на предприятиях агропромышленного комплекса. Это позволит существенно повысить конкурентоспособность российской сельскохозяйственной продукции на внутреннем и внешнем рынках, осуществлять импортозамещение, увеличить экспорт зерна и другой сельскохозяйственной продукции.

Литература:

1. Смирнова Н. «Таргет-костинг позволяет управлять себестоимостью». URL: <http://www.buhgalteria.ru/page/2879>.
2. Желтова М.Ф. Кайзен-костинг и таргет-костинг как направление повышения эффективности деятельности предприятий АПК / М.Ф. Желтова, И.Ф. Меркулова // Молодой ученый. 2015. № 12. С. 287–290.
3. Седых Н.В. Обеспечение эффективности развития предприятий сахарной промышленности в условиях рыночной интеграции: диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук, «КубГУ». Краснодар, 2009.
4. Сухина Н.Ю. Развитие интеграционных процессов в АПК / Н.Ю. Сухина, Н.В. Седых // Известия высших учебных заведений. Пищевая технология. 2006. № 6. С. 5–7.

РОССИЙСКИЕ И МЕЖДУНАРОДНЫЕ НОРМЫ РЕГУЛИРОВАНИЯ НОЧНОГО ТРУДА

В.А. Ткаченко, студент группы 14-Э-ЭБ1;
И.В. Реутская, кандидат экономических наук, доцент

Режимы работы организаций многих отраслей промышленности и сферы обслуживания требует круглосуточного графика работы. Это организации транспорта, связи, организаций, технологический цикл которых не допускает остановки оборудования. Правовое регулирование ночной работы трудящихся в России осуществляется Трудовым кодексом Российской Федерации, в соответствии со ст. 96 которого ночным считается время в промежутке с 22 до 6 часов утра. Если нормальная продолжительность рабочего дня длится 8 часов, то ночная смена сокращена на 1 час. Однако, трудовым законодательством предусмотрены ситуации, когда длительность ночного труда может быть равна нормальной – это занятость работника в режиме сокращенной рабочей недели; наем работника для труда именно в ночное время; объективные требования условий труда или сменный режим при 6 – дневной рабочей неделе.

Конвенция № 171 «О ночном труде», принятая Генеральной конференцией Международной организации труда в г. Женеве в 1990 г., вступила в силу в 1995 г. Этот документ был принят с целью улучшения переносимости ночной работы. Его ратифицировали 11 государств, в числе которых Бельгия, Литва, Португалия, Словакия, Чехия, Австрия, Венгрия, Германия, Италия, Нидерланды и Швеция.

Особое внимание к ночному труду обусловлено тем, что работа в ночное время может оказывать негативное влияние на нормальный биологический ритм организма. Необходимо было принять меры в отношении охраны здоровья трудящихся, работающих в ночное время. Международным законодательством принято считать ночным трудом любую работу, выполняемую в течение не менее семи часов подряд, включая промежуток между полуночью и 5 часами утра. Согласно Российскому законодательству, ночное время длится с 22 часов до 6 часов, что на два часа больше.

Выделяют следующие типы ночного труда: регулярный ночной труд в предприятиях, где производство ведется непрерывно и днем, и ночью; ночной труд для некоторой части рабочих по отношению к тем работам, которые не могут быть прерваны в силу особенностей технологии производства; ночной труд вследствие чрезмерно продолжительного рабочего дня и сверхурочной работы, например, при накоплении сезонной работы, экстренных заказах.

Конвенция № 171 предусматривает в целях охраны здоровья работников, осуществляющих ночной труд, предоставление по их просьбе права на прохождение бесплатного медицинского обследования и на получение консультаций относительно того, как уменьшить или избежать ущерба для здоровья, связанного с их работой.

Обзор российского законодательства показал, что Министерством здравоохранения и социального развития РФ утверждён перечень вредных и опасных производственных факторов и работ, при выполнении которых проводятся обязательные предварительные и периодические медицинские осмотры или обследования. Также утверждён порядок проведения обязательных предварительных и периодических медицинских осмотров или обследований работников, занятых на тяжелых работах и на работах с вредными и опасными условиями труда [3]. К сожалению, указанный перечень не включает работы, выполняемые в ночное время.

ТК РФ предусматривает обязанность работодателя переводить работников, нуждающихся по состоянию здоровья в предоставлении им более лёгкой работы, на другую работу в соответствии с медицинским заключением с соответствующей оплатой. Если же работник полностью неспособен к трудовой деятельности в соответствии с медицинским заключением, трудовой договор с ним подлежит расторжению. Порядок выплаты пособия по безработице, временной нетрудоспособности и инвалидности установлены соответственно Законом Российской Федерации «О занятости населения в Российской Федерации».

В соответствии с Конвенцией, компенсации трудящимся, работающим в ночное время, касающиеся продолжительности рабочего времени, оплаты труда или аналогичных льгот, должны учитывать особенности ночного труда. Согласно Трудовому кодексу РФ при выполне-

нии работ в ночное время работнику производятся следующие выплаты, предусмотренные трудовым законодательством и иными нормативными правовыми актами, содержащими нормы трудового права, коллективным договором, соглашениями, локальными нормативными актами, трудовым договором. В соответствии со ст. 154 ТК РФ зарплата за работу, которая выполнялась в период с 22 до 6 часов, выплачивается в повышенном размере. Законодатель закрепляет следующую норму: час рабочего времени ночью должен стоить больше по сравнению с часом работы в нормальных дневных условиях. Минимальный коэффициент увеличения оплаты устанавливается Правительством РФ на основе рекомендаций специалистов Российской трехсторонней комиссии по регулированию социально-трудовых отношений. За время работы в ночной смене размер доплаты составляет 40 % тарифной ставки (оклада) за каждый час работы. Смена, непосредственно предшествующая ночной, считается вечерней. За каждый час работы в такой смене устанавливается доплата в размере 20 % тарифной ставки (оклада) за каждый час работы в ней. Для некоторых категорий сотрудников повышенный размер доплаты за работу ночью закреплен действующим трудовым законодательством. Так, например, минимальный размер доплаты работникам сторожевой охраны составляет 35 % часовой тарифной ставки или оклада (в расчете на час работы в ночное время). Если же работодатель готов компенсировать большую сумму доплаты, это должно быть отражено в коллективном договоре.

Конвенцией № 171 регламентировано, что трудящимся, работающим в ночное время, а также, по мере необходимости, другим трудящимся, в период, когда они заняты ночным трудом, предоставляются соответствующие социально-бытовые услуги. Российское законодательство аналогичной нормы не содержит.

Международной организацией труда установлено, что до введения рабочих графиков, требующих использования ночного труда, предприниматель проводит консультации с представителями заинтересованных трудящихся относительно конкретного содержания таких графиков и форм организации труда в ночное время. На предприятиях, использующих труд работников, работающих в ночное время, эти консультации должны проводиться регулярно. В соответствии с Российским законодательством правила внутреннего трудового распорядка утверждаются работодателем с учетом мнения представительного органа работников, что соответствует общим подходам Конвенции. Вместе с тем, в российском законодательстве не регламентируются формы организации труда в ночное время, а также необходимые меры по гигиене труда. Указанные нормы и правила разрабатываются самим работодателем в зависимости от сферы деятельности.

Нередко можно встречаются мнения о том, что ночной труд – это несомненное зло, ненормальность в физиологическом отношении, так как лишает человека сна в то время, когда организм этого требует. В результате, рабочие, трудящиеся ночью, истощаются чрезвычайно сильно и быстро [5]. Это мнение не лишено здравого смысла, так как число несчастных случаев ночью больше, чем днем, особенно на транспорте, интенсивность и производительность труда ниже, качество работ хуже. В силу зачастую опасных последствий ночного труда требуется, если не запрещение его, как это делается в Швейцарии, то в значительной мере ограничение.

Россией не ратифицирована Конвенция № 171 «О ночном труде». Несмотря на это, мы показали, что ряд положений этого документа нашли отражение в отечественном законодательстве. По мнению специалистов, ратификация Конвенции потребует внесения существенных изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации. Это касается гарантий, предоставляемых трудящимся, выполняющим работу в ночное время. Например, предоставление бесплатного медицинского обслуживания, прохождение бесплатного обследования, получение первой медицинской помощи, принятие мер, обеспечивающих наличие альтернативной ночному труду работы для трудящихся женщин, а также сохранения за женщиной льгот при переводе на работу, альтернативную ночному труду и т.д. По нашему мнению, законодательное регламентирование перечисленных гарантий осложнено обстоятельствами, связанными с многообразием сфер деятельности российского предпринимательства, неравными финансово-экономическими условиями хозяйствования, а иногда – и нежеланием руководителей развивать социальную базу для своих сотрудников.

Тем не менее, в России немало отраслей и видов деятельности, где уделяется серьезное внимание обеспечению социальных гарантий работающим в ночное время. Формы социального пакета могут быть абсолютно разными, стандартными и экзотичными – это фитнес, оплачиваемый обед или деньги на бензин. Обязательными являются бесплатная стоматологическая помощь, медицинское обслуживание, пенсионные взносы, добровольные страховые взносы для

сотрудников и их семей, страхование от смерти, аварии, госпитализации, болезней, инвалидности, санаторно-курортное лечение, признание выслуги лет. Сотрудники, которые имеют определенный стаж, могут получить подарочные сертификаты и прочие отличия. Все больше работодателей признают необходимость использования различных социальных бонусов для удержания кадров. Социальные бонусы в виде взносов в пенсионные фонды считаются инструментом укрепления лояльности, поэтому одним из вариантов сделать свою компанию привлекательной считают добровольное пенсионное страхование.

Разнообразие компенсаций, особенно за работу в ночное время, имеет большой мотивирующий эффект, так как стимулирует творческую активность работника, безличная форма социальных гарантий играет роль морального стимула, что особенно эффективно в мотивации современного высококвалифицированного работника.

Литература:

1. Понятие «Ночной труд» ТК РФ ст. 1. URL: <http://base.garant.ru/>
2. Приказ Министерства здравоохранения и социального развития Российской Федерации от 12 апреля 2011 г. № 302 // Российская газета. 2012. № 73, (прил. № 1).
3. Принятие конвенции № 171. URL: <http://www.conventions.ru/>
4. Работоспособность человека ночью. URL: <http://biofile.ru/bio/21097.html>
5. Страны, ратифицировавшие конвенцию МОТ № 171. URL: <http://consultant.ru/>

ТРУДОВЫЕ ОТПУСКА В СВЕТЕ МЕЖДУНАРОДНОЙ КОНВЕНЦИИ ТРУДА

О.А. Остапенко, студентка группы 14-Э-ЭБ1;
И.В. Реутская, кандидат экономических наук, доцент

В наше время абсолютно естественным воспринимается право работника на оплачиваемый отпуск, однако таким правом трудящиеся пользуются не так давно. Россияне пользоваться двухнедельным отпуском стали только после Октябрьской революции 1917 г., но ненадолго. Процессы индустриализации и строительства социализма требовали высокой самоотверженности трудящихся СССР, поэтому по инициативе И. Сталина в 1936 г. конвенцией Международной организации труда была ограничена минимальная продолжительность трудового отпуска шестью днями. Лишь в 1970 г. Генеральная конференция Международной организации труда, созванная в Женеве Административным советом Международного бюро труда, постановила принять ряд предложений об оплачиваемых отпусках. Результатом стало принятие Конвенции № 132 «Об оплачиваемых отпусках» 1970 г. (с поправками). Этот международный документ закрепил право работника любой страны, ратифицировавшей данный документ, на ежегодный оплачиваемый отпуск продолжительностью не менее трех недель в течение одного года.

Ратификация этого документа Россией Федеральным законом от 01.07.2010 г. № 139-ФЗ вызвала множество комментариев в средствах массовой информации. Трудящиеся опасались, что нормы Конвенции приведут к злоупотреблениям со стороны работодателей не только в установлении, но и в оплате отпускного периода. Например, между работником и работодателем могут заключаться соглашения о добровольном отказе работника от права на отпуск, а это противоречит Конституции Российской Федерации, так как ограничивает его конституционные права. Трудовым кодексом РФ запрещается не предоставление ежегодного оплачиваемого отпуска в течение двух лет подряд и более. На практике нередки ситуации, когда работники из-за так называемой «производственной необходимости» ставятся в такие условия, когда не имеют возможности взять очередной трудовой отпуск. Они соглашались получать денежную компенсацию за неиспользованный отпуск, однако с точки зрения Конвенции и Конституции РФ, подобное соглашение недействительно. Тем не менее, специалисты в области социально-экономических проблем считают, что в России преобладают неформальные отношения в социально-трудовой сфере: официально все оформляется по-новому, а по факту работник договаривается с работодателем по старым порядкам.

Сравнительная характеристика отдельных положений Конвенции МОТ № 132 и Трудового Кодекса РФ показала следующее. Если Конвенцией допускается не засчитывать периоды временной нетрудоспособности в качестве части минимального ежегодного оплачиваемого отпуска, то в России еще до ратификации Конвенции предусматривалось продление и перенесение отпуска. В Российском законодательстве не предусматривается сокращение общей продолжительности отпуска из-за «недоработки» минимального стажа работником в отличие от рекомендаций Конвенции. Если работник во время отпуска болел или с ним произошел несчастный случай, рекомендациями Конвенции государствам не засчитывать это время как часть минимального ежегодного оплачиваемого отпуска. В российском же законодательстве, напротив, еще до ратификации Конвенции использовался данный подход в регулировании вопросов продления и перенесения отпуска.

Из приведенных примеров видно, что ратификация в России Конвенции № 132 не повлекла существенных изменений в правовом регулировании отпусков. А исследование основных положений этого документа показало, что российское законодательство по ряду аспектов содержит более прогрессивные и благоприятные для работников законодательно установленные нормы труда в сравнении действующими международными стандартами. Сегодня продолжительность трудового отпуска в России составляет 28 дней плюс 12 оплачиваемых дней государственных праздников. Если в российском законодательстве какой-либо аспект вопроса о ежегодных оплачиваемых отпусках регулируется более выгодным и удобным для работников образом, чем в Конвенции № 132, то к этому аспекту применяется именно российское законодательство.

Сегодня из 183 стран-участниц Международной организации труда к Конвенции №132 присоединились только 35. В их числе Германия, Швеция, Испания, Финляндия, Бельгия, Италия, а также Йемен, Мальта, Буркина-Фасо, Уругвай, Армения, Украина и ряд других. Продолжительность ежегодного оплачиваемого отпуска для отдыха в странах Запада колеблется для различных категорий работников от одной до восьми недель. В сфере труда и трудовых отношений 15 стран Евросоюза действует и национальное трудовое право, и разнообразные нормы, принятые на уровне ЕС его органами. В странах ЕС величина отпуска регулируется Трудовым кодексом и только затем – соглашениями между работодателем, профсоюзами и самим служащим. Причем количество отпускных дней повышать можно, а вот понижать категорически нельзя.

Во Франции существует самая внушительная продолжительность оплачиваемого отпуска – 5 недель. Для сравнения: в Испании – 31 день, в ФРГ, Австрии и России – 28. Интересные новшества, касающиеся поощрения работников, были введены в некоторых французских концернах еще в 1980-е годы. На заводах автомобильных компаний «Пежо» и «Ситроен» рабочим могут начислить до 5 дополнительных оплачиваемых дней отпуска, если сотрудник в течение года на своем месте отсутствовал не более 15 дней. Новый Трудовой кодекс, подготовленный во Франции кабинетом Саркози, ограничил социальные права французских служащих, а у работодателей появилось право отдельно оговаривать количество рабочих часов и отпусков с сотрудниками.

В Греции продолжительность трудового отпуска достигает 20–30 календарных дней в зависимости от трудового стажа и годовой выработки. Зарплата в период отпуска сохраняется, и к ней дополнительно выплачивается премия в размере половины оклада.

Согласно оценкам «Форбс» Италия – одна из самых трудолюбивых стран мира. Итальянцы работают до 1800 часов в год, а продолжительность их оплачиваемого отпуска составляет в среднем такая же, как и в Греции. По конституции Италии трудящийся имеет право на ежегодный оплачиваемый отпуск и не может от него отказаться. Для основной части работников отпуска прописываются в коллективных договорах.

В отличие от стран Евросоюза имеется большинство развитых стран, в числе которых США, Канада, Великобритания и многие другие, сегодня не готовы на государственном уровне узаконить Конвенцию № 132. Так, в США вообще отсутствует законодательство в сфере отпусков, а расчет его продолжительности производится работодателями в зависимости от продолжительности службы работника, но не более 14 дней. Продолжительность трудового отпуска там зависит от продолжительности службы работника. Так, сотрудникам предоставляется по 9,6 дня оплаченного ежегодного отпуска за первый год работы в фирме, 11,5 дня получают после второго года работы, 13,8 – после трех и 16,9 дня после 5 лет работы. Однако не более 15 % американцев берут 14 дней отпуска одновременно. Некоторые категории занятых после 12–15 лет работы имеют 4-недельный оплачиваемый отпуск. В среднем в течение года отпуску

распределяются таким образом: I квартал – 20 % отпусков, II квартал – 25 %, III квартал – 35 %, IV квартал – 20 %. Но, как правило, большинство работников предпочитают тратить на отдых не больше 10 дней. Наиболее существенные аспекты трудовых отношений регулируются федеральным законодательством, трудовые отношения в малых фирмах – на уровне штатов.

В странах Азии продолжительность трудового отпуска дифференцирована в зависимости от стажа работы: в Японии отпуск предоставляется на срок от 10 рабочих дней в первый год работы до 20 рабочих дней в шестой год работы. В Индии трудящиеся отдыхают 12 рабочих дней, в Китае – 11. Закон, принятый в Израиле в 1951 г., гарантирует каждому трудящемуся ежегодный оплачиваемый отпуск, а Кнессет (парламент) позднее утвердил дополнение к этому закону, требующее от работодателей, помимо отпускных, выплату своим работникам так называемых «оздоровительных». Продолжительность отпуска составляет 14 календарных дней для тех, кто от 1 года до 4 лет. Далее прибавляется примерно по 2 дня отпуска за каждый год стажа. Сотрудникам, проработавшим 12 лет, полагается 23 рабочих дня, а если стаж 13 лет и выше, отпуск составляет 24 рабочих дня.

Подводя итог, отметим, что принятие Международной Организацией Труда Конвенции № 132 об оплачиваемых отпусках лишь в конце 20 века на международном уровне узаконило право трудящихся на ежегодный отпуск, однако не все развитые страны готовы были этим правом воспользоваться. Проведенный нами обзор показал, что в сравнении с ними российское законодательство не только не уступает, но в некоторых вопросах и более прогрессивно в области социального обеспечения трудящихся. В России уже более 100 лет создаются более благоприятные условия для восстановления трудового потенциала своих работников.

Литература:

1. Федеральный закон № 44-ФЗ. URL: <https://www.consultant.ru>
2. Т. Пономарева. Россия ратифицировала конвенции МОТ: что дальше? URL: <http://www.audit-it.ru/articles/account/a1/247640.html>

Работа отмечена дипломом Лауреата на секции XLIII Студенческой научной конференции ФГБОУ ВПО «КубГТУ» 2016 г.

ВЛИЯНИЕ САНКЦИЙ НА СТРАХОВОЙ РЫНОК РОССИИ

Д.М. Чибизова, студентка группы 13-ЭБ-ЭК1

6 марта 2014 года президент Соединенных Штатов Америки Барак Обама подписал указ, суть которого выражается во введении санкционных мер против Российской Федерации. Поводом для запуска процесса по введению санкций последовало присоединение Автономной Республики Крым к России. Данное решение поддержали и другие государства, в том числе страны Большой Восьмерки и Евросоюза. Данное действие спровоцировало серьезные трудности в России, выраженные кризисом в стране в целом.

Основной причиной ухудшения экономического положения в стране является катастрофическое падение цен на различные энергоресурсы, снижение стоимости российской валюты – рубля, рост инфляции почти 11 %, цены на товары и услуги увеличились почти на 20 %, повышение ипотечных ставок на 15 %, снижение заработной платы работникам до 3 %, снижение ВВП до 2 %, происходит отток инвестиций в наиболее важные сектора экономики страны, в особенности пострадали малый и средний бизнес, покинули российский рынок и иностранные компании.

Все ограничения, выставленные против России, направлены на подрыв экономического положения, ослабление ее влияния на мировой арене, изоляции от мирового сообщества, выполнению социальных программ и движению вперед.

Исключением не остался и страховой рынок России, который также был подвержен введенными, со стороны Европейских стран, санкциями. Данный бизнес является неотделимой

составляющей Российской экономики и все происходящие негативные события, непосредственно, отражаются на рынке страхования.

В первую очередь, введенные санкции повлияли на снижение инвестиций, в особенности в основной капитал. А ведь в экономике существует прямая связь между инвестициями и страхованием. Так как именно эта деятельность страховой компании является основным источником прибыли, хотя ее главной целью является поддержание стабильного и устойчивого финансового положения страховой организации, а также покрытие убытков по её обязательствам. Сокращение инвестиций в основной капитал, имеет пролонгированный отрицательный эффект, когда устаревшая материально-техническая база производства – не позволяет применять новые технологии и на равных участвовать в конкурентной борьбе.

С 1 января 2015 года произошло понижение 20 публичных рейтингов страховых компаний, связанных с низкой рентабельностью активов, и еще 5 понижений, которые связаны с ухудшением финансового состояния. Как раз в этот период, Центральный Банк Российской Федерации отозвал 42 лицензии и приостановил деятельность у 19 компаний.

Как заявляет Эксперт РА, с осени 2015 года по весну 2016 года будет наблюдаться снижение рейтингов страховых компаний, что связано с рисками низкого качества активов. Убыточность страховой деятельности сохраняется на уровне прошлого года: коэффициент убыточности-нетто – 54,8 %, комбинированный коэффициент убыточности-нетто – 99,0 % за 1 полугодие 2015 г. При этом, среднее значение комбинированного коэффициента убыточности-нетто компаний, специализирующихся на автостраховании, составило 101,5 % за 1 полугодие 2015 г. Убыточность страхования автокаско снизилась, но по-прежнему остается высокой, – комбинированный коэффициент убыточности-нетто составил 94 % за 1 полугодие 2015 г. [1].

К крайне повышенному риску можно отнести страховых агентов, которые занимаются страхованием ответственности владельцем опасных объектов, застройщиков, туроператоров, что может привести к банкротству страховщиков.

Фактически, большие возможности страхового рынка используются не на в сегменте страхования имущества граждан. Лишь 20 % имущества застраховано у юридических и физических лиц. В то время, как в странах Европейского Союза и Соединенных Штатах Америки данный показатель достигает 80–90 %. По этой причине, необходима разработка необходимых мер, которые будут направлены на стимулирование спроса в этом сегменте. Например, продвижение продуктов страхования и заключение договоров через Интернет, тем самым увеличивая популяризацию среди населения. Можно отметить, что добровольное страхование является основой страхового рынка Российской Федерации, поэтому, прежде всего, приоритетным направлением в развитии и совершенствовании страховых услуг должны стать страхование жизни и пенсионное страхование, так как оно является важной сферой и постоянным источником существенных инвестиционных ресурсов, которые благоприятствуют развитию и росту экономики. Поэтому необходимо повышение уровня защищенности граждан, имущества физических и юридических лиц, организаций от различных рисков, разработать систему гарантий, поднять качество и расширить круг предлагаемых, страховыми компаниями, услуг.

По прогнозу экспертов, в 2016 году номинальный объем страхового рынка России возрастет примерно на 5 %, а именно падение рынка без учета инфляции. Падение взносов будет наблюдаться на рынке автокаско, объем сократиться примерно на 12–14 %. Это будет связано с упадком продаж автомобилей и отказом приобретения страхового полиса по высоким ценам. Объем рынка страхования имущества юридических лиц сократиться на 9–12 %. Темпы прироста по страхованию жизни сократиться на 10 %. Данное негативное явление связано с сокращением кредитования населения. Из чего можно заключить, что страховщики, занимающиеся страхованием жизни населения и ОСАГО будут терпеть убытки, сокращение рентабельности собственных средств и, в результате, приведет к негативному влиянию на рейтинги страховых компаний.

Стимулировать развитие страхования и следует путем создания специальных страховых объединений, расширения участия российских страховщиков в международных системах перестрахования, формирования гарантийных фондов и применение иных экономически оправданных мер, которые будут направлены на повышение потенциала национальных инвесторов страхового рынка.

Одной из важных задач в развитии системы страхования – совершенствование инвестиционной политики, которая будет благоприятно влиять на создание инвестиционного климата в стране, и привлечения инвестиций в различные направления страховой деятельности [2, 46]

Итак, самое главное на сегодняшний день, это повышение качества активов и устойчивости рынка страховых услуг. Центральный Банк России планирует внедрить институт кураторства. Это потребует, прежде всего, построения индивидуальной карты рисков страховщика, помощь которой будет заключаться в определении группы риска, к которой относиться компания, и составление индивидуального ряда мероприятий для нее.

Также планируется повысить качество страховых компаний, улучшив систему лицензирования субъектов страховой деятельности. Предполагается, что регистрация страховой организации в 2016 году будет проходить через Центральный Банк.

Планируется улучшить регулирование таких видов страхования, как Каско и ОСАГО. Также ЦБ планирует развивать накопительное страхование жизни как инвестиционный институт для граждан и организаций. Этого предполагается достигнуть в том числе путем расширения перечня разрешенных для инвестирования активов, удовлетворяющих высоким качественным требованиям.

Литература:

1. Ермасов С.В. Страхование : учеб. для бакалавров / С.В. Ермасов, Н.Б. Ермасова. 4-е изд., перераб. и доп. М. : Юрайт, 2012. 748 с.
2. Литвинюк Т.А. «Влияние снижения международных инвестиционных рейтингов на экономику России» / Т.А. Литвинюк, Т.А. Купрюнина // Материалы международной научно-практической конференции: Современная экономика России: опора на внутренние резервы и поворот на восток (том 2). Краснодар, 2015. С. 45–51.
3. URL: <http://raexpert.ru>
4. URL: <http://www.banki.ru>

ПЕНСИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ, ПРОБЛЕМЫ И ПУТИ ЕГО СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ

Д.Н. Чирг, студентка группы 15-Э-ЭБб;
З.А. Чермит, ассистент

Российское общество переживает нелегкий период политических, экономических и социальных преобразований. Это требует огромных усилий во всех сферах общественной жизни, в частности, в области правового обеспечения реформ, создания законодательства, отвечающего новым социально-экономическим условиям и позволяющего обеспечить эффективную защиту прав граждан.

Актуальность рассматриваемой проблемы определяется тем, что в условиях рыночной экономики главным институтом защиты человека является пенсионное обеспечение. На данном этапе развития и реформирования нашего социально-экономического пространства, общество оказалось не готовым к осмыслению изменений в области пенсионного обеспечения в условиях развития экономики. В связи с этим важно изучить теоретические основы пенсионного обеспечения Российской Федерации, проблемы пенсионного обеспечения в России и предложить реальное решение сложившейся ситуации в стране.

Пенсионная система России – это совокупность создаваемых в Российской Федерации правовых, экономических и организационных институтов и норм, имеющих целью предоставление гражданам материального обеспечения в виде пенсии.

Пенсионная система в России в современном виде введена с 1 января 2002 года и включает в себя отношения по формированию, назначению и выплате следующих видов пенсий: трудовой пенсии, пенсии по государственному пенсионному обеспечению, негосударственной пенсии.

Через Пенсионный фонд РФ проходит значительная часть финансовых ресурсов в стране: на 2010 год бюджет Пенсионного фонда РФ был установлен в размере 4,4 трл. рублей, что сопоставимо с поступлениями в федеральный бюджет на тот же год основных налогов и сборов, таких как налог на добавленную стоимость, налог на прибыль, подоходный налог с физи-

ческих лиц, платежи за пользование природными ресурсами, вывозные таможенные пошлины вместе взятые (поступление которых на 2010 год установлено в сумме 4,7 трл рублей). Доходы Пенсионного фонда РФ запланированы на 2010 год всего лишь на 38,8 % меньше всех налоговых поступлений в федеральный бюджет и составляют 6,1 % планируемого на 2010 год валового внутреннего продукта страны, что является значительной величиной.

Формированию доходной базы Пенсионного фонда РФ отведено ключевое место в российской системе государственного социального страхования: в общей совокупности страховых начислений на оплату труда, максимальный размер которых в РФ установлен в размере 35,6 % суммы начисленной заработной платы, тариф, уплачиваемый в Пенсионный фонд составляет 28 %, или четыре пятых всех страховых отчислений из заработной платы, что подчеркивает то значение, которое уделяется в нашей стране организации пенсионного обеспечения и большую важность Пенсионного фонда РФ над остальными тремя государственными внебюджетными фондами, входящими в общую систему социальных внебюджетных фондов России.

Средства Пенсионного фонда РФ формируются за счет:

- 1) взносов работодателей по единому социальному налогу;
- 2) взносов граждан, занимающихся индивидуальной трудовой деятельностью по единому социальному налогу;
- 3) страховых взносов иных категорий работающих граждан;
- 4) ассигнований из федерального бюджета Российской Федерации на выплату государственных пенсий отдельным категориям граждан;
- 5) средств, взыскиваемых с работодателей и граждан в результате предъявления регрессных требований;
- 6) доходов от эмиссии ценных бумаг;
- 7) добровольных взносов (в том числе валютных ценностей) физических и юридических лиц;
- 8) доходов от капитализации средств Пенсионного фонда РФ и других поступлений.

Недостатки и пути улучшения пенсионного обеспечения в России

В настоящее время государственная пенсионная система РФ переживает кризис, который находит отражение в минимальном размере пенсии по отношению к прожиточному минимуму нетрудоспособного населения и по отношению к высоким страховым тарифам. Для решения проблем кризисного состояния возможны два пути: увеличение поступлений в Пенсионный фонд РФ или совершенствование (реформирование) пенсионной системы.

Решение проблемы по первому пути является проблематичным, так как в стране сложилось неблагоприятное соотношение численности плательщиков пенсионных взносов и пенсионеров из-за уменьшения численности занятых в народном хозяйстве, а также уклонения от уплаты налогов значительного числа налогоплательщиков.

Второй путь – реформирование пенсионной системы может оказаться более сложным, но более приемлемым при наличии определенных условий: достижение заданных целей и определение основных этапов.

Цель пенсионной реформы должна включать решение проблем: создание предпосылок для устойчивого развития пенсионного обеспечения на основе государственного пенсионного страхования; совершенствование системы управления пенсионным обеспечением.

Основными этапами реформирования должны быть следующие:

- 1) оптимизация размера трудовых и социальных пенсий, выплачиваемых тем пенсионерам, которые не сформировали достаточных пенсионных сбережений;
- 2) разработка схем обязательных пенсионных взносов работающего населения, которые будут накапливаться на наличных пенсионных счетах в негосударственных пенсионных фондах;
- 3) внесение добровольных пенсионных сбережений населения в негосударственные пенсионные фонды.

Реализация первого этапа началась с введения в действие Федерального закона «Об индивидуальном (персонифицированном) учете в системе государственного пенсионного страхования», который позволяет установить непосредственную связь между объемом страховых взносов каждого гражданина в пенсионную систему и размером назначаемой пенсии.

На третьем этапе внесение добровольных пенсионных сбережений в негосударственные пенсионные фонды зависит от финансовой стабильности экономики.

Для развития отечественной пенсионной системы требуется создать новую институциональную базу, что предлагает определение макроэкономических пропорций и механизмов пе-

рераспределения для каждого института пенсионной системы на основе установления Федеральных социальных стандартов. При этом должно быть обоснование оптимальной доли валового внутреннего продукта, используемое на пенсионное обеспечение, как в целом, так и по отдельным пенсионным институтам на долгосрочную перспективу с учетом совершенствования механизмов, их связи с системой заработной платы и доходов, условиями найма и возрастом выхода на пенсию. Здесь государство должно проводить активную политику в сфере занятости в создании рабочих мест, поощрении малого бизнеса, разработку действенных механизмов делегирования полномочий региональных, государственных структур гражданского общества, повышение открытости прозрачности информационного обеспечения.

Для развития отечественной пенсионной системы требуется создать новую институциональную базу, что предлагает определение макроэкономических пропорций и механизмов перераспределения для каждого института пенсионной системы на основе установления Федеральных социальных стандартов. При этом должно быть обоснование оптимальной доли валового внутреннего продукта, используемое на пенсионное обеспечение, как в целом, так и по отдельным пенсионным институтам на долгосрочную перспективу с учетом совершенствования механизмов, их связи с системой заработной платы и доходов, условиями найма и возрастом выхода на пенсию. Здесь государство должно проводить активную политику в сфере занятости в создании рабочих мест, поощрении малого бизнеса, разработку действенных механизмов делегирования полномочий региональных, государственных структур гражданского общества, повышение открытости прозрачности информационного обеспечения.

Литература:

1. Семидоцкий В.А. Роль и задачи государственной преференциальной политики стимулирования инвестиций в регионе (по материалам Краснодарского края) / В.А. Семидоцкий, М.А. Пономарев, С.С. Арзамасов // Вопросы экономики и права. 2011. № 31. С. 102–105.
2. Семидоцкий В.А. Стратегические приоритеты региональной инвестиционной политики Краснодарского края / В.А. Семидоцкий, А.А. Якименко // Фундаментальные и прикладные исследования кооперативного сектора экономики. 2014. № 1. С. 66–70.

**ЭКОНОМИЧЕСКАЯ
БЕЗОПАСНОСТЬ**

ФИНАНСОВАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЯ ЕЕ УГРОЗЫ И ВЛИЯНИЕ НА ЭКОНОМИЧЕСКУЮ БЕЗОПАСНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЯ

Н.В. Кульнева, студентка группы 12-Э-ЭБ5;
А.С. Молчан, доктор экономических наук, профессор,
заведующий кафедрой экономической безопасности

Каждое предприятие заинтересовано в своей финансовой безопасности. Что подразумевает его финансовую устойчивость, независимость от внешних и внутренних угроз и самое главное его платежеспособность, т.е. способность отвечать по своим обязательствам, как в краткосрочной, так и долгосрочной перспективе.

Актуальность данной статьи основывается на том, что финансовая безопасность предприятия является очень важным фактором положительной деятельности предприятия, а так же способности предприятия функционировать и развиваться в современных рыночных условиях, что в свою очередь способствует созданию положительной репутации предприятия, как надежного плательщика по своим обязательствам, как в краткосрочной так и долгосрочной перспективе.

При этом финансовая безопасность предприятия, выступает основным элементом экономической безопасности предприятия, воздействие на которую оказывают компоненты экономической безопасности, такие как: инвестиционный потенциал, ресурсный потенциал, производственный потенциал, инновационный и трудовой потенциал предприятия.

В экономической литературе под финансовой безопасностью предприятия понимается стабильная защищенность финансовой деятельности предприятия от реальных и потенциальных внешних и внутренних угроз, обеспечивающая устойчивость его развития в текущем периоде и на перспективу [1].

Финансовая безопасность является составляющей и важнейшей частью экономической безопасности, которая обеспечивает стабильность, финансовые интересы предприятия, его развитие, конкурентоспособность и устойчивость.

Финансовая безопасность предприятия определяется [2]:

- уровнем дефицита денежных средств, для инвестирования в предприятие;
- упорядочением денежных потоков и расчетных операций;
- стабильностью, устойчивостью и независимостью предприятия от внешних факторов;
- постоянством отношений с финансовыми партнерами;
- степенью защищенности интересов акционеров.

Сущность финансовой безопасности предприятия, определяется различными понятиями категорий финансовой безопасности предприятия [3]:

- 1) финансовая безопасность предприятия – один из основных элементов экономической безопасности предприятия;
- 2) финансовая безопасность предприятия может быть охарактеризована через систему абсолютных и относительных показателей;
- 3) показатели финансовой безопасности должны иметь нормативные значения (пороговые), для того чтобы дать оценку финансовой устойчивости предприятия;
- 4) финансовая безопасность предприятия должна обеспечивать развитие и устойчивость предприятия;
- 5) финансовая безопасность предприятия обеспечивает защищенность финансовых интересов предприятия.

В части угроз, то под угрозой финансовой безопасности предприятия понимается совокупность условий и факторов, создающих опасность финансовым интересам предприятия.

Основные угрозы финансовой безопасности предприятия принято делить на внутренние и внешние.

К внутренним угрозам относится:

- ошибки в области управления финансовыми ресурсами предприятия;

- устаревшая техническая база;
- неправильный выбор стратегии предприятия, а в следствии неправильное управление и оптимизация ресурсным потенциалом предприятия, плохая репутация предприятия.

К внешним опасностям относят:

- угроза роста инфляции в стране и нестабильность экономики страны и как последствие кризис;
- недостаточно развитая нормативно-правовая основа;
- невыгодные условия кредитования для предприятий;
- повышение уровня теневой экономики в стране.

Угрозы, непосредственно влияют на финансовую безопасность предприятия и тем самым снижают уровень экономической безопасности на предприятии.

Финансовая безопасность предприятия является составляющей и важной частью экономической безопасности предприятия, обеспечивающая устойчивое состояние и стабильность предприятия, а так же защищенность ее финансовых интересов и ресурсов, при которых обеспечивается возможность развития и роста предприятия в условиях конкуренции.

Таким образом, взаимосвязь экономической безопасности с компонентами экономической безопасности охватывает защищенность интересов предприятия, определяющая уровень независимости, стабильности и стойкости предприятия в условиях влияния на нее дестабилизирующих факторов, которые составляют угрозы как финансовой безопасности, так и экономической безопасности предприятия в целом

Помимо всего выше сказанного, видна прямая зависимость экономической безопасности с финансовой безопасностью предприятия, которая проявляется в снижении финансовой и экономической безопасности вместе. Либо же увеличение уровня финансовой безопасности предприятия, положительно повлияет на экономическую безопасность предприятия, а именно произойдет рост уровня экономической безопасности в целом по предприятию.

Литература:

1. Шолохова Е.В. Финансовая безопасность России в современных условиях : учебник. М. : Форум, 2013. 273 с.
2. Сенчагов В.К. Экономическая безопасность : учебник. М. : БИНОМ. ЛЗ, 2011. 815 с.
3. Сайко А.И. В сборнике: Экономика, управление и бизнес I Международный научный конгресс студентов, аспирантов и молодых ученых / А.И. Сайко, А.С. Молчан // Материалы Международной научно-практической конференции. 2015. С. 244–246.
4. Суглобов А.Е. Экономическая безопасность предприятия: Учебное пособие для студентов вузов / А.Е. Суглобов, С.А. Хмелев, Е.А. Орлова. М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2013. 271 с.

ПОСТРОЕНИЕ СИСТЕМЫ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ НА ПРЕДПРИЯТИИ

А.С. Молчан, доктор экономических наук, профессор,
заведующий кафедрой экономической безопасности;
Ю.А. Гунина, студентка 4 курса

Аннотация: В данной статье рассматриваются элементы системы экономической безопасности, необходимые для защиты экономических интересов предприятия, определены задачи и правовая основа обеспечения экономической безопасности на предприятии. Проведен анализ выявленных экономических преступлений за последние годы.

Ключевые слова: безопасность, законодательство, промышленный шпионаж, система, структура, хозяйствующий субъект, экономика.

На сегодняшний день условия для успешного ведения бизнеса характеризуются кризисными ситуациями, политической нестабильностью, несовершенством правовой базы, отсутст-

вием научно-обоснованной концепции реформ, криминализацией бизнеса, поэтому возникает необходимость совершенствования системы экономической безопасности на предприятии.

Безопасность является комплексной категорией, которая строится на принципах стабильности, неизменности, целостности, устойчивости и призвана сохранять каждую ее структурную составляющую, поскольку разрушительное воздействие на любую из них приведет к гибели системы в целом [1, с. 26].

Экономическую безопасность предприятия необходимо рассматривать как процесс прогнозирования и предотвращения возможного вреда от негативных воздействий на финансово-хозяйственную деятельность предприятия.

Построить универсальную систему экономической безопасности невозможно, так как каждое предприятие имеет определенную специфику функционирования, производственную структуру, потенциал и охватывает определенный сектор рынка.

Таким образом, механизм обеспечения экономической безопасности на предприятии должен содержать в себе основные принципы и методы, которые в совокупности могут обеспечить сохранность и эффективное использование финансовых, материальных и информационных ресурсов.

Говоря о системе экономической безопасности предприятия, необходимо отметить, что ее элементы определяются как специализированные структурные подразделения, а именно службы экономической безопасности, которые обязаны осуществлять защиту экономических интересов организации.

Создание эффективной системы экономической безопасности предприятия требует адекватной оценки рисков и угроз, а также решительных действий по их минимизации или устранению наступивших последствий. Важным звеном экономической безопасности предприятия является уровень квалификации специалистов по обеспечению защиты сохранности ресурсов предприятия.

Следовательно, служба экономической безопасности на предприятии – это ведущее звено, призванное на основе эффективного использования корпоративных ресурсов обеспечивать условия для развития предприятия [4, с. 16].

По результатам статистического анализа, отсутствие на предприятии службы экономической безопасности приводит к потере прибыли до 9 %. Конечно, представленные данные дают оценку исключительно случаям умышленного нанесения ущерба сотрудниками предприятия. Оценить реальные масштабы ущерба предприятию практически невозможно. От эффективной организации работы подбора и проверки кадров на предприятии зависит снижение прямых и предотвращение косвенных убытков компании почти на 60 %, которые связаны с человеческим фактором.

Согласно анализу статистики за 2015 г. в России было выявлено 141,2 тыс. преступлений экономической направленности. По данным Министерства внутренних дел Российской Федерации, наиболее распространенным видом экономических правонарушений, опередив мошенничество, стали поступления коррупционной направленности и составили 41,5 тыс. случаев. Их доля в общей структуре экономической преступности достигла 29,4 %.

Если проанализировать экономическую преступность по сферам деятельности, то наиболее распространенными остаются преступления в финансово-кредитной системе и составляют 27,9 % от общего числа преступлений, за ними следуют правонарушения на потребительском рынке, на них приходится 16,9 % и завершают преступления на рынке недвижимости, которые составляют 6,2 %.

По результатам представленной статистики очевидно, что для поддержания стабильности и развития бизнеса, необходимо внедрение службы экономической безопасности на предприятии.

Правовую базу службы экономической безопасности организации составляют:

– Закон РФ «О безопасности» от 28 декабря 2010 г. № 390-ФЗ, которым определены принципы обеспечения безопасности, правовая основа обеспечения безопасности, содержание деятельности по обеспечению безопасности;

– Устав предприятия;

– Положение о службе безопасности;

Основными задачами службы экономической безопасности предприятия являются:

1. Обеспечение безопасности производственно-торговой деятельности.
2. Организация работы по правовой, организационной и инженерно-технической защите коммерческой тайны.
3. Организация безопасности социального делопроизводства, исключающего несанкционированное получение сведений, являющихся коммерческой тайной.
4. Предотвращение необоснованного доступа к сведениям и работам, составляющим коммерческую тайну.
5. Выявление и устранение возможных каналов утечки конфиденциальной информации.
6. Обеспечение режима безопасности при проведении всех видов деятельности, включая различные встречи, связанные с деловым сотрудничеством.
7. Обеспечение охраны зданий, помещений.
8. Обеспечение личной безопасности руководства и ведущих сотрудников и специалистов.
9. Оценка маркетинговых ситуаций и неправомерных действий злоумышленников и конкурентов.

Таким образом, система экономической безопасности на предприятии предполагает достижение эффективных параметров функционирования, сохранение его воспроизводственного и финансового потенциалов.

Литература:

1. Ануфриева А.П. Экономика и управление: ключевые проблемы и перспективы развития : сборник статей / А.П. Ануфриева, А.С. Молчан // Материалы Международной научно-практической конференции; под общей редакцией Е.В. Королюк. 2015. С. 17–23.
2. Гасанов Р.И. Промышленный шпионаж на службе монополий. М. : Международные отношения, 2011 г.
3. Тарас А.Е. Безопасность бизнесмена и бизнеса. Мн. : Сэкай, 2012 г.
4. Ярочкин В.Н. Служба безопасности коммерческого предприятия (организационные вопросы). М. : Ось 89, 2013 г.

СБОРНИК НАУЧНЫХ СТАТЕЙ ФАКУЛЬТЕТА ЭКОНОМИКИ, УПРАВЛЕНИЯ И БИЗНЕСА

Статьи опубликованы в авторской редакции

Технический редактор

А.С. Семенов

Компьютерная верстка

Л.С. Попова

Дизайн обложки

Л.С. Попова

Подписано в печать 01.06.2016

Бумага «Снегурочка»

Печ. л. 8,1

Усл. печ. л. 7,3

Уч.-изд. л. 6,6

Формат 60×84 ¹/₈

Печать трафаретная

Изд. № 743

Тираж 110 экз.

Заказ № 1603

ООО «Издательский Дом – Юг»
350072, г. Краснодар, ул. Московская, 2, корп. «В», оф. В-122
тел. 8-918-41-50-571

e-mail: id.yug2016@gmail.com

Сайт: www.id-yug.com