



СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ НАУКИ И ТЕХНОЛОГИЙ

Периодический научный сборник



2016 № 1-10
ISSN 2413-0869

ПО МАТЕРИАЛАМ
X МЕЖДУНАРОДНОЙ
НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКОЙ КОНФЕРЕНЦИИ
Г. БЕЛГОРОД, 31 ЯНВАРЯ 2016 Г.

АГЕНТСТВО ПЕРСПЕКТИВНЫХ НАУЧНЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ
(АПНИ)

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ
НАУКИ И ТЕХНОЛОГИЙ

2016 • № 1-10

Периодический научный сборник

*по материалам
X Международной научно-практической конференции
г. Белгород, 31 января 2016 г.*

ISSN 2413-0869

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ НАУКИ И ТЕХНОЛОГИЙ

2016 • № 1-10

Периодический научный сборник

Выходит 12 раз в год

Учредитель и издатель:

ИП Ткачева Екатерина Петровна

Главный редактор: Ткачева Е.П.

Адрес редакции: 308000, г. Белгород, Народный бульвар, 70а

Телефон: +7 (919) 222 96 60

Официальный сайт: issledo.ru

E-mail: mail@issledo.ru

Информация об опубликованных статьях предоставляется в систему **Российского индекса научного цитирования (РИНЦ)** по договору № 301-05/2015 от 13.05.2015 г.

Материалы публикуются в авторской редакции. За содержание и достоверность статей ответственность несут авторы. Мнение редакции может не совпадать с мнением авторов статей. При использовании и заимствовании материалов ссылка на издание обязательна.

Электронная версия сборника находится в свободном доступе на сайте: **www.issledo.ru**

По материалам X Международной научно-практической конференции «Современные тенденции развития науки и технологий» (г. Белгород, 31 января 2016 г.).

Редакционная коллегия

Духно Николай Алексеевич, директор юридического института МИИТ, доктор юридических наук, профессор

Васильев Федор Петрович, профессор МИИТ, доктор юридических наук, доцент, чл. Российской академии юридических наук (РАЮН)

Алиев Закир Гусейн оглы, Институт эрозии и орошения НАН Азербайджанской республики к.с.-х.н., с.н.с., доцент

Стариков Никита Витальевич, директор научно-исследовательского центра трансфера социокультурных технологий Белгородского государственного института искусств и культуры, кандидат социологических наук

Ткачев Александр Анатольевич, доцент кафедры социальных технологий НИУ «БелГУ», кандидат социологических наук

Шаповал Жанна Александровна, доцент кафедры социальных технологий НИУ «БелГУ», кандидат социологических наук

Трапезников Сергей Викторович, начальник отдела аналитики и прогнозирования Института региональной кадровой политики (г. Белгород)

СОДЕРЖАНИЕ

СЕКЦИЯ «СОЦИОЛОГИЧЕСКИЕ НАУКИ»	5
<i>Ардельянова Я.А.</i> ОСНОВНЫЕ ПОДХОДЫ К ПОНЯТИЮ «СОЦИАЛЬНОЕ ДОВЕРИЕ» В СОВРЕМЕННОЙ СОЦИОЛОГИИ.....	5
<i>Бикетова Я.О.</i> КАЧЕСТВО ЛИЧНОСТНОГО КАПИТАЛА ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ МОЛОДЕЖИ ГОРОДА НА МАТЕРИАЛЕ ИССЛЕДОВАНИЯ Р.К. МЕРТОНА.....	9
<i>Ерохина А.Ю., Петросян Н.Г., Чичиленко А.В.</i> МЕДИАМИКС КАК СРЕДСТВО ПРОДВИЖЕНИЯ ОБЩЕОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ	12
<i>Логунова О.А.</i> ПРОЦЕСС ГЛОКАЛИЗАЦИИ В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ.....	14
<i>Ревазов В.Ч., Пилиева Д.Э.</i> ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ КОНЦЕПЦИИ ИССЛЕДОВАНИЯ ЯВЛЕНИЯ БЕДНОСТИ.....	16
<i>Сикоева О.В.</i> СОЦИАЛЬНЫЙ ИНСТИТУТ ТУРИЗМА ПО ИТОГАМ 2015 ГОДА И ПЕРСПЕКТИВЫ ЕГО РАЗВИТИЯ	21
<i>Турдубаева Э.К.</i> ПОВЫШЕНИЕ МОТИВАЦИИ ПРЕПОДАВАТЕЛЕЙ В ВЫСШИХ УЧЕБНЫХ ЗАВЕДЕНИЯХ КЫРГЫЗСТАНА (НА ПРИМЕРЕ ФИЛИАЛА РОССИЙСКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО СОЦИАЛЬНОГО УНИВЕРСИТЕТА В г. ОШ КЫРГЫЗСКОЙ РЕСПУБЛИКИ).....	24
<i>Худяков К.С., Братухина Я.С.</i> СТИЛЬ ЖИЗНИ КАК НАУЧНАЯ КАТЕГОРИЯ В ЗАПАДНОЙ НАУКЕ	30
<i>Червова Э.А.</i> ФОРМИРОВАНИЕ ЭФФЕКТИВНОГО СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКОГО КЛИМАТА В КОЛЛЕКТИВЕ	34
СЕКЦИЯ «ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ»	38
<i>Gindullin E.R., Kalugina Yu.V.</i> INFORMATION TECHNOLOGIES AS A BUSINESS TOOL IN TOURIST INDUSTRY	38
<i>Безроднова К.А.</i> ФОРМИРОВАНИЕ КОНСОЛИДИРОВАННОЙ ФИНАНСОВОЙ ОТЧЕТНОСТИ В РОССИИ В СООТВЕТСТВИИ СО СТАНДАРТАМИ МСФО	40
<i>Борисова Д.В.</i> НЕКОТОРЫЕ АСПЕКТЫ АНАЛИЗА СОСТАВЛЯЮЩИХ ТОВАРООБОРОТА С РЕГИОНАМИ ЮФО.....	45
<i>Веселая А.А., Агафонова Т.В.</i> ОСОБЕННОСТИ МОТИВАЦИИ УЧАЩИХСЯ СРЕДНИХ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УЧРЕЖДЕНИЙ ПРИ ВЫБОРЕ УЧЕБНОГО ЗАВЕДЕНИЯ ДЛЯ ПРОДОЛЖЕНИЯ ОБРАЗОВАНИЯ.....	47
<i>Григорьева И.В., Ефимова И.М.</i> ИСПОЛЬЗОВАНИЕ СИСТЕМ УПРАВЛЕНЧЕСКОГО УЧЕТА В ЦЕЛЯХ ЭФФЕКТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЕМ.....	51
<i>Дегтярева О.С.</i> СТАТИСТИЧЕСКИЙ УЧЕТ ПАРКА ЛОКОМОТИВОВ В УСЛОВИЯХ РЕФОРМИРОВАНИЯ ОТРАСЛИ.....	54
<i>Дегтярева О.С., Конкина М.Я.</i> УЧЕТ ИНФЛЯЦИОННОГО ФАКТОРА ПРИ АНАЛИЗЕ ЭКСПЛУАТАЦИОННЫХ РАСХОДОВ НА ЖЕЛЕЗНОДОРОЖНОМ ТРАНСПОРТЕ.....	57
<i>Ерпылева Т.С., Юрьева О.А.</i> ПОРЯДОК ПРИМЕНЕНИЯ И УПЛАТЫ ТОРГОВОГО СБОРА	59
<i>Исаков Г.Ж., Сеитова Р.</i> ПУТИ ФИНАНСОВОГО ОЗДОРОВЛЕНИЯ И ПРЕДОТВРАЩЕНИЯ БАНКРОТСТВА ПРЕДПРИЯТИЙ	63
<i>Кадырбай С.Б., Сабит А.</i> ОБЕСПЕЧЕНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ В УСЛОВИЯХ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА	67

Кадырбай С.Б., Амрекулова А. ОСОБЕННОСТИ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ АГРАРНОГО СЕКТОРА ЭКОНОМИКИ КАЗАХСТАНА.....	72
Камдина Л.В., Комиссарова Т.А., Лунина М.Ю. ЭКОНОМИКА И ЭКОЛОГИЯ: ПРОТИВОРЕЧИЯ И ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ.....	78
Керефова М.Р., Романов Е.С. ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ ФИНАНСОВОЙ УСТОЙЧИВОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ.....	82
Коновалова Л.В., Андрианова Е.В. РОЛЬ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ В ОБЕСПЕЧЕНИИ СИСТЕМЫ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ СЕЛЬСКИХ ТЕРРИТОРИЙ АРХАНГЕЛЬСКОЙ ОБЛАСТИ.....	85
Кончакова Г.С., Ферова И.С. ГОСУДАРСТВЕННОЕ УПРАВЛЕНИЕ КАК СИСТЕМА ...	88
Лисовой А.В., Бугрова С.М. ИННОВАЦИИ В РЕШЕНИИ ЭКОЛОГИЧЕСКИХ ПРОБЛЕМ АВТОМОБИЛЬНОГО ТРАНСПОРТА В КУЗБАССЕ.....	90
Меньщикова А.Ф., Носкова Е.М., Юшкова М.К. ОЦЕНКА ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОДДЕРЖКИ ПРЕДПРИЯТИЙ МОЛОЧНОГО НАПРАВЛЕНИЯ НА ПРИМЕРЕ ПЕРМСКОГО КРАЯ.....	92
Наумова М.С., Череднякова А.Б. ОСОБЕННОСТИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УЧРЕЖДЕНИЙ НА МЕЖДУНАРОДНОМ РЫНКЕ.....	95
Перевозчиков С.Ю. РАЗРАБОТКА ИНТЕГРИРОВАННОЙ СИСТЕМЫ ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ БИЗНЕСА.....	100
Перевозчиков С.Ю. СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СИСТЕМ ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ БИЗНЕСА.....	104
Пузыня Т.А. ЭФФЕКТИВНОСТЬ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ БРЕНДА КОМПАНИИ.....	108
Путинцева В.В. СТАНДАРТЫ ВЕДЕНИЯ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА В ОРГАНИЗАЦИИ	110
Ревенкова Е.Ю., Чеботарева З.В. ОСОБЕННОСТИ УЧЕТА И ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ОСНОВНЫХ СРЕДСТВ В САХАРНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ.....	113
Сарсенова А.Е., Исаков Г.Ж., Шалкарова Ж. РАЗВИТИЕ ХЛОПКОВО-ТЕКСТИЛЬНОГО КЛАСТЕРА В ЮЖНО-КАЗАХСТАНСКОЙ ОБЛАСТИ – РЕАЛИИ И ПЕРСПЕКТИВЫ	117
Свиридова С.В. ПРОЦЕДУРА ПРОГНОЗИРОВАНИЯ СТРАТЕГИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ ИННОВАЦИОННО-ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ КОМПЛЕКСОВ.....	123
Сухорукова А.В., Тополова И.С. ВЛИЯНИЕ УЧЕТНОЙ ПОЛИТИКИ ОРГАНИЗАЦИИ НА НАЛОГОВЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА	125
Ткадлец Л.А. ВЛИЯНИЕ РАЗВИТИЯ ТЕХНОЛОГИЙ КОММУНИКАЦИИ НА МАРКЕТИНГ.....	127
Урванцева С.Е., Опалева О.И. РОЛЬ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО КАПИТАЛА В СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОМ РАЗВИТИИ СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ	131
Шишкина Е.В. РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ОРГАНИЗАЦИИ ВНУТРЕННЕГО КОНТРОЛЯ ДОХОДОВ НА ПРИМЕРЕ ОАО «КУКМОРСКИЙ ЗАВОД МЕТАЛЛОПОСУДЫ».....	134

СЕКЦИЯ «СОЦИОЛОГИЧЕСКИЕ НАУКИ»

ОСНОВНЫЕ ПОДХОДЫ К ПОНЯТИЮ «СОЦИАЛЬНОЕ ДОВЕРИЕ» В СОВРЕМЕННОЙ СОЦИОЛОГИИ

Ардельянова Я.А.

ст. преподаватель кафедры современной социологии, канд. социол. наук,
Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова,
Россия, г. Москва

В статье рассматриваются и систематизируются современные теоретические подходы к изучению понятия «социальное доверие». Основные методологические подходы можно систематизировать по трем группам: обменные теории, рассматривающие доверие как ресурс, сетевые теории, в которых доверие выступает как социальный капитал, а также теории риска, трактующие доверие как способ решения проблем, связанных с риском.

Ключевые слова: доверие, социальное доверие, современная социология.

В современном мире в условиях бурного культурного, социального, экономического и информационного обмена на фоне процессов глобализации все большее значение в межгрупповых, внутригрупповых, межличностных отношениях имеет феномен доверия.

Исследования социального доверия обладают большим практическим значением, т.к. высокий уровень социального доверия позволяет конкретизировать институциональные процессы, облегчает межличностное взаимодействие: обеспечивает предсказуемый характер окружающего мира, укрепляет установки к межгрупповому взаимопониманию, толерантности и межнациональному сотрудничеству, а также минимизирует негативные последствия глобального и регионального экономического неравенства.

В данной работе мы рассмотрим состояние и развитие исследований, посвященных изучению проблемы социального доверия. Целью проведенного исследования является систематизация современных социологических теорий доверия, а также выявление подходов к изучению социального доверия.

Стоит отметить, что проблема доверия стала актуальной темой в исследованиях социологов начиная с 80-х годов XX века. Следующей волной в исследованиях социального доверия стала середина 90-х годов, когда фокус внимания социологов сместился на изучение доверия в меняющемся социальном мире, а в дальнейшем и на теории недоверия.

Отличительной особенностью изучения феномена социального доверия современными социологами является рассмотрение его на двух уровнях в зависимости от типа воспроизводства отношений доверия и выделения одного из уровней как приоритетного: институциональное доверие и социальное доверие (межличностное доверие) (Н. Луман, Э. Гидденс, А.Фокс, Л.Р.Бахманн, И.Г. Цукер). Также исследования можно систематизировать исходя из методологического подхода к рассмотрению специфики феномена доверия в целом.

Традиция изучения институционального доверия пошла от Н. Лумана (1980 гг.). Феномен «доверия» рассматривается Н. Луманом в качестве одного

из наиболее эффективных средств редукции социальности [12, с.82]. Также он рассматривает доверие как признак групповой солидарности, как один из механизмов минимизации рисков и решения проблемы информационного дефицита. Доверие является рациональным механизмом, что влечет за собой стабилизацию ожиданий.

Идеи Н. Лумана развивал Э.Гидденс (1990 гг), который также придавал большое значение институциональному доверию, и рассматривал его как форму онтологической безопасности [7, с.114].

Категорию социальное доверие (или же межличностное доверие) рассматривали в своих работах следующие исследователи:

Ф. Фукуяма (1995 г) высказал идею, что социальное доверие является гарантом успешности развития экономики, полагая, что доверие позволяет снижать транзакционные издержки экономического обмена, уменьшая степень необходимости контроля над взаимодействием со стороны обоих партнеров [3, с.54]. Ф. Фукуяма доказал и обосновал возможность и необходимость использования показателя уровня социального и межличностного доверия, характерного для данной социальной общности как индикатора развития гражданского общества и важного условия для достижения высокой экономической эффективности в современном мире.

Также феномен социального доверия, его приоритет над институциональным доверием изучали Э.Усланер (моралистический подход), Д.Феррин, Р.Путнам [16, 6, 8].

Ниже рассмотрим основные методологические подходы к изучению феномена доверия. Их можно обобщить по трем группам теорий.

Обменные теории. В данном подходе доверие рассматривается как ресурс, который участвует в отношениях вознаграждение-затрата между людьми.

Сюда можно отнести подход Г.Зиммеля, понимающего доверие как форму контроля за участниками социального взаимодействия, особенно в обменах, осуществляющихся в экономической сфере (уверенность, доверие) [10, с.380] и Ф.Тенниса (обобщенное доверие, овеществленное доверие – без непосредственного взаимодействия) [14, с.193]. Стоит отметить, что Э.Гидденс развивал идеи Ф.Тенниса в своей теории, выделяя три типа современного доверия: обобщенное доверие – базисная установка на доверие, личное доверие – основанное на кровнородственных и дружеских связях, безличное доверие абстрактным системам. Роль всех трех типов доверия в современном обществе обозначается как медиативный механизм.

Сетевые теории, рассматривающие доверие как социальный капитал.

К данному подходу можно отнести следующих социологов: Э.Гидденс, Р.Путнам, Н.Луман, Ф.Фукуяма, Дж.Коулмен. Дж.Коулмен в частности исходит из теории рационального выбора, рассматривающей доверие как предмет рационального процесса принятия решения в рискованной ситуации [1, с.130]. Также в рамках данного подхода стоит назвать Ч. Тилли, который развивал идею «сетей доверия» [15]. Данное направление выросло на базе экономической теории.

Теории риска, рассматривающие доверие как способ решения проблем, связанных с риском. Среди теоретиков данного направления можно

назвать П.Блау (риск возникает в условиях, когда индивид сталкивается с необходимостью выбора – доверять или отказать в доверии) [5, с.91]. Также к данному направлению можно отнести К. Пеннанен, П. Штомпку, Э. Зелигмана, Н. Лумана.

Особо следует отметить теорию доверия, разработанную П.Штомпкой. Он рассматривает доверие ключевой категорией для понимания общественного существования людей [4]. П. Штомпка разделял такие понятия как надежда (вера), уверенность, доверие. Доверие есть уверенность и основанные на ней действия. Доверие невозможно без веры в других людей. Особое внимание П. Штомпка уделял рассмотрению доверия как категории нравственного характера. Считал, что доверие свойственно всем уровням взаимоотношений. Невозможно построить длительные общественные отношения без определенной дозы доверия и ощущения общего смысла. Также П. Штомпка рассматривал доверие как культурное явление.

Большой вклад в теорию доверия внес А. Селигман. Изучая природу и механизмы доверия, он отмечал, что роль доверия как ответа на определенный тип риска является феноменом исключительно общественным, связанных с природой разделения труда в существующем рыночном хозяйстве [9, с.392]. А. Селигман также разделял институциональное доверие и социальное и констатировал трансформацию личного доверия в институциональное. Также разделял такие понятия как вера, уверенность, доверие, развивая идеи П. Штомпки.

Среди отечественных современных исследователей социального доверия стоит отметить таких персоналий как М.Г. Магомедов, М.П. Козырева, В.В. Гришин, В.В.Кривопусков.

М.Г.Магомедов определяет «социальное доверие» как набор нормативных реципрокальных ожиданий, существующих в социуме и направленных на увеличение стабильности, предсказуемости и транспарентности социальной жизни в условиях общероссийских трансформационных преобразований [2]. М. Магомедов отмечает, что уровень социального доверия напрямую зависит от характера распространения в обществе культуры доверия, подразумевающей систему институтов, которые поощряют реципрокальные отношения на индивидуальном и групповом уровнях. Отметим, что такую точку зрения также разделяет американский социолог Т. Конг.

Он изучал проблему взаимосвязи социального и институционального доверия. Т.Конг в своем исследовании «Межкультурный опыт как препятствие к доверию» провел анализ данной взаимосвязи [11]. Автор разделяет два вида доверия: институциональное и социальное. Оба вида доверия имеют две формы: goodwill-based – доверие по доброй воле (на основе намерений и ожиданий) и competence-based (основанное на компетенции и исполнении).

Гипотеза исследователя заключалась в том, что индивиды из культур с низким уровнем доверия будут иметь низкий уровень институционального доверия к правительству, т.к. они имеют больше межкультурного опыта. Также Т.Конг своим исследованием доказал, что низкий уровень социального доверия приводит к низкому уровню институционального доверия. Следо-

вательно, для того, чтобы государству решить проблему с отсутствием доверия к своим институтам, следует сначала решить проблему повышения уровня социального доверия.

Следует отметить современного исследователя социального доверия Г. Моллеринга. Он рассматривает социальное доверие как состояние ожидания доброжелательных действий и намерений со стороны других людей [13, с.410]. Интересно отметить, что Г. Моллеринг утверждает, что рассмотрение доверия, как рискованного поведения, как сотрудничества, способа уменьшения социальной сложности, как порядок, как социальный капитал уже было показано в работах Г. Зиммеля.

Рассматривая теорию Г. Зиммеля, Г. Моллеринг отмечал, что Г. Зиммель предполагал наличие дополнительного таинственного элемента, который он сравнивает с религиозной верой в механизме доверия. Данный элемент является иррациональным по своей природе. Г. Моллеринг развивает эту мысль и утверждает, что доверие фактически формируется на трех основаниях – ожидание, интерпретация и допущение (вера) – иррациональный компонент.

Его идею можно сравнить с теорией П. Штомпки, который допускал в механизме социального доверия наличие элемента таинственности.

В заключении стоит отметить, что понятием «социальное доверие» оперируют как отечественные, так и зарубежные социологи. Развивается направление эмпирических исследований социального и институционального доверия.

По итогам проведенной систематизации существующих в современной социологии теоретических подходов к понятию доверие, можно выделить следующие закономерности.

Выделяются два доминирующих подхода к интерпретации феномена доверия в социологической науке. Согласно первому, доверие – продукт традиционного общества, основанный на принципе безусловной веры, т.е. на чувстве уверенности в другом и в его действиях. Доверие иррационально.

Второй подход отталкивается от понимания доверия как продукта рационализации современного общества, т.е. доверие – продукт рациональный, основанный на определенном расчете, а не на чувстве, как в первом случае.

В зависимости от уровня воспроизводства отношений доверия исследователи разделяют социальное доверие (межличностное) и институциональное доверие, при этом в качестве центральной проблемы современного общества отмечается резкое падение уровня институционального доверия, которое напрямую взаимосвязано с социальным доверием.

Список литературы

1. Коулман Дж. Капитал социальный и человеческий / Дж. Коулман // ОНС. – 2001. – № 3. – С. 122-139.
2. Магомедов Магомедгабиб Гасанханович. Социальное доверие в российском обществе: социологический анализ : диссертация ... доктора социологических наук : 22.00.04 / Магомедов Магомедгабиб Гасанханович; Ростов-на-Дону, 2009. – 300 с.
3. Фукуяма Ф. Доверие: социальные добродетели и путь к процветанию: Пер. с англ. / Ф. Фукуяма. – М.: ООО «Издательство АСТ»: ЗАО НПП «Ермак», 2004. –730 с.

4. Штомпка П. Доверие основа общества. М. Логос.2012. 445 с.
5. Blau P. M. Exchange and power in social life. New-York: Wiley, 1964. 250 p.
6. Ferrin, D. L., Bligh, M. C., & Kohles, J. C Can I trust you to trust me? A theory of trust, monitoring, and cooperation in interpersonal and intergroup relationships. Group & Organization Management, 32(4), 2007, pp. 465-499.
7. Giddens A. The consequences of modernity, Cambridge: Polity Press, 1992. 188 p.
8. Putnam, R.D. Bowling Alone: America's Declining Social Capital, Journal of Democracy, 1995, 6, pp.65–78.
9. Seligman A. Trust and sociability: on the limits of confidence and role of expectations // American Journal of economics and sociology, 1998. Vol. 57. No. 4. pp. 390-405.
10. Simmel G. Faithfulness and gratitude / Simmel G. The sociology of Georg Simmel. London: Collier Macmillan Publishers & the free press. 1964. pp. 379-395.
11. Kong D.T. Intercultural Experience as an Impediment of Trust Examining the Impact of Intercultural Experience and Social Trust Culture on Institutional Trust in Government. Social Indicators Research, September 2013, Volume 113, Issue 3, pp 847-858
12. Luhmann N. Trust and Power/Two works by N. Luhmann; With introd. by Poggi G. Chichester etc.: Wiley, 1979. 228 p.
13. Mollering, G. The Nature of Trust: From Georg Simmel to a Theory of Expectation, Interpretation, and Suspension. Sociology 35(2), 2001, pp. 403-420.
14. Toennies F. Community and society. New Brunswick: Transaction publishers, 1993. 298 p.
15. Tilly C. Trust and Rule. – N.Y Seligman A. Trust and sociability: on the limits of confidence and role of expectations // American Journal of economics and sociology, 1998. Vol. 57. No. 4. pp. 390-405
16. Uslaner, Eric M. The Moral Foundations of Trust. Cambridge, UK: Cambridge University Press, 2002, 298 p.

КАЧЕСТВО ЛИЧНОСТНОГО КАПИТАЛА ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ МОЛОДЕЖИ ГОРОДА НА МАТЕРИАЛЕ ИССЛЕДОВАНИЯ Р.К. МЕРТОНА

Бикетова Я.О.

Казанский (Приволжский) федеральный университет,
Россия, г. Казань

В статье рассматриваются качество личностного капитала городской производственной молодежи на материале исследований Р. К. Мертона. Особое внимание уделяется системе «качества личностного капитала производственной молодежи города» в ракурсе мертоновской парадигмы структурно-функционального анализа.

Ключевые слова: личностный капитал, производственная молодежь, качество личностного капитала.

Всякий серьезный научный анализ должен опираться на обширный, прочный, эвристически продуктивный теоретико-методологический базис. Таковым в настоящее время, когда происходит активный, многосторонний и глубокий полилог наук, в ходе которого происходит интенсивный обмен дисциплинарными методами, способами, приемами познания с тенденцией к выработке комплексного научного инструментария, может быть в первую

очередь междисциплинарный полипарадигмальный подход, вбирающий в себя все сколько-нибудь значимые достижения отдельных научных дисциплин.

Обладая целостностью, качество личностного капитала городской производственной молодежи, в свою очередь, выступает подсистемой таких системных целостностей, как качества социальных капиталов личности, группы, общности, организации, общества в целом, переплетаясь и взаимодействуя с системами «качество», «личностный капитал», «городская производственная молодежь» и т.д.

Исходя из концепции этапов становления и развития системной целостности, система «качество личностного капитала производственной молодежи города» может и должна быть представлена как целостность динамическая, возникающая, формирующаяся и развивающаяся в соответствии с логикой эволюции, отраженной и зафиксированной в поименованной концепции.

Определяя концептуальные рамки анализа качества личностного капитала производственной молодежи города, кратко охарактеризуем другую модификацию структурного функционализма, принадлежащую Р.К. Мертону [1]. Основными концептами мертоновской интерпретации структурного функционализма выступают понятия функции и дисфункции. Под функцией американский социолог понимает взаимозависимость социальных структур, институтов и процессов, проявляющуюся во взаимосвязи происходящих в них изменений [2, с. 382].

Дефиниция функции, предложенная Мертоном, имеет следующий вид. Функция – это такие наблюдаемые последствия, которые способствуют адаптации или приспособлению данной системы. Дисфункция определяется американским ученым как наблюдаемые последствия, которые уменьшают приспособление или адаптацию системы. Кроме того, Мертон допускает возможность наступления нефункциональных последствий, которые безразличны для системы. Функции разграничиваются американским социологом на явные и латентные. Под явными функциями понимаются объективные последствия, связанные с возможностью регулирования или приспособления системы, которые входили в намерения и осознавались ее участниками. Под латентными подразумеваются объективные последствия, не входившие в намерения и не осознававшиеся участниками системы [2, с. 414].

Суть теоретических построений Мертона становится более ясной, если осмыслить приведенный им в качестве иллюстрации своей позиции церемониал индейцев племени хопи, имеющий целью вызвать выпадение осадков. Явная функция данного церемониала состоит в стремлении при помощи ритуальных танцев вызвать дождь. Латентная функция заключается в интеграции и сохранении племени как целостной социальной общности [2, с. 428].

Рассмотрим систему «качество личностного капитала производственной молодежи города» в ракурсе мертоновской парадигмы структурно-функционального анализа. Наблюдаемая под таким углом зрения означенная система обретает четкие контуры целостного социального объекта, функционирующего в некоторой социальной среде, с которой у него существуют

определенные взаимосвязи. Стремясь сохранить целостность, объект взаимодействует со средой, предпринимая явные и скрытые действия, направленные на сохранение устойчивости системы и ее большей адаптации к окружающей среде. Однако не все совершаемые действия способствуют стабильному существованию и органичному приспособлению системы к окружающей среде в лице одноуровневых систем и систем более высокого порядка. Если последствия первых действий (функций) превалируют над последствиями действий вторых (дисфункций), система продолжает функционировать и развиваться. Если последствия дисфункций преобладают над последствиями функций, то система деградирует и распадается.

Подобно Мертону, приведем конкретный пример, опираясь на его концепцию аномии [3, с. 299]. Суть этой концепции заключается в том, что по мере эволюции общества, в частности, когда оно совершает переход от традиционных форм организации жизнедеятельности к модернистским, происходит процесс разрушения ценностей и норм, прежде поддерживающих общественный порядок. Утратив веру в традиционные идеалы и установления, люди впадают в состояние фрустрации, теряют нравственную опору, приобретая склонность к девиантному поведению.

Традиционный советский личностный капитал – это, прежде всего, ценностные предпочтения и поведенческие стереотипы, обуславливающие деятельность городской молодежи, ориентированной на занятость и работу в сфере производства товаров и услуг на государственных предприятиях. Если дисфункциональная составляющая трудовой активности по каким-либо причинам начинает доминировать над функциональной, не позволяя урбанизированной молодежи посредством трудовой деятельности в сфере производства конвертировать свой личностный капитал в материальные и духовные блага, достаточные для удовлетворения жизненных потребностей, то возникает ситуация аномии. Личностный капитал традиционного советского типа утрачивает свою ценностно-мотивирующую способность, а его владельцы либо десоциализируются, становясь изгоями, либо обретают интенцию к изменению ценностно-нормативных ориентаций и деятельностных стереотипов. Причем далеко не всегда изменение качества личностного капитала носит конструктивный характер, эволюционируя от традиции к модерну, от работы на государственном предприятии к частному предпринимательству, например. Нередко трансформация личностного капитала приобретает характер ресоциализации, находя выражение в криминальных формах социальной активности.

Список литературы

1. Мертон Роберт Кинг [Электронный ресурс]. – URL: <http://ru.wikipedia.org> – 12.11.15.
2. Мертон Р. Явные и латентные функции / Р.Мертон // Американская социологическая мысль: Тексты / Под ред. В.И. Добренкова. – М., 1994. – С. 428.
3. Мертон Р. К. Социальная структура и аномия / Р.К.Мертон // Социология преступности (Современные буржуазные теории). – М.: Прогресс, 1966. – С. 299–313.

МЕДИАМИКС КАК СРЕДСТВО ПРОДВИЖЕНИЯ ОБЩЕОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ

Ерохина А.Ю., Петросян Н.Г., Чичиленко А.В.

студенты 4 курса Института международных отношений,
Пятигорский государственный лингвистический университет,
Россия, г. Пятигорск

В статье анализируются рекламные кампании образовательных учреждений Ставропольского по продвижению своих услуг такими средствами распространения рекламы, как печать, директ-майл и нетрадиционные средства рекламы, выявляются достоинства и недостатки данных средств распространения рекламы.

Ключевые слова: продвижение услуг, медиамикс, рекламная кампания, директ-майл, нетрадиционные средства рекламы, средства массовой информации.

В настоящее время в России увеличивается потребность отечественных производителей в продвижении товаров и услуг на рынки различных уровней, ставшим мощным инструментом убеждения и информирования покупателей, отвечающим на все вопросы потребителей, сохраняющим популярность продвигаемых товаров и услуг и (что, по нашему мнению, принципиально важно) создающим позитивный, необходимый аудитории образ товара, услуги. Сегодня организация и проведение мероприятий по продвижению стали доступными и эффективными вариантами взаимодействия с потенциальными потребителями.

Учитывая уровень развития информационных технологий в обществе, считаем, что для достижения максимального охвата аудитории и наиболее эффективного воздействия на потребителей следует использовать медиамикс. Под медиамиксом понимается одновременное использование различных рекламных средств в рамках одной рекламной кампании. Востребованность медиамикса заключается в том, что при его использовании можно получить эффект взаимодействия интегрированных маркетинговых и рекламных действия разного типа, объединенных единой целью. Благодаря этому общий эффект воздействия может превышать сумму воздействий каждого из них в отдельности.

Реализуя проект по продвижению услуг вуза, мы проанализировали рекламу образовательных услуг в Ставропольском крае и выявили наиболее часто используемые средства распространения рекламы. Так, например, лингвистическая школа «London-express» активно использует в качестве продвижения собственных услуг директ-майл, позволяющий эффективно использовать самое популярное средство связи в Интернете, гарантирующий доставку рекламного сообщения до адресата, отличающийся высокой скоростью доставки писем и дешевизной. Изучив статистические данные, мы можем с уверенностью сказать о том, что директ-майл обладает важным преимуществом – наиболее интересен потребителю. «London-express» имеет свыше 10 000 подписчиков, которые считают информирование о новостях и прово-

димых акциях лингвистической школы полезными. Отметим и ряд недостатков данного метода: вероятность потери интереса к тексту письма, отказ от подписки или попадание письма в спам [1, с. 23].

Рекламные материалы Северо-Кавказского федерального университета, также занимающегося продвижением собственных образовательных услуг, отдает предпочтение печати. Печатная реклама СКФУ представлена в изданиях «Ставропольская правда», «Невинномысский рабочий» и «Nota bene! Обрати внимание!» Данные издания нацелены на достаточно широкую аудиторию не только по демографическим и социально-экономическим аспектам, но и по географическому признаку. Следует отметить, что принято выделять следующие достоинства прессы как средства продвижения товаров и услуг: четкая и постоянная целевая аудитория; высокая степень доверия печатному изданию и представленной информации; многочисленность вторичных читателей. А недостатками являются высокий уровень конкуренции, низкая оперативность и возможность невостребованности тиража издания. Учитывая тот факт, что при продвижении образовательных услуг университета целевую аудиторию составляют не только абитуриенты, но и их родители, присутствие рекламы в печатных изданиях, без сомнения, – один из самых действенных способов донесения информации до заинтересованного лица [2, с.82-83].

Все большую популярность в мире приобретают нестандартные средства продвижения рекламы, самый молодой и пока еще малоиспользуемый в России метод продвижения (в лифтах, на тротуаре и т.д.). Отметим, в чем же заключается суть нетрадиционной рекламы. Основной упор этого вида рекламы направлен на применение творческих, креативных идей, способных привлечь и задержать на себе внимание потребителя и выгодно выделиться на фоне рекламного шума, что, по нашему мнению, является основным плюсом нестандартных средств продвижения, их преимуществом перед другими средствами. Сообщения, донесенные до сознания потребителя нестандартным путем, как правило, надолго запоминаются. К минусам же следует отнести относительно высокую стоимость, вероятности потери интереса к рекламному сообщению и целевую узконаправленность [3, с. 54].

Проведенное исследование позволило нам разработать медиапланирование по продвижению образовательных услуг ПГЛУ на основе медиамикса, включающего директ-майл (24 рассылки в течение 3-х месяцев два раза в неделю по рубрикам «Общие статьи на образовательную тематику» и «Рекламные статьи: приглашаем потребителя обучаться в ПГЛУ»); печать и нетрадиционные средства рекламы (разработан макет рекламы образовательных услуг ПГЛУ в лифтах г. Пятигорска), а также организация профориентационных встреч со старшеклассниками и презентация сувенирной продукции вуза.

Таким образом, в настоящее время продвижение образовательных услуг занимает значимую часть современного медийного пространства Ставропольского края, поскольку в условиях конкуренции и реформы в высшей

школы требуют от вузов принятия верных маркетинговых стратегий и организации эффективного взаимодействия с целевой аудиторией.

Список литературы

1. Гевондян В.В., Могильная В.В., Шкурин Н.В., Гикис С.Н. Радиовещание как основы современных студенческих СМИ // Мир на пороге новой эры. Как это будет? / Институт управления и социально-экономического развития, Саратовский государственный технический университет, Richland College (Даллас, США). Саратов, 2014. С. 23-24.

2. Гикис С.Н. Создание авторского документального фильма (в рамках корпоративных СМИ) // Университетские чтения -2015. Материалы научно-методических чтений ПГЛУ. Пятигорск, 2015. С. 80-84.

3. Ерохина А.Ю., Процких К.А., Гикис С.Н. Образовательный потенциал специализированных студенческих изданий (на примере газеты «LIFE») // Информационная среда и ее особенности на современном этапе развития мировой цивилизации. Материалы международной научно-практической конференции. Саратов, 2014. С. 53-54.

ПРОЦЕСС ГЛОКАЛИЗАЦИИ В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ

Логунова О.А.

доцент кафедры социологии, психологии и культурологии,
канд. филос. наук, доцент, Ижевский государственный технический
университет имени М.Т. Калашникова, Россия, г. Ижевск

В статье социально-культурная среда рассматривается в качестве одного из приоритетных факторов развития муниципального образования. Развитие социально-культурной среды позволяет осуществить интеллектуальное и творческое воспитание личности, духовное саморазвитие и обеспечение социальной стабильности, что является основой благополучного развития муниципального образования в целом.

Ключевые слова: глобализация, глокализация, феномен потребления, консьюмеризм.

Ф. Бродель и И. Валлерстайн – это социологи, которые оспаривали доминирующую парадигму модернизации в течение 1970-х и 1980-х гг. После распада СССР началась новая фаза в обсуждениях глобализации. Были предложены новые интересные идеи. Глобализация стала пониматься как свободное перемещение товаров и услуг, капитала, рабочей силы и информации. Социолог М. Кастельс представил убедительное описание и анализ «информационного капитализма» [1]. В области международной политики можно выделить как сторонников, так и противников процесса глобализации.

Сторонники глобализации увидели много новых возможностей благоприятного развития в структурных изменениях и реорганизации производственного процесса, мировых рынков, транснациональных компаний и популярной культуры. Потребительская культура и свобода выбора – это основа для экономической идеологии глобального развития [2].

Подчеркивается роль информационных технологий (интернет сообщества, интернет-магазины, интернет-издания, форумы) и социальных сетей

(Вконтакте, Одноклассники, Facebook, Myspace) в процессе глобализации. Социолог М. Кастельс называет «сетевое общество» новым типом общества, в котором информационные технологии играют важную роль [1]. Несмотря на то, что М. Кастельс считает, что глобализация бросает вызов традиционным национальным границам и приводит к объединению регионов и городов.

Критики глобализации подчеркивают недостатки и угрозы этого процесса. Например, социолог Д. Ритцер отметил силу таких неоднозначных культурных явлений, как макдонализация и американизация [3]. Некоторые политики и экономисты рассматривают глобализацию как систему социального обеспечения, которая унифицирует государственные расходы. Это приводит к идее государства всеобщего благосостояния как коллективного управления рисками целого мира.

Английский социолог Р. Робертсон популяризировал термин глокализации в 1990-е гг. [4]. Вопрос о взаимосвязи между «местным» и «глобальным» стал более актуальным в дискуссиях относительно глобализации. Некоторые участники этих дискуссий подчеркивали противоречие между глобальным и местным. Тем не менее, Р. Робертсон объединял понятия глобализация и глокализация. Социолог также отметил четыре важнейших понятия на которые следует обратить внимание при обсуждении глобализации: общество, индивиды, мировая система общества и человечность. Таким образом, он не противопоставляет глокализацию и глобализацию, но подчеркивает важность региональных культурных традиций как части глобальных процессов. Д. Ритцер рассматривает глокализацию как взаимопроникновение глобального и локального, в результате чего происходит гомогенизация [3]. Это довольно компактное определение подчеркивает процесс глокализации как стратегию компании в поиске глобальных рынков.

Таким образом, суть процесса глокализации сводится к необходимости подстроиться к особенностям локального рынка. Например, в отечественной рекламе McDonald's подчеркивается, что были отобраны самые свежие продукты (мясо, картофель, яйца) у российских фермеров. Многие зарубежные бренды используют местных знаменитостей в своих рекламных акциях. Например, актер Д. Козловский снялся для рекламы Channel, хоккеист А. Овечкин для Gillette, актриса И. Дапкунайте для Nescafe.

Таким образом, крупные бренды вынуждены подстраиваться под местный рынок [5, 6]. Мировые бренды настраивают свою продукцию и маркетинговые стратегии, чтобы существовать в локальной среде. Они используют местные культурные символы и традиции, чтобы расположить к себе местных потребителей. Основными элементами глокализации являются [4]: уважение к культурным особенностям; отдельные лица и группы, как творческие акторы; социальные процессы; товары и средства массовой информации, которые участвуют в культурных изменениях.

Глокализация также подразумевает культурную гомогенизацию. Вполне вероятно, что, крупные корпорации и средства массовой информации играют очень важную роль в процессе глокализации, но не они одни определяют направление этого процесса и судьбу человечества.

Список литературы

1. Castells M. The Rise of the Network Society. 1996. Vol I: The Information Age: Economy, Society and Culture. Oxford, Blackwell.
2. Gabriel Y. & Lang, T. The Unmanageable Consumer (2nd edition). London, Thousand Oaks and New Delhi, Sage. 2006. pp. 8–9, 26.
3. Ритцер Д. Макдональдизация общества 5. Пер. с англ. – Лазарев А. В.– М.: Издательская и консалтинговая группа «Праксис», 2011. – 592 с.
4. Robertson R. Glocalization: Time–Space and Homogeneity Heterogeneity. In Featherstone, M., Lash, S. & Robertson, R. (eds.) Global Modernities London. Thousand Oaks and New Delhi, Sage. 1995. pp. 25-42.
5. Логунова Е.Г. Особенности милосердия в двух типах общества: традиционном и современном / Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. – 2015. – № 8-1 (58). – С. 117-120.
6. Логунова О.А. Общество потребления: этапы становления и развития/ Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. – 2014. – № 3-2 (41). – С. 125-127.

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ КОНЦЕПЦИИ ИССЛЕДОВАНИЯ ЯВЛЕНИЯ БЕДНОСТИ

Ревазов В. Ч.

доцент кафедры философии и социально-правовых дисциплин, канд. пед. наук, доцент, Северо-Кавказский горно-металлургический институт (государственный технологический университет), Россия, г. Владикавказ

Пилиева Д. Э.

доцент кафедры философии и социально-правовых дисциплин, канд. социол. наук, доцент, Северо-Кавказский горно-металлургический институт (государственный технологический университет), Россия, г. Владикавказ

В статье рассматриваются факторы, влияющие на состояние бедности в современном обществе, теоретико-методологические концепции отечественных и зарубежных ученых, социально-исторический аспект формирования понятия «бедность».

Ключевые слова: бедность, социальное неравенство, методологические основы, де-социализация, социал-дарвинистский, эголитаристский, критерии бедности, потребности.

Среди негативных социальных последствий рыночных реформ в России важное место занимает процесс обнищания основной массы населения. На этом фоне исследования социального явления «бедность», приобретает особую актуальность. Бедность, как социальное явление представляет важную составляющую социального неравенства современного общества. Большинство исследователей этого явления рассматривают бедность не только как социальный феномен, определяемый спецификой материального положения личности, но и как регулятор социальных статусов и ролей, определяя место человека в структуре общества.

Бедность как социальное явление можно описать используя специальные понятия: «социальное неравенство и социальная стратификация», «экономический статус» и «доход», «распределение национального богатства» и «потребительская корзина», «уровень» и «образ жизни», «культура» и «субкультуры», «социализация» и «десоциализация» и т.п. Проблеме изучения бедности и факторов, влияющих на состояние бедности в современном обществе, посвящено множество научных трудов и диссертационных исследований, как отечественных, так и зарубежных социологов. И если в зарубежной социологии проблемы социального неравенства и бедности уже давно разрабатывались, то в российской социологии изучение этого явления началось в постсоветский период, когда проблема приобрела уровень государственного масштаба. Теоретико-методологические основы исследований бедности и неравенства рассматривались видными российскими социологами А.С.Балабановым, М.К.Горшковым, Н.М.Давыдовой, Н.М.Римашевской, Н.Е.Тихоновой и др. Изучение и определение критериев, видов, технологий устранения бедности осуществлялись В.В.Петуховым, В.С.Тапилиным, Е.Г.Слуцким и др. Проблемы, связанные с разработкой и управлением государственных программ помощи социально-незащищенным и уязвимым слоям населения анализируются в работах В.А.Лукова, П.Д.Павленка, А.М.Панова, И.Н.Родионова, А.Н.Скробова и др. Так что же такое бедность? – Это недостаточность имущественных ценностей, финансовых возможностей, товаров для полноценного существования. Если смотреть в более глобальных масштабах, то это невозможность жить, продолжать род, развиваться. Понятие «бедность» подразумевает социальное явление, характеризующее крайне стесненное материальное состояние человека, обусловленное экономическими, социальными, политическими причинами, а также внутренними запросами и потребностями личности. Историю изучения бедности можно проследить с периода XVIII в., когда в изучении бедности доминировали в основном два подхода – социал-дарвинистский и эголитаристский. Первый – рассматривал бедность как ненормальное социальное положение в обществе, с которым необходимо бороться, второй – акцентировал внимание на личной ответственности самих бедных за те материальные трудности, которые привели их к такому положению в обществе.

Социал-дарвинистская концепция основывается на принципах борьбы за существование, естественном отборе, когда все общественные явления, и бедность в том числе, рассматриваются через призму теории Ч.Дарвина о выживании сильнейших. Проповедовался культ капитализма и ответственными за материальные трудности считались сами бедные – раз они на дне общества, значит их вполне устраивает жизнь в нищете. Мыслители XVIII века воспринимали бедность как неизбежный результат индустриализации. Т.Р. Мальтус объясняет природу бедности противоречиями общественного развития. Его знаменитый закон прогрессии гласит: «если рост народонаселения происходит в геометрической прогрессии, то рост жизненных средств, необходимых для их существования, растет только в арифметической» [4, с.34]. Причина появления избыточного населения и недостаток жизненных

средств неизбежно приводит к возникновению бедности. Значит, бедность – это не атрибут социального устройства общества, а основа существования человеческого рода. Бедность зависит от увеличения населения и в этом виноваты сами бедные, так как система государственной помощи их только поощряет к подобному бытию. Английский социолог Энтони Гидденс полагал, что бедные по собственной воле становятся социальными паразитами. Он признавал бедность как неустранимое зло, а на определенном этапе развития общества – как социальное благо, неизбежный спутник социального прогресса, пытался определить ее место в системе общества. По мнению одного из родоначальников эволюционизма, английского философа и социолога Г.Спенсера «бедность – это индивидуальный выбор, одни приспособились к превратностям жизни, а другие нет, и государство не должно вмешиваться в естественное развитие общества, так как помощь бедным ограничивает свободу их деятельности, т.е. чем больше людей живет на государственные пособия, тем больше людей находится на иждивении общества, и тем меньшее число желает жить самостоятельно [8, с.324]. Г.Спенсер считал, что бедность и неравенство представляют собой закономерное явление в обществе, которые возникают и растут по мере развития общественного производства. А так как развитие производства процесс необратимый и динамичный, то ликвидировать бедность невозможно. При этом Г.Спенсер отводил бедности положительную роль, т.к. считал ее движущей силой развития личности.

Представители эголитаристского направления проповедовали уравнительность как принцип организации общественной жизни. Для них бедность, это следствие либо распределительных отношений (Элизе Реклю – французский географ и мыслитель XIX – начала XX века), либо отношений производства и прибавочной стоимости (К.Маркс, Ф.Энгельс).

Э.Реклю в своей работе «Богатство и нищета» исследовал не только состояние бедности, но и ее низшую фазу – нищету. Бедными он считал тех, кто мог удовлетворить только основные естественные потребности, то есть минимум средств, необходимых для своего существования. Кто не укладывался в это минимум, был отнесен в разряд нищих [6, с. 33]. В марксистской теории выводится закон капиталистического накопления, суть которого во взаимозависимости между богатством и нищетой: чем больше богатств на одном полюсе общества, тем больше накопление нищеты на другом полюсе, то есть капиталистическое накопление не только не ведет к уничтожению нищеты, но и воспроизводит ее, как главное условие богатства в капиталистической форме существования [5, с.221]. Само понятие бедности марксисты понимали как отсутствие средств производства у трудящихся, которые способствовали накоплению капитала обладателям средств производства. К. Маркс был убежден, что накопление капитала ведет к увеличению численности пролетариата, а уделом большинства населения остается нищета. Бедность. в теории марксизма – это форма и мера эксплуатации трудящихся, которая определяется развитием производительных сил, товарно-денежных отношений и степенью паразитизма эксплуататорского класса.

Первыми исследователями бедности в конце XIX века в Англии были, англичане Ч.Бут и С. Роунтри, в своей концепции за точку отсчета в определении бедности, они взяли возможность индивида удовлетворять свои жизненно важные потребности (еда, одежда, жилище). Ч.Бут пытался установить реальные критерии определения бедности, представляющие уровень доходов и удовлетворение основных потребностей, а также выделить нормы и стандарты, необходимые для поддержания уровня работоспособности и здоровья. С.Роунтри в своих исследованиях выделил аспект существования двух типов бедности: – это первичная бедность, которая характеризует семьи с недостаточными средствами для удовлетворения основных нужд даже при оптимальном использовании средств и вторичная – она относится к тем семьям, чьи основные потребности не удовлетворяются по причине неразумной траты средств. Черту бедности С. Роунтри определял исходя из уровня дохода семьи, необходимого для удовлетворения основных жизненных потребностей. Данный уровень и принимался за абсолютную черту бедности, которую можно регулировать только при изменении цен на пищевые продукты независимо от уровня и распределения доходов. Во второй половине двадцатого века сформировался взгляд на бедность, как на социальное явление. Бедными признавались те, чьи средства не позволяли им вести более-менее приличный для данного общества образ жизни. При этом одни социологи ограничивали эти средства приобретением товаров, необходимых для удовлетворения основных потребностей, а другие выделяли средства, позволявшие в полной мере участвовать в жизни общества. Этот подход называют «концепцией относительной лишенности». Авторами этой концепции являются: английскому социолог П.Таунсенд и экономист А.Маршалл. В своем фундаментальном труде «Бедность в Великобритании» П.Таунсенд формулировал бедность, как явление, в котором индивиды и социальные группы относятся к категории бедных, при условии лишения их ресурсов для участия в общественной жизни, условий для труда и отдыха, что в конечном итоге составляет блок необходимых потребностей человека. Их ресурсы ниже среднего уровня, что исключает их из обычного стиля жизни и общепринятых моделей поведения. Сегодня, напрашивается вывод, что бедность, это закономерное явление социальной жизни общества и к нему необходимо применять понятие «структурная бедность», что делает ее составной частью социальной системы. В мировой практике бедность измеряется с помощью прожиточного минимума. Уровень бедности определяется показателем, который представляет долю бедных в численности населения старше 15 лет. В некоторых странах распространение получил метод потребительской корзины и социального минимума. Социальный минимум – это уровень потребления, который кроме удовлетворения потребностей дает возможность пользоваться благами и услугами на данном уровне экономического, социального и культурного развития общества. Потребительская корзина – это примерный расчётный набор, ассортимент товаров, характеризующий типичный уровень и структуру месячного потребления человека или семьи. Кардинальные изменения после распада СССР привели к модификациям в различных сферах, что в первую оче-

редь сказалося на уровне жизни населения. Старые институты и механизмы социальной защиты не смогли предотвратить кризис социальной сферы и существенного снижения уровня жизни населения. Значительное влияние на снижение реальных доходов населения и рост бедности оказали факторы инфляции и снижение основных видов доходов населения, куда входили заработная плата, пенсии, пособия, стипендии, сбережения граждан. Снижение объемов производства и закрытие многих предприятий привело к значительному сокращению рабочих мест и высвобождению работников, росту явной и скрытых форм безработицы. В результате, более четверти населения страны оказалось за чертой бедности. Известный исследователь по проблемам бедности Н.М. Римашевская писала: «...в центре внимания при изучении жизненного уровня должны находиться проблемы, связанные с существованием низкооплачиваемых и малообеспеченных слоев населения. Основными причинами малообеспеченности являются относительно низкий размер заработной платы, наличие иждивенцев в семье, низкий размер пенсий, стипендий и пособий на детей. Но самая противоречивая проблема – это наличие парадоксальной бедности, то есть бедность работающих людей. Причем среди работающих бедных, много людей занятых квалифицированным трудом, с хорошим образованием» [7, с.33]. Бедность как социальное явление современности имеет сложную структуру и разнообразные виды и формы проявления. В современном обществе, по оценке экспертов Всемирного банка, бедными можно признать почти 27% населения Земли. Серьезную проблему бедность представляет в странах Африки, Латинской Америки и Центральной Азии. Проблема бедности в современном мире и в России остается актуальной. Поэтому важное значение здесь приобретает вопрос изучения основных механизмов реализации социальной политики государства в отношении бедности и людей, проживающих за чертой бедности. Изучение этой проблемы, актуализируется прежде всего, практическими решениями социального управления, требующими максимального учета и согласованности интересов всех социальных групп при реализации государственной социальной политики.

Список литературы

1. Буздалов И.Н. О социально-экономической природе бедности // Россия и современный мир. 2008. – №2. – С. 30-32.
2. Добренков В.И., Кравченко А.И. Социология: в 3-х томах. Т.2: Социальная структура и стратификация. – М.: ИНФРА-М., 2009. – 536 с.
3. Кураков Л.П. Экономика и право: словарь-справочник. – М.: Изд.: Вуз и школа. 2004. – 1072 с.
4. Мальтус Т.Р. Опыт о законе народонаселения. – М.: Изд.: Директ-Медиа. 2012. – 461 с.
5. Маркс К. Капитал. М., 1955. Т. 1. – С. 221.
6. Реклю Э. Богатство и нищета. М., 1906. – С. 33.
7. Римашевская Н.М. Бедность и маргинальность населения // Соц. ис.ис. – 2004. – № 4. – С.33-44.
8. Спенсер Г. Социальная статика. Изложение социальных законов, обуславливающих счастье человечества. Изд.: Гама-Принт, 2013. – С. 324.

СОЦИАЛЬНЫЙ ИНСТИТУТ ТУРИЗМА ПО ИТОГАМ 2015 ГОДА И ПЕРСПЕКТИВЫ ЕГО РАЗВИТИЯ

Сикоева О.В.

аспирант кафедры философии и социально-правовых дисциплин,
Северо-Кавказский горно-металлургический институт
(Государственный технический университет), Россия, г. Владикавказ

В статье рассмотрено положение социального института туризма в России в условиях сложной геополитической обстановке в мире. Эта отрасль экономики в нашей стране находится еще на стадии развития и совершенствования.

Ключевые слова: туризм, туристическая индустрия, развитие туризма, проблемы туризма.

Туристическая индустрия это одна из наиболее динамичных отраслей, быстро развивающихся в мировом хозяйстве. Туризм входит в число трех крупнейших экспортных отраслей, уступая нефтедобывающей промышленности и автомобилестроению. В настоящее время туризм является самой рентабельной сферой мирового хозяйства. Основу развития туристической индустрии формируют следующие существенные моменты: 1. Увеличение доли въездного туризма; 2. Уменьшение диспропорции между ресурсным обеспечением и степенью его использования; 3. Пропаганда национального туристического продукта; 4. Государственная поддержка отечественного туризма.

На развитие туризма влияют как позитивные, так и негативные факторы, связанные с политической, законодательно-правовой и социально-экономической ситуацией в стране и в мире. К положительным факторам развития рынка туристических услуг относят:

- Стабильность и открытость политики и экономики;
- Развитие транспорта, информационных технологий;
- Построение интеллектуального общества;
- Поощрение национальных и иностранных инвестиций в развитие индустрии туризма;
- Укрепление позиций России на мировом туристическом рынке;
- Упрощение и гармонизация налогового, валютного, таможенного, пограничного и других форм регулирования;
- Стимулирование туризма для детей, молодежи, пожилых людей, инвалидов и малообеспеченных семей путем предоставления льгот;
- Содействие развитию индустрии приоритетной туристической деятельности.

К негативным факторам развития рынка туристических услуг относят:

- Напряженность в международных отношениях;
- Нестабильность политики и закрытость экономики;
- Стагнация экономики и падения благосостояния населения;
- Неустроенность туристических ресурсов;
- Неразвитость индустрии туризма;

- Нерациональное использование культурно – исторической и культурной наследия и окружающей среды;
- Низкий уровень доходов населения;
- Недооценка роли туризма в интеллектуализации общества;
- Отсутствие эффективных стимулов инвестирования развития индустрии туризма на равной и мировых стандартов;
- Недооценка роли туристического бизнеса в наполнении бюджета.

Указанные факторы влияния на развитие туризма должны определять цели государственного регулирования и приоритетные направления развития туристического бизнеса [1].

Напомним, в 2015 году Россия остановила продажу путевок по двум популярным направлениям – в Египет по причине крушения российского авиалайнера вследствие теракта и в Турцию по политическим причинам. Ростуризм ставит целью продвижение внутреннего туризма в рамках импортозамещения. Отметим, при этом пассажиропоток на внутренних рейсах по стране вырос, а на зарубежных – упал. Однако зарубежных поездок по-прежнему больше, согласно статистике Росавиации [4].

Эксперты полагают, что российский туристический поток в сторону стран зоны Шенгенского договора в силу напряженной политической обстановки и введения санкций. Интерес вызывает информация Роспотребнадзора о том, что некоторые турфирмы пытаются обойти запрет на продажу туров в указанные страны, например, Белоруссию.

Летать на популярные курорты запретили, а будет ли конкурентоспособная альтернатива?

Очевидно, что в наступившем году продолжится перестройка туристического бизнеса. Ожидается, что туристические потоки, ориентированные на другие страны, заметно сократятся. О том, что оставаясь отраслью экономики, туризм должен взять на себя свою часть ответственности, направленной на замещение импорта, говорил и глава Ростуризма Олег Сафонов: "Наш туристический рынок в течение 23 лет всеми воспринимался как туризм выездной. К сожалению, сложился определенный стереотип, благодаря определенной работе туроператорского сообщества и наших зарубежных партнеров. Стратегически наша страна заинтересована в развитии въездного и внутреннего туризма. Это мировая практика" [2].

У внутреннего российского туризма есть весьма долгосрочные перспективы, что подтверждается Ассоциацией туроператоров России. Однако представитель АТОР предупреждает, что ощутимый рост турпотоков по родной стране возможен только благодаря взвешенной ценовой политике со стороны российских объектов размещения, транспортных и прочих структур, связанных с туризмом.

В прошлом году появились пакетные туры по России – туристов на популярные курорты страны стали возить чартерами. А это позволяет снизить цену перевозки на 20 процентов. А ведь транспортная составляющая в стоимости самая значимая – 70 процентов. Кроме того, снижен НДС на внутренние перелеты. Другая мера по борьбе с ценами – расширение дотаций на же-

лезнодорожные и авиаперевозки для льготных категорий граждан. Падение курса рубля в 2014 году привело к тому, что Россия стала одним из самых дешевых туристических направлений для туристов из многих стран мира. При этом отмечается, что в 2016 году российский туризм по-прежнему будет испытывать значительные трудности. Причиной, в частности, стали санкции против России, введенные из-за присоединения Крыма. В 2015 году внутренний турпоток уже вырос на 18 процентов (50 миллионов поездок), и это не предел. Зачастили в нашу страну и интуристы (в первую очередь, китайские) – в прошлом году их поток рекордно увеличился на 1,5 миллиона до 20,6 миллиона. В 2015 году Россия открыла несколько офисов для зарубежных туристов «Visit Russia». Эти офисы находятся в зарубежных странах [3].

После череды банкротств и внезапных уходов многих туркомпаний с рынка государство серьезно взялось за регулирование в этом секторе экономики. В Госдуму был внесен новый законопроект о туризме. Среди основных поправок обсуждается увеличение финансовых гарантий для туроператоров, отправляющих отпускников за границу, с 30 миллионов рублей до 50 миллионов. Кроме того, чтобы войти в реестр туроператоров, компания должна будет иметь на счете не меньше 30 миллионов рублей.

Вместо существующего фонда "Турпомощь", оказывающего помощь застрявшим на курортах отпускникам, могут появиться два других. Поставщики туристических услуг обязаны будут выдавать клиентам на руки все документы, включая проездные документы и ваучеры на размещение, подтверждающие оплату, не позднее, чем за 24 часа до отъезда.

Далеко не все пункты устраивают туроператоров – они считают, что некоторые позиции могут просто уничтожить средние и мелкие компании. Обсуждение законопроекта пока продолжается. Также не стоит забывать о двух законопроектах в сфере туризма. Так, в случае принятия одного из них россияне смогут получить обратно 13% подоходного налога от покупки путевки. По второму законопроекту работодатели будут считать путевки по России в себестоимости, если приобрели их для поощрения работников или в качестве социальной помощи. Кроме того, в среду в Петербурге открылся международный туристский форум. На нем Россия и Словакия подписали соглашение о сотрудничестве.

По итогам 2015 года внутрироссийский туризм поднялся на 18% год к году. За год услугами российских курортов воспользовались 50 млн россиян. Отдельно сегмент новогоднего туризма в 2016 году прибавил относительно 2015 году те же 18%. Добавим, летом 2016 года цена внутренних туристических путевок в РФ может подняться на 10-15%. Прогноз сделали в АТОРе. В Российском союзе туриндустрии заявили, что в 2016 году стоимость туризма в Крыму вырастет до 30% [2].

Туризм в России в перспективе может стать высокодоходной отраслью национальной экономики, он сможет сыграть и политическую роль, стать "мягкой силой" РФ за рубежом – интуристы смогут сами убедиться в том, что о нашей стране распространяется немало недостоверной информации. В

связи с этим необходимо разработать систему мер по повышению конкурентоспособности отечественного туристского продукта.

Список литературы

1. Кудинова Е. В. Современное состояние и тенденции развития туризма в мировой и российской экономике [Текст] / Е. В. Кудинова, А. Ю. Шаповал // Молодой ученый. – 2015. – №3. – С. 430-433.
2. Степура И. Кубань. Северный Кавказ. Шезлонги подождут/ И. Степура// Российская газета. Неделя. – 2015. – №286. – С. 9.
3. Узбекова А. Туризм. Как упоительны в России вечера/ А, Узбекова// Российская газета. Неделя. – 2015. – №286. – С. 14.
4. Узбекова А. Прогноз. Возвращение в Египет / А. Узбекова// Российская газета. – 2016. – № 6884. – С. 12.

ПОВЫШЕНИЕ МОТИВАЦИИ ПРЕПОДАВАТЕЛЕЙ В ВЫСШИХ УЧЕБНЫХ ЗАВЕДЕНИЯХ КЫРГЫЗСТАНА (НА ПРИМЕРЕ ФИЛИАЛА РОССИЙСКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО СОЦИАЛЬНОГО УНИВЕРСИТЕТА В г. ОШ КЫРГЫЗСКОЙ РЕСПУБЛИКИ)

Турдубаева Э.К.

доцент кафедры «Социальной работы и социального права», к.с.н.,
ФГБОУ ВПО «Российский государственный социальный университет»,
Филиал в г. Ош, Кыргызская Республика, г. Ош

В статье проведен анализ проблем мотивации преподавателей к профессиональной деятельности в высших учебных заведениях Кыргызстана, предложены некоторые рекомендации по решению заявленной темы.

Ключевые слова: качество образования, профессиональная компетентность, материальное и моральное стимулирование, самообразование, результативность.

В настоящее время в сфере высшего профессионального образования Кыргызской Республики насчитывается 52 вуза. Однако следует отметить, что охват наибольшего количества населения программами высшего образования в Кыргызстане (на 1 миллион жителей приходится 10 вузов), с учетом существующей международной практики (в Великобритании на аналогичный контингент населения приходится 2 ВУЗа, в Российской Федерации – 6, в Казахстане – 10), не гарантирует качество этих программ.

В связи с изложенным, одной из актуальных в вузах страны, становится задача внедрения современных систем мотиваций, способствующих повышению качества образования, предоставляемого профессорско-преподавательским составом высших учебных заведений. Под качеством образования выпускников понимается определенный уровень знаний и умений, умственного, физического и нравственного развития, которого достигли выпускники образовательного учреждения в соответствии с планируемыми целями обучения и воспитания [4, 78].

В силу коммерциализации образовательных услуг, отсутствия и/или недостаточного государственного финансирования вузов, недостаточной реализации потенциала преподавателей университета, отсутствия и/или недостаточных мер в направлении внедрения супервизорской деятельности и повышения квалификации молодых специалистов, совершенствования системы оплаты труда профессорско-преподавательского состава в Кыргызстане, одним из стратегических направлений работы в вузах страны становится мониторинг мнений и управление мотивацией сотрудников по широкому кругу вопросов деятельности университета. Под мотивацией в вузе следует понимать процесс побуждения преподавателя к деятельности для повышения качества образовательного процесса [1,27].

Качество учебного процесса зависит от уровня мотивации преподавателей. Способности и уровень творческой активности личности преподавателя, обуславливаемые направленностью и уровнем мотивации, определяют развитие специалиста в профессиональном отношении, меру его вклада в коллективный результат и качество деятельности.

В период возрастающей конкуренции на рынке образовательных услуг перед вузами страны возникла необходимость работать по-новому, овладевая новыми технологиями и системами управления. Максимальное развитие и использование потенциала преподавателей должно производиться с учетом вклада каждого работника в повышение эффективности университета и сопровождаться удовлетворенностью преподавателей деятельностью в вузе.

В настоящее время в вузах Кыргызстана существует реальная необходимость во внедрении эффективных программ мотивации и повышения профессиональной компетентности преподавательского состава.

Статус и престиж вуза, его конкурентоспособность зависят от качества выпускников и их востребованности на рынке труда, следовательно, труд профессорско-преподавательского состава должен быть в центре внимания руководства вуза, поскольку именно они являются главными производителями качественных знаний и интеллектуальной продукции.

Положительная мотивация, добросовестное отношение к труду, полное вовлечение преподавателей университета в совершенствование учебного процесса и улучшение деятельности вуза, отказ от распространенной деятельности в стиле «спустя рукава», умелое и рациональное использование потенциала сотрудников будут способствовать обеспечению, повышению качества образовательных услуг и подготовки специалистов.

Уровень мотивации сотрудников в вузе, их удовлетворенность условиями труда, университетской деятельностью, возможностями карьерного роста, моральным микроклиматом могут быть выявлены во время проведения социологического исследования в вузе.

Определение потребностей и ожиданий работников в признании их деятельности, удовлетворенности работой, а также в их развитии обеспечит полное вовлечение и более сильную мотивацию работников.

Для выявления удовлетворенности преподавателей различными сторонами жизни университета и выяснения проблемы мотивации и демотивации

преподавателей в филиале Российского государственного социального университета в городе Ош Кыргызской Республики была разработана «Анкета для преподавателей» (опрос и обработка проводились в декабре 2015 года), содержащая вопросы из некоторых областей деятельности вуза. Заполнение анкеты носило анонимный характер и занимало около 7-10 минут. Респондентами являлись все преподаватели, работающие в вузе (штатные сотрудники и совместители). Из 32 преподавателей 28 приняли участие в опросе. По итогам исследования был подготовлен отчет «Преподаватели филиала РГСУ в г. Ош о проблемах мотивации и демотивации в профессиональной деятельности», содержащий выводы, призванные помочь руководству университета принимать своевременные, основанные на фактах решения по повышению мотивации преподавателей к своей деятельности.

По результатам исследования было выявлено: 21,4% респондентов работают в университете свыше 15 лет и такой же процент имеют стаж от 5 до 10 лет, 14,3 % имеют стаж от 10 до 15 лет, 42,9 % – от 1 года до 5 лет.

Результаты опроса сотрудников показали, что основным фактором привлекательности вуза для респондентов, прежде всего, является «регулярность получения заработной платы и стабильность» -75%. На второе место преподаватели ставят хорошие условия труда – 46,4%. На третьем месте высокий престиж вуза – 39,2%, последнее место занимает хорошая морально-психологическая атмосфера в коллективе университета 28,5%.

Для получения информации о мотивах сотрудников к качественному труду были заданы вопросы об оценке степенью удовлетворенностью признания их успехов и достижений (вознаграждения материальными и нематериальными средствами, словесной похвалой, устной или с занесением в трудовую книжку благодарности). Наибольшее количество преподавателей 46,4% выразили мнение о частичной удовлетворенности признанием их успехов и достижений, 28,6% выразили полную удовлетворенность, затруднились ответить 17,7%, 7,1 % выразили мнение о неудовлетворенности в данном аспекте. При этом 50% считают, что это выражается в виде словесной похвалы, 17,8%- отмечают вручение почетных грамот, 10,7% отмечают материальные вознаграждения, 7,1% – устное или с занесением в трудовую книжку благодарности.

Поскольку материальная заинтересованность выступает одним из основных общечеловеческих стимулов трудовой активности, на вопрос об оценке удовлетворенности оплатой труда, 53,5% респондентов выразили мнение о частичной удовлетворенности, затруднились ответить на вопрос и отметили полную удовлетворенность 21,4% респондентов, 3,6 % выразили полную неудовлетворенность оплатой труда.

Следует понимать, что удовлетворенность работников заработной платой зависит не столько от размера, сколько от социальной справедливости в оплате труда, поскольку уравниловка в оплате (разная степень добросовестности в работе, вклада в деятельность) является препятствием для сохранения и усиления трудовой мотивации.

При этом 50 % респондентов подрабатывают вне стен филиала, 42,9% не занимаются подработкой, но желали бы найти подходящий вариант в соответствии со своими возможностями, не видят в этом необходимости 7,1%.

Условия труда влияют на отношение к деятельности и трудоспособность работников, что актуализирует вложение времени, ресурсов и заинтересованности в создании обстановки, содействующей достижению ее задач и отвечающих потребностям занятых.

Положительным фактом следует считать, что 57,1% полностью и 46,4% частично удовлетворены условиями труда и услугами, имеющимися в вузе, оставшиеся 3,6% затруднились ответить.

При этом полностью удовлетворены системой организации питания - 3,6%, частично удовлетворены – 36%, 42,9% не удовлетворены, 17,8% затруднились ответить. Полную удовлетворенность медицинским обслуживанием выразили 28,5% респондентов, 50% частично удовлетворены, 10,7% отметили неудовлетворенность.

Основой эффективности деятельности коллектива является организационная структура, определенность прав и обязанностей сотрудников. Положительными оказались ответы на вопрос о степени удовлетворенности условиями организации труда на кафедре и оснащенностью своего рабочего места (полностью удовлетворены 67,9%, частично удовлетворены 32,1% респондентов).

Показатели удовлетворенности доступностью информации о жизни филиала оказались высокими (53,6% полностью удовлетворены, 46,4% частично удовлетворены). Однако необходимо признать недостаточную решаемость информационных задач в филиале, поскольку не все новости из ректората, различных заседаний ученого совета, методического совета доводятся до всех преподавателей.

Одним из критериев успешной деятельности преподавателя в вузе является повышение квалификации. Выявленные потребности преподавателей филиала в повышении квалификации (82,1 % преподавателей нуждаются в ней, лишь 17,9 % считают, что такой необходимости нет) позволяют отметить положительный аспект данного вопроса. При этом желают повысить свои квалификации через научные стажировки в других филиалах и за рубежом 50% преподавателей, объективно признать, что такая форма повышения квалификации в местных вузах не используется. Из общего числа респондентов 28,6% предпочли различные традиционные курсы, такое же количество выбрали изучение новой литературы и стажировки в профильных учебных и научных заведениях, 10,7% предпочитают участие в семинарах, конференциях.

Анализ профессиональных планов на будущее преподавательского состава также позволил отметить положительный настрой на деятельность. Руководство вуза ознакомилось с профессиональными планами и определило уровень профессиональной устойчивости сотрудников (продолжительное самоосуществление личности в профессии): 71,4 % респондентов выразили уверенность в правильности своего профессионального выбора и верность

филиалу, несмотря на трудности и проблемы; о смене места работы думают 10,7% респондентов и 17,6% затруднились ответить на заданный вопрос.

Среди серьезных проблем, которые необходимо своевременно решать в вузе, респонденты отметили в первую очередь, слабую защищенность преподавателей (46,4%), второе место заняла проблема отсутствия заинтересованности сотрудников в результатах своего труда (39,2%) на третьем месте слабая оснащенность современными техническими средствами обучения (14,3%). Все три проблемы требуют внимания руководства, особо следует отметить вторую по значимости для преподавателей: отсутствие заинтересованности в результатах своего труда, являющуюся одним из факторов демотивации, выражающуюся в снижении производительности и качества труда, отсутствии инициативы и сужении границ своих обязанностей. Следует выделить тот факт, что респонденты отметили благожелательный микроклимат в филиале 46,4%, 28,6% считают его нейтральным, 25% определили его как дружеский.

Учет результатов проведенного исследования позволяет сделать выводы и предложить рекомендации для повышения мотивации преподавателей в вузе. Невысокие показатели полной удовлетворенности преподавателей признанием успехов и достижений подготовки в вузе, а также низкие показатели материальной удовлетворенности профессорско-преподавательского состава филиала актуализируют перед руководством вопросы поиска и внедрения новых дополнительных способов материального и морального стимулирования сотрудников.

Разнообразные механизмы материальной мотивации профессорско-преподавательского состава должны быть включены в программу развития филиала и могут осуществляться в форме разовых выплат. К примеру, это могут быть: публикации в научных журналах издательства Scopus, Web of Science, победы в международных научных конкурсах, защита диссертаций, публикации монографий, учебных, учебно-методических пособий, активность (заинтересованный и творческий вклад работника в дело вуза), и другие значимые для филиала направления.

Внедрение рейтинговой системы оценки деятельности ППС, учитывающей аспекты обучающей, научно-исследовательской и учебно-методической работы и повышения квалификации, позволит выявлять, стимулировать, поддерживать наиболее активных в научно-образовательных сферах преподавателей университета, напрямую влияя на развитие университета и его рейтинг в числе вузов страны.

Оценка деятельности преподавателя вуза должна включать:

- показатель профессиональной культуры преподавателя (сочетание преподавательской и научно-исследовательской деятельности);
- соотношение знания и опыта (взаимосвязь знаний, умений и навыков); качество работы и мастерство преподавателя (ответственность (добросовестное выполнение служебного и гражданского долга, самостоятельность в преподавательской и научной деятельности, способность ставить перед собой задачи и добиваться их решения);

- инициативность в совершенствовании вузовского обучения и своего профессионального роста;

- самоконтроль и самодисциплина, требовательность к себе и другим);

- профессиональная компетентность (четкое видение ориентиров обучения (эталон специалиста, задачи его достижения, последовательность формирования профессиональных знаний, умений, навыков), способность организовывать и мотивировать эффективную учебную деятельность студентов, организуя ее как самостоятельное исследование);

- готовность и потребность в сотрудничестве (знание психологии и особенностей коллег по работе; коммуникабельность, выработка общих позиций; понимание, применение, реализация полезных для дела инициатив коллег; умение использовать опыт и способности своих коллег для решения задач обучения и воспитания студентов и др.);

- использование имеющихся условий для своего профессионального роста (самообразование преподавателя; участие в конференциях; выступления на семинарах, курсах повышения квалификации) [2].

Рейтинг должен быть адаптирован под особенности университета, учитывающий слабые звенья, постепенно переходящий к реальной конкуренции сотрудников уже внутри самого рейтинга, решающий как общеуниверситетские, так и личные задачи преподавателей.

Стимулирование сотрудников к производительной, креативной работе в рамках квалификационных требований, будет способствовать повышению коэффициента трудового участия и эффективности деятельности в выполнении задач филиала. Повышению мотивации преподавателей будут способствовать поддержка руководством преподавателей зарабатывающих дополнительные средства на основном рабочем месте, информирование коллектива о достижениях каждого преподавателя. Руководству филиала необходимо обратить внимание на индивидуальную результативность преподавателей (показатели учебной, методической, научно-исследовательской, воспитательной деятельности), демонстрировать повышенную заинтересованность в активных преподавателях, создавая конкурентную среду и повышая квалификационные требования к занимаемым должностям.

Таким образом, решение проблем, связанных с организацией труда преподавателей (условия труда, мотивы и стимулы, учебный процесс, режим работы, внедрение новых технологий обучения) поможет привлечь в вузы высококвалифицированные кадры [3, с. 5]. Эффективным для вуза может стать внедрение постоянного мониторинга кадровой ситуации и динамики кадрового потенциала, выражающееся в регулярном проведении социологических исследований, направленных на выяснение проблемы мотивации и демотивации преподавателей. Использование метода анкетирования наиболее приемлемо вследствие своей оперативности и экономичности.

Повышение эффективности работы сотрудников университета возможно при внедрении элементов мотивационного менеджмента в управлении персоналом (корпоративные ценности, нормы, имидж филиала, эффективная обратная связь, возможности для карьерного роста и политика продвижения,

условия работы, система отношений в коллективе, рейтинг оценки эффективности работы каждого, применение материального и нематериального стимулирования и т.п.).

Объективно учесть, что для принятия ответственных решений результаты социологических опросов персонала не должны являться единственным критерием, их разумно объединять с другими объективными результатами деятельности в различных сферах деятельности вуза.

Список литературы

1. Егошин А.П. Мотивация трудовой деятельности: Учеб. пособие.- 2-е изд., перераб. и доп.- М.: ИНФРА-М, 2006. – 464 с.
2. Доронина Оценка влияния мотивации преподавателей вузов на качество образования / Евразийский международный научно-аналитический журнал «Проблемы современной экономики», N 3 (31), 2009.
3. Лунев С.А. Формирование мотивации и стимулирования труда преподавателей высших учебных заведений: дисс. ... к.э.н.: 08.00.05. – М., 2004. – 193 с.
4. Скок Г. Б. Как проанализировать собственную педагогическую деятельность: Учеб. пособие для преподавателей / тв. ред. Ю. А. Кудрявцев. – М.: Рос. пед. агентство, 1998. – 102 с.

СТИЛЬ ЖИЗНИ КАК НАУЧНАЯ КАТЕГОРИЯ В ЗАПАДНОЙ НАУКЕ

Худяков К.С.

студент 1 курса магистратуры «Корпоративная антропология в образовании»,
Пермский государственный гуманитарно-педагогический университет,
Россия, г. Пермь

Братухина Я.С.

студентка 4 курса кафедры культурологи исторического факультета,
Пермский государственный гуманитарно-педагогический университет,
Россия, г. Пермь

Данная статья показывает, что несмотря на малую применимость категории «стиль жизни» в современной социологии, она очень востребована, но в тоже время недостаточно изучена. На примере многих теорий, авторы приходят к выводу что «стиль жизни» применим и к изучению корпоративной культуры организаций.

Ключевые слова: стиль жизни, образ жизни, габитус, классы, класс, классовая ситуация, стратификация.

В XX веке стиль жизни трактуют как самоорганизацию жизни, происходящую в процессе спонтанного маневрирования внутри символического пространства коммуникативного сообщества, посредством демонстрации отклонения поведения от существующего сообщества, от существующих стандартов. Стиль жизни, таким образом, не является свойством субъекта, а является его формой соотносительности с другим, то есть оказывается абсолютно релятивным, а сам субъект утрачивает качество субъективности или самости.

Если же человек, не имеет ценностной ориентации, направляющей его взаимодействия с миром и другими субъектами (либо легко приспосабливается к повседневной реальности), то, в таком случае, действительно можно говорить об абсолютной внутренней спонтанности стиля жизни.

Если рассматривать феномен стиля жизни в широком историческом контексте, то можно обнаружить иные смыслы как выражение целостности человека. Основу жизненной целостности можно видеть в ценностно-интенциональной включенности субъекта, связанного с миром в процессе деятельности. В этом случае, стиль жизни предстает не только как способ самовыражения, но и как способ конструирования личности, которая творит свой стиль как индивидуальный жизненный проект.

Сам термин «стиль жизни» был впервые введен в научный оборот австрийский психологом Альфредом Адлером в 1929 году. На тот момент, стиль жизни представлял собой эстетический аспект образа жизни, фиксировал устойчиво воспроизводимые привычки, вкусы, склонности, а также черты быта и взаимодействия между людьми, которые могли выражать национально-этнические или социально-профессиональные черты социальной общности, группы.

Стиль жизни в наиболее обобщенном своем значении трактуется как характеристика ряда поведенческих стереотипов, которые проявляются в общественных отношениях, потреблении, развлечении и манере одеваться. Так, например, в сфере бизнеса, категория «стиля жизни» является средством, благодаря которому специалисты по рекламе и маркетингу привлекают целевую аудиторию, удовлетворяя желания потребителей новыми продуктами, либо создавая стремления, соответствующие новым продуктам.

Собственно стиль жизни – это изменчивая и исторически обусловленная категория, прошедшая путь трансформации от единого стиля жизни архаических обществ, характеризовавшихся естественной целостностью жизнедеятельности людей, к множеству стилей современного общества. По мнению американского социолога Элвина Тоффлера, для века научно – технической революции характерно возрастающее разнообразие «стилей жизни».

Взаимоотношения между большими социальными группами в начале XX века конечно рассматривали преимущественно в рамках теории марксизма. Стиль или образ жизни в данной теории занимает большую часть. В «Тезисах о Фейербахе» Маркс пишет, что «Способ производства надо рассматривать не только с той стороны, что он является воспроизводством физического существования индивидов. В еще большей степени это – определенный вид деятельности данных индивидов, определенный вид их жизнедеятельности, их определенный *образ жизни*» [4, с.120]. Или – какова жизнедеятельность индивидов, таковы они и сами.

Вебер же предложил альтернативную теорию стратификации общества, основанную на множественности источников социальной иерархии. И, в анализ социального неравенства он ввел три новых параметра: собственность, власть и престиж. Причем, каждый из них образует свое автономное измерение стратификации. Как следствие из этого – «различие в собственности по-

рождает экономические классы» [2, с.67]. Различия по структуре власти рожают партии. И престижные образуют страты.

Сам термин «класс» М. Вебер относит к любой группе людей, которая возникает в некой «классовой ситуации», определяемой, как типичные шансы получения прибавочного продукта или, иначе говоря, специфичные жизненные шансы. «Классовая ситуация» являет собой рыночную ситуацию, то есть данная категория применима более для экономической дифференциации общества.

Еще одно измерение, которое он упоминает – это «статус» – положительная или отрицательная оценка престижа, получаемая как одним индивидом, так и всей группой. В данном случае определение социального статуса выходит за рамки только экономических отношений. Оно учитывает нормы, традиции, обычаи. Статусные группы в свою очередь стремятся к созданию собственных субкультур, включающих наборы черт, принципов, навыков поведения, реализующихся в соответствующем стиле жизни, на основе которого воздаются почести на уровне общества в целом [4, с.46]. Собственно в теории М. Вебера это свидетельствует об идее стратификации не только по экономическим составляющим, но и по стилям жизни. В сущности, стиль жизни выступает в роли инструмента, который приписывает индивиду некий социальный статус или обозначает его принадлежность к определенной группе. Исходя из этого, человеку, желающему быть причисленным к определенному кругу людей, необходимо для этого демонстрировать ожидаемый специфичный стиль жизни, то есть разделять его субкультуру.

В борьбе за социальный престиж, статусные группы стремятся монополизировать материальные товары и всякого рода возможности. Как пишет сам М. Вебер: «По мере того, как усиливается закрытие статусной группы, условные предпочтительные возможности для специальной занятости перерастают в легальную монополию на специальные должности, учреждаемые для членов группы» [4, с. 56]. В данном случае, известный социолог указывает на важное свойство статусных групп, а именно – склонность к социальной замкнутости.

В качестве средства определения своего ранга и отделения себя от других, статусные группы используют формы потребления. Тип жилища, мебели, украшения, музыкальные предпочтения, одежда – все эти аспекты могут быть использованы как знаки различий между статусными группами [4]. Но, кроме показателей потребления, у социальных групп по Веберу, есть стремление воспроизводить себя через механизм образования, что вновь подчеркивает их исключительность.

Зачем люди демонстрируют свой стиль жизни и выставляют его на всеобщее обозрение. На этот вопрос попытается ответить книга Т. Веблена «Теория праздного класса». Одной из центральных идей исследования является связь между социальной принадлежностью, социальным статусом и стилем потребления. Главная мысль Т. Веблена заключается в теории «демонстративного поведения», то есть потребление носит демонстративный характер и направлено на подтверждение определенного социального статуса [4, с.53].

Всех вышеперечисленных исследователей связывала попытка продемонстрировать стиль поведения через потребительское поведение социальных групп. То есть стиль жизни группы зависит от её субкультуры и её взаимосвязи с потребительскими практиками.

Данная группа социологов не единственная, кто изучал феномен стиля жизни. Собственно, пока еще не существовало теории или инструментария для понимания данной категории. Но П. Бурдьё отводит солидное место в своей теории понятию «стиль жизни». Согласно ученому, люди живут в многомерном пространстве полей, где место определяется объемами капиталов, соответствующих каждому полю.

Французский исследователь пишет: «социальное пространство – абстрактное пространство, конституированное ансамблем подпространств или полей, которые обязаны своей структурой неравному распределению отдельных видов капитала, и может восприниматься в форме структуры распределения различных видов капитала, функционирующей одновременно как инструменты и цели борьбы в различных полях» [1, с.127]. То есть, в его понимании, социальное пространство представляет собой многомерное образование, при этом бесконечно продуцирующие новые групповые солидарности и находящееся в постоянном поиске равновесных состояний.

Капитал по П. Бурдьё – это некий ресурс, который может быть задействован для получения некой выгоды, однако у него существует три понятия капитал. Первый – экономический капитал, понимаемый традиционно, который непосредственно и напрямую конвертируется в деньги и институционализируется в форме собственности. Второй – культурный капитал, отождествляемый с легитимными знаниями и навыками, в том числе с уровнем и структурой образования, культурными кодами, позволяющими адекватно воспринимать произведения «высокой культуры». И третий – социальный капитал, представляет собой совокупность реальных или потенциальных ресурсов, связанных с обладанием устойчивой сетью более или менее институциональных отношений взаимного знакомства или признания – иными словами, с членством в группе. Еще есть четвертый вид – символический капитал [4].

Габитус – еще одна из главных категорий у П. Бурдьё. В труде «Практическое чувство» социолог описывает эту категорию так: «Детерминации связанные с особым классом условий существования, производят габитусы – системы устойчивых и переносимых диспозиций: структурированные структуры, предрасположенные функционировать как структурирующие структуры, т.е. как принципы, порождающие и организующие практики и представления, которые могут быть объективно адаптированными к их цели, однако не предполагают осознанную направленность на нее и непременно овладение необходимыми операциями по ее достижению» [1, с. 184- 185].

Габитус у П. Бурдьё является механизмом восприятия условий существования, воплощающихся в повседневном опыте, и также структурированной структурой восприятия. То есть габитус – структурирующая структура, которая порождает этот опыт. Иными словами, габитус – это система диспозиций, лежащих на основе осмысленных практик и оценок. Несмотря на

свою структуру, габитус – это спонтанность «не обладающая сознанием и волей, глубоко укорененная, нередко недоступная рациональному осмыслению когнитивная и мотивационная системы или ценностные рамки видения мира и себя в нем» [4, с. 62].

Кроме прочего, П. Бурдьё отмечает зависимость габитуса от условий существования самого индивида. Следовательно, определенный габитус является характеристикой соответствующего класса. При этом оппозиции структуры условий: «богатый – бедный, образованный – необразованный и т.п., предстает как фундаментальные принципы структурирования и восприятия практик... Габитус – упорядочивая, структурирует мир» [1, с. 147].

Исходя из вышеизложенных рассуждений и выводов из работ великих социологов, мы можем предположить, что стиль жизни относится к числу наиболее популярных, но при этом, слабо разработанных категорий науки. Данная категория во многих исследованиях остается помогающим термином, содержание которого метафорично, подвержено изменениям в зависимости от контекста и проблематизации исследования. Большинство работ не рассматривают данную категорию как самостоятельную концепцию или теорию, хотя и опираются на западных исследователей данной проблематики, что, несомненно, является веской и актуальной причиной для написания работы, в которой стиль жизни будет являться основой исследования. Например, как стиль жизни влияет на корпоративную культуру сотрудников различных организаций, и их дресс-код.

Список литературы

1. Бурдьё П Социология политики / Пер. с фр./ Сост., общ.ред. и предисл. Н.А. Шматко. – М., 1993. – 336 с.
2. Вебер М. Избранные произведения. – М., 1990. – 808 с.
3. Веблен Т. Теория праздного класса. – М., 1984. – 368 с.
4. Глухих А.Ю. Концепт стиля жизни в современной теоритической социологии: [Текст] дис. ... канд. соц. наук / А.Ю. Глухих. – Пермь, 2006. – 196 с.
5. Маркс К., Энгельс Ф. Сочинения. Т. 13. –М., 1959. – 770 с.

ФОРМИРОВАНИЕ ЭФФЕКТИВНОГО СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКОГО КЛИМАТА В КОЛЛЕКТИВЕ

Червова Э.А.

преподаватель английского языка, Лингвистического центр
при Институте Цивилизации, Россия, г. Владикавказ

В статье социально-психологический климат рассматривается как основа эффективного функционирования организации. Для возможности его создания необходимо изучить факторы, влияющие на формирование эффективного климата в коллективе.

Ключевые слова: социально-психологический климат, факторы формирования климата, коллектив.

Важнейшей областью пространства социальных отношений являются взаимодействия внутри трудового коллектива. От социально-

психологической атмосферы в коллективе, специфики организационной культуры во многом зависит не только эффективность совместной деятельности, которая выражается в экономических показателях, но и отношение сотрудников к своей работе, эмоциональный настрой и, в конечном итоге, удовлетворенность работой. Социально-психологический климат играет существенную роль в создании корпоративной культуры и повышении эффективности существования коллектива, объединенного общей целью.

Климат социально-психологический – качественная сторона межличностных отношений, совокупность психологических условий, способствующих или препятствующих продуктивной совместной деятельности и всестороннему развитию личности в группе [1].

Социально-психологический климат это не только проблема сегодняшних социально-психологических сложностей корпоративной культуры организации, но одновременно и проблема решения завтрашних, перспективных задач, связанных с моделированием новых, более совершенных, чем прежде, человеческих отношений.

Формирование благоприятного социально-психологического климата коллектива является одним из главных условий эффективности совместной деятельности.

В соответствии с точкой зрения психологов К.К. Платонова и Г.Г. Голубева, социально-психологический климат – это «важнейший компонент психологического климата группы в целом» [3]. Социологи Л.Н. Коган и Т.А. Улыбина полагают, что понятие «социально-психологический климат» является неотъемлемой составной частью более общего понятия «социальный климат». В данном случае социологи акцентируют внимание на социальном аспекте психологического климата. На наш взгляд, угол зрения социологов по изучению данной проблемы более широк.

Вполне очевидно, что за многообразием подходов к пониманию социально-психологического климата стоит видение его структуры, которой присуще наличие двух основных составляющих: отношение людей к труду и отношение людей друг к другу. В свою очередь, отношения между людьми включают два компонента: отношения между коллегами по работе и отношения в системе руководитель-подчиненный.

В результате проведенных нами исследований были определены основные положения, исходя из которых, на наш взгляд, нужно рассматривать социально-психологический климат в связи с выполнением организацией конкретной деятельности в основу формирования эффективного социально-психологического климата составляет совпадение ценностных ориентаций и установок членов коллектива, имеющих долговременное значение. Они не сводятся только к количественным, но и характеризуются в большей степени атрибутивными (качественными) показателями.

Значимость качественных показателей более всего проявляется в критические моменты, когда основную роль играет моральный фактор.

Ценности членов коллектива определяются как динамическая система правил и норм, применяемых в группе для ее функционирования. Группа

включает в себя разнообразные психологические конструкты, такие как отношения, убеждения, нормы и правила поведения, которые могут по-разному восприниматься каждой отдельной единицей в пределах группы.

Выявленные нами положения позволяют по-новому подойти к рассмотрению социально-психологического климата.

Социально-психологический климат коллектива, таким образом, представляет собой нечто большее, чем просто поведенческие практики, которые наблюдаются в повседневной производственной деятельности. Климат имеет отношение к глубоко укорененным ценностям и убеждениям, которые считают важными для себя не только отдельные работники, но и вся организация в целом.

Именно такой подход позволяет нам определять, анализировать и понимать социально-психологический климат не как единый и неделимый конструкт, а в большей степени как конструкт динамичный, многогранный и многоуровневый.

Одним из главных качеств социально-психологического климата является его оптимально действующая структура, т.е. та, которая наилучшим образом позволяет организации эффективно выполнять свои функции, продуктивно, целесообразно распределять и направлять усилия своих сотрудников.

Роль социально-психологического климата коллектива в качестве фактора его состояния и продуктивности определяется несколькими обстоятельствами:

- во-первых, социально-психологический климат коллектива является одним из наиболее существенных элементов в общей системе условий существования и жизнедеятельности человека в организации;
- во-вторых, он является проявлением механизма обратной связи индивида со средой.

Одним из наиболее очевидных проявлений эффективного климата, способствующего продуктивности совместной деятельности людей, является взаимное внимание, расположение, симпатия.

Рассмотрим несколько факторов, определяющих эффективность социально-психологического климата в коллективе.

1. Глобальная макросреда: обстановка в обществе, совокупность экономических, культурных, политических и др. условий. Стабильность в экономической, политической жизни общества обеспечивают социальное и психологическое благополучие его членов и косвенно влияют на социально-психологический климат рабочих групп.

2. Локальная макросреда, т.е. организация, в структуру которой входит трудовой коллектив. Размеры организации, статусно-ролевая структура, отсутствие функционально-ролевых противоречий, степень централизации власти, участие сотрудников в планировании, в распределении ресурсов, состав структурных подразделений.

3. Удовлетворенность работой. Большое значение для формирования благоприятного СПК имеет то, насколько работа является для человека интересной, разнообразной, творческой, соответствует ли она его профессио-

нальному уровню, позволяет ли реализовать творческий потенциал, профессионально расти. Привлекательность работы повышают удовлетворенность условиями труда, оплатой, системой материального и морального стимулирования, социальным обеспечением, распределением отпусков, режимом работы, информационным обеспечением, перспективами карьерного роста, возможностью повысить уровень своего профессионализма и т.д.

4. Психологическая совместимость является важным фактором, влияющим на СПК. Под психологической совместимостью понимают способность к совместной деятельности, в основе которой лежит оптимальное сочетание в коллективе личностных качеств участников. Психологическая совместимость может быть обусловлена сходством характеристик участников совместной деятельности.

5. Стиль руководства. Роль руководителя в создании эффективного социально-психологического климата является решающей.

Это лишь некоторые факторы, совокупность которых составляет эффективный социально-психологический климат в коллективе. Благоприятные отношения между сотрудниками не возникают сами собой, их нужно формировать, поэтому перед руководством стоит важная задача по разработке и применению мер для эффективного управления социально-психологическим климатом коллектива.

Список литературы

1. Анцупов А.Я., Шипилов А.И. Словарь конфликтолога. – СПб.: Питер, 2006. 528 с.
2. Забродин, Ю.М. Психология личности и управление человеческими ресурсами / Ю.М. Забродин. – М.: Финстатинформ, 2002.
3. Платонов К.К., Голубев Г.Г. Психология. – М.: Наука. 1977. – 185 с.

**INFORMATION TECHNOLOGIES AS A BUSINESS TOOL
IN TOURIST INDUSTRY**

Gindullin E.R.

student of the Biotechnologies and veterinary medicine department,
Bashkir State Agrarian University, Russia, Ufa

Kalugina Yu.V.

senior lecturer of the chair of Foreign languages, candidate of Philological Sciences,
Bashkir State Agrarian University, Russia, Ufa

The article describes prospects of promotion of tourist services by means of information technologies. Two aspects of the relevance of information technology are considered. Goals and advantages of a website in tourist industry are figured out.

Keywords: tourism, information technologies, Internet, website, service, tour.

We live in the time of information technologies (ITs). Nowadays it is used everywhere – be it industry, economics, social structures, public administration or science, education, and culture. The innovations did not miss the tourism either – both the consumer and the service provider are affected by this. ITs prevail in all functions of strategic and operational management. As information is the lifeblood of tourism, ITs provide both opportunities and challenges for the industry.

The relevance of ITs can be observed from two sides – communication within the company and individually.

Firstly, let us consider the relevance of ITs within the company.

In conditions of modern market economy computer ITs is the basis for managing the company. In fact, the amount of information has grown greatly for the recent years. The need of acceleration is obviously noticeable as well as need of finding more complicated ways to process. Many choose the automatic processing of information. Active implementation of the computer ITs in the tourism domain is essential. It gives the specialist an opportunity to gather and process the necessary information very fast so that the tour company could operate smoothly and effectively [1]. Speaking about the tour operating there are online systems of reservation, terminals which are used by the tour operators while booking the tour.

The relevance of ITs outside the company means that there are lot of people who use the Internet searching for the information and service they need. There are different websites which aim at the enlargement of business and at the clients development. Forcing current websites and the advertisements posted on different resources help get that goal.

Creating a good website is very important because it attracts new clients, pushes up sales, provides service, it even plays role of specific mark of respectability of the company that owes the current recourse. So, the website represents the company in the net and performs several functions. One of the most spread func-

tions of the website is a service catalogue which offers goods and services in this or that field. On the website you can post the comprehensive description of any product or service and you can also add not only photographs but videos either.

The next significant function is saving clients and managers time by giving general information about the company, company's occupation data and terms of functioning in this or that segment of the market, kinds of goods and service provided, etc. – all these can be looked through in a separate catalogue. The advantage of using the website is that hundreds, thousands of people make use of it while the number of phone lines is limited – the website gives an opportunity to tap the phone only when the client has made his choice and has shown his wish to get some goods or services [2].

On the demand side, the new, sophisticated, knowledgeable and demanding consumer increasingly becomes familiar with the emergent ITs and requires flexible, specialized, accessible, interactive products and communication with principals. People planning to go out for the vacation very often use the Internet resources to find the information about the place they want to visit. Special websites help get to know the terms of the tour in advance; tips about sights, climate, culture, traditions, food, shopping, currency, etc.; advantages and disadvantages of the place chosen. They also enlighten the price, the list of service and contact details.

Besides, the Internet-shops are getting more and more popular, because that is where the customers can gain the product they want without leaving home – all they need is just to pick and pay for it via electronic payment system or by the credit card. Then the purchase can be delivered right to its new owner by the delivery service whether this Internet-shop maintains such service. The Internet-shops are not directly related to the tourism, but there are quite a lot of tour operators specializing on the active tourism and there is a number of shops that can offer the equipment.

Developments in ITs revolutionize both economies and enterprises. ITs are used for the acquisition, processing analysis, storage, retrieval, dissemination and application of information. At the macroeconomic level, information technologies become instrumental in the development and prosperity of regions, as they determine their competitiveness in the global marketplace. At the microeconomic level, ITs permeate all functions of strategic and operational management and impel the competitiveness of enterprises.

References

1. Esaulova S.P. Information technologies in the tourist industry. Teaching aid. Moscow, 2012. Available at: http://royallib.com/read/esaulova_sofiya/informatsionnie_tehnologii_v_turisticheskoy_industrii.htm (Accessed 18 December 2015)
2. Krug S. Don't make me think! Textbook. Moscow, 2008. Available at: https://vk.com/doc102386795_383282861?hash=3c0bff2e83c3498141&dl=a36e30f15806808362 (Accessed 20 January 2016)

ФОРМИРОВАНИЕ КОНСОЛИДИРОВАННОЙ ФИНАНСОВОЙ ОТЧЕТНОСТИ В РОССИИ В СООТВЕТСТВИИ СО СТАНДАРТАМИ МСФО

Безроднова К.А.

Российский научно-исследовательский институт экономики, политики
и права в научно-технической сфере, Россия, г. Москва

В статье рассматривается нормативное регулирование бухгалтерской отчетности в России. Отдельно выделяется система международных стандартов финансовой отчетности как универсальный инструмент составления отчетов организаций в разных странах мира по единым требованиям. Особый интерес представляет собой консолидированная финансовая отчетность как одна из основных сфер применения МСФО в целом и, в частности, в Российской Федерации. Автором раскрыта суть стандартов IFRS 10 «Консолидированная финансовая отчетность» и IFRS 3 «Объединение бизнеса».

Ключевые слова: бухгалтерская отчетность, консолидированная финансовая отчетность, бухгалтерский учет, международные стандарты финансовой отчетности.

Развитие крупного бизнеса рано или поздно приводит к необходимости выхода компаний (групп компаний) на международный финансовый рынок, а также к привлечению инвестиций путем эмиссии ценных бумаг, обращающихся на открытом рынке ценных бумаг. Таким образом, возрастает потребность в грамотно составленной бухгалтерской отчетности, которая несет как общую информацию о результатах деятельности компании, так и о финансовом положении, которую используют внутренние и внешние пользователи: менеджеры, собственники, инвесторы, кредиторы, поставщики, покупатели, государственные органы, в том числе налоговые органы [1]. В широком смысле бухгалтерская отчетность включает в себя совокупность следующих документов:

- Бухгалтерский баланс;
- Отчет о финансовых результатах;
- Отчет об изменениях капитала;
- Отчет о движении денежных средств;
- Пояснительная записка.

В данной статье речь пойдет о нормативном регулировании формирования финансовой отчетности, которая формируется материнской компанией по совокупности контролируемых или зависимых дочерних компаний (предприятий) и отражает имущественное финансовое положение, а также результаты хозяйственной деятельности всех компаний, входящих в сферу консолидации, как единого экономического целого. В международной практике данная отчетность называется *консолидированной финансовой отчетностью*. Все дочерние и зависимые организации, являясь самостоятельными экономическими субъектами (юридическими лицами), образуют особую экономическую единицу, не имеющую статуса юридического лица. В контексте данной статьи критерием взаимосвязи организаций, входящих в группу, бу-

дет являться отношение контроля головной организации (компании) над дочерними и зависимыми обществами (компаниями). Стоит отметить, что консолидированная финансовая отчетность абсолютно не заменяет индивидуальных бухгалтерских отчетов отдельных организаций: она позволяет получить объективное представление о финансовом положении, финансовых результатах и перспективах развития рассматриваемой группы как единого хозяйственного организма [2].

В целях реализации данной задачи в Российской Федерации принят Федеральный закон № 208-ФЗ от 27.07.2010 «О консолидированной финансовой отчетности». В соответствии с третьей статьей данного нормативного правового акта, консолидированная финансовая отчетность в России составляется в соответствии с международными стандартами финансовой отчетности (далее – МСФО).

Международные стандарты финансовой отчетности – набор документов (концепций, стандартов и интерпретаций), регламентирующих правила составления финансовой отчетности, необходимой внешним пользователям для принятия ими экономических решений в отношении предприятия. Универсальность МСФО заключается в возможности использования их для составления финансовой отчетности любых торговых, производственных и иных коммерческих компаний, включая финансовые институты (страховые компании и банки), независимо от вида деятельности, отраслевой принадлежности и организационно-правовой формы. Стоит отметить, что международные стандарты финансовой отчетности могут быть использованы как в частном, так и государственном секторе. В Российской Федерации обязаны предоставлять консолидированную финансовую отчетность кредитные и страховые организации, и иные организации, ценные бумаги которых допущены к организованному торгам путем их включения в котировальный список.

Во втором десятилетии XX века вопрос перехода российского бизнеса на международные стандарты финансовой отчетности приобрел особую актуальность. Это обусловлено признанием МСФО в качестве основных инструментов, гарантирующих предоставление прозрачной и унифицированной информации о финансовом состоянии компании для широкого круга участников рынка, в том числе и зарубежных.

В рамках данной статьи особый интерес представляют два стандарта: стандарт МСФО (IFRS) 10 «Консолидированная финансовая отчетность» и стандарт МСФО (IFRS) 3 «Объединение бизнеса».

МСФО (IFRS) 10 «Консолидированная финансовая отчетность» вступил в силу 1 января 2013 г. Его целью является определение принципов представления и подготовки консолидированной финансовой отчетности в ситуации, когда материнская компания контролирует одну или несколько дочерних компаний. Согласно ему, основой консолидации финансовой отчетности организации выступает принцип контроля материнским предприятием. Для того, чтобы установить, обладает ли инвестор контролем над объектом

инвестиций, рассматриваемый IFRS 10 «Консолидированная финансовая отчетность» предлагает поставить перед собой следующие вопросы:

- Обладает ли инвестор полномочиями в отношении объекта инвестиций? (пункты 10-14 стандарта);
- Подвергается ли инвестор рискам, связанным с переменным доходом от участия в объекте инвестиций, или имеет право на получение такого дохода? (пункты 15,16 стандарта);
- Имеет ли инвестор возможность использовать свои полномочия в отношении объекта инвестиций с целью оказания влияния на величину дохода инвестора? (пункты 17, 18 стандарта).

Таким образом, после рассмотрения данных вопросов, инвестор может сделать вывод о том, является ли он материнским предприятием или нет. В случае положительного ответа, стандарт обязывает предоставлять консолидированную финансовую отчетность на основе установленных МФСО требований.

В приложении В «Руководство по применению» перечислены основные требования к учету, а именно:

1. Производится объединение статей активов, обязательств, капитала, доходов, расходов и потоков денежных средств материнского предприятия с аналогичными статьями его дочерних предприятий;

2. Производится взаимозачет (исключение) балансовой стоимости инвестиций материнского предприятия в каждое из дочерних предприятий и доли материнского предприятия в капитале каждого из дочерних предприятий (МСФО (IFRS) 3 объясняет порядок учета любого сопутствующего гудвилла);

3. Полностью исключаются внутригрупповые активы и обязательства, капитал, доход, расходы и потоки денежных средств, связанные с операциями между предприятиями группы (прибыль или убытки, возникающие в результате внутригрупповых операций и признанные в составе активов, таких как запасы и основные средства, исключаются полностью). Внутригрупповые убытки могут указывать на обесценение, которое должно быть признано в консолидированной финансовой отчетности. МСФО (IAS) 12 «Налоги на прибыль» рассматривает временные разницы, возникшие в результате исключения прибыли и убытков от внутригрупповых операций;

4. Предприятие включает доходы и расходы дочернего предприятия в консолидированную финансовую отчетность с момента, когда предприятие приобретает контроль над дочерним предприятием, и до момента, когда предприятие утрачивает контроль над дочерним предприятием. Доходы и расходы дочернего предприятия рассчитываются на основе величины активов и обязательств, признанных в консолидированной финансовой отчетности на дату приобретения. Например, амортизационные расходы, признанные в консолидированном отчете о совокупном доходе после даты приобретения, основаны на справедливой стоимости соответствующих амортизируемых ак-

тивов, признанных в консолидированной финансовой отчетности на дату приобретения [5].

МСФО (IFRS) 3 «Объединения бизнеса» действует с 01 апреля 2004 года. В России принят приказом Минфина РФ № 160н от 25.11.2011 «О введении в действие МСФО и Разъяснений МСФО на территории РФ». Цель данного МСФО (IFRS) состоит в том, чтобы повысить релевантность, надежность и сопоставимость информации об объединении бизнеса и его последствиях, которую отчитывающееся предприятие представляет в своей финансовой отчетности.

В соответствии с ним консолидированная финансовая отчетность отражает:

- активы и обязательства дочернего, с юридической точки зрения, предприятия (покупателя для целей учета), признанные и оцененные по их балансовой стоимости до объединения;

- активы и обязательства дочернего, с юридической точки зрения, предприятия (покупателя для целей учета), признанные и оцененные в соответствии с настоящим МСФО (IFRS);

- сальдо нераспределенной прибыли и других статей капитала дочернего, с юридической точки зрения, предприятия (покупателя для целей учета) до объединения бизнеса;

- сумма, признанная в качестве выпущенных долевых инструментов в такой консолидированной финансовой отчетности, должна определяться путем прибавления выпущенных долевых инструментов дочернего, с юридической точки зрения, предприятия (покупателя для целей учета), находящихся в обращении непосредственно перед объединением бизнеса, к справедливой стоимости материнского, с юридической точки зрения, предприятия (приобретаемого, для целей учета, предприятия). Однако структура капитала в такой консолидированной финансовой отчетности (то есть количество и вид выпущенных долевых инструментов) должна отражать структуру капитала материнского, с юридической точки зрения, предприятия (приобретаемого, для целей учета, предприятия), включая долевые инструменты, выпущенные им для осуществления объединения. Соответственно, структура капитала дочернего, с юридической точки зрения, предприятия (покупателя для целей учета) пересчитывается с использованием обменного коэффициента, установленного в договоре о приобретении, чтобы отразить количество долевых инструментов материнского, с юридической точки зрения, предприятия (приобретаемого, для целей учета, предприятия), выпущенных при обратном приобретении;

- пропорциональная неконтролирующей доле доля нераспределенной прибыли и других долевых инструментов дочернего, с юридической точки зрения, предприятия (покупателя для целей учета) по балансовой стоимости до объединения [4].

По требованиям системы МСФО составление консолидированной отчетности должно быть обеспечено путем соблюдения ряда условий, а именно:

- использование для составления отчетности материнской и дочерней компании единой валюты;
- составление финансовой отчетности на одну и ту же дату;
- формирование единой учетной политики для аналогичных операций [3].

Нельзя отрицать тот факт, что использование МСФО российскими компаниями является необходимым условием выхода на более высокий уровень, на международные рынки, позволяя, не только расширить круг потенциальных инвесторов, но и партнеров. Это относится ко всем формам финансовой отчетности, а не только к консолидированной. Стандарты МСФО дают возможность перевести не только бизнес, но и внутреннюю отчетность в формат, являющийся сегодня приоритетным во всем мире. Однако значимость российских подходов к постановке отдельных объектов учета признается даже более существенной. Особенности системы бухгалтерского учета в первую очередь определяются уровнем развития национальной экономики. Создание определенных нормативных документов обуславливается необходимостью в них. Поэтому, создание положения по бухгалтерскому учету, регламентирующего формирование консолидированной финансовой отчетности, будет новым этапом для развития бухгалтерской сферы в Российской Федерации: собственный стандарт по консолидации бухгалтерской отчетности сможет служить сигналом инвесторам, по большей части, иностранным, о том, что в нашей стране данная практика распространена.

Список литературы

1. Агеева О.А. Принципы подготовки и составления финансовой отчетности / О.А. Агеева // Финансовая жизнь – Москва: Академия менеджмента и бизнес-администрирования. 2011. С. 6-11.
2. Консолидированная финансовая отчетность. [Электронный ресурс] / Grandars. URL: <http://www.grandars.ru/student/buhgalterskiy-uchet/konsolidirovannaya-finansovaya-otchetnost.html> (дата обращения: 26.01.2016).
3. Логинова Т.В. Консолидированная финансовая отчетность и проблемы ее составления в России / Т.В. Логинова // The international scientific association of economists «Consilium». – Женева: Международное научное объединение экономистов «Консилиум». – 2013. – С.71-74.
4. Международный стандарт финансовой отчетности (IFRS) 3 «Объединения бизнеса» [Электронный ресурс] / Официальный сайт Министерства финансов Российской Федерации. URL: http://www.minfin.ru/ru/performance/accounting/mej_standart_fo/kons_msfo/
5. Международный стандарт финансовой отчетности (IFRS) 10 «Консолидированная финансовая отчетность» [Электронный ресурс] / Официальный сайт Министерства финансов Российской Федерации. URL: http://www.minfin.ru/common/img/uploaded/library/no_date/2013/Prilozhenie_%B9_4_-_RU_GVT_IFRS_10_May_2011.pdf (дата обращения: 26.01.2016).

НЕКОТОРЫЕ АСПЕКТЫ АНАЛИЗА СОСТАВЛЯЮЩИХ ТОВАРОБОРОТА С РЕГИОНАМИ ЮФО

Борисова Д.В.

ассистент кафедры ЭММ,
Донской государственной технической университет,
Россия, г. Ростов-на-Дону

В статье рассматриваются некоторые аспекты товарооборота Ростовской области с регионами Южного федерального округа. Приводятся статистические данные по товарообороту в целом, вывоз/ввоз продукции, а также данные для укрупненных видов продукции.

Ключевые слова: товарооборот, укрупненные группы видов продукции, вывоз и ввоз продукции.

Оценка состояния региональных товарных рынков актуальна и способствуют созданию предпосылок для успешной экономической интеграции. Товарооборот Ростовской области с регионами Южного федерального округа (ЮФО) ежегодно увеличивается, что свидетельствует об укреплении межрегиональных связей и активизации процесса товарообмена, наполнения продукцией региональных рынков [1, с. 1255]. Средний абсолютный прирост товарооборота равен $\bar{\Delta} = 4,55$ млрд. руб. Среднегодовой темп роста товарооборота с Южным федеральным округом составляет $\bar{T}_P = 1,3$.

Представляет интерес анализ составляющих вывоз/ввоз товарообмена Ростовской области с регионами ЮФО. Соотношение вывоз/ввоз в объеме всего товарооборота с федеральными округами по годам в стоимостном выражении свидетельствует о преобладании ввоза товаров над вывозом. Например, в 2014 году вывоз составил 151,1 млрд. руб., а ввоз – 202,86 млрд. руб.

Рассмотрим коэффициент $k_{\text{выв}}$, который характеризует соотношение вывоз/ввоз в общем объеме товарооборота [2, с. 86].

$$k_{\text{выв.}} = \frac{\text{объем вывоза, млрд.руб.}}{\text{объем ввоза, млрд.руб.}}$$

Соотношение вывоз/ввоз товаров является важной характеристикой товарообмена с федеральными округами.

На рис. представлены данные о динамике составляющих вывоз/ввоз для ЮФО по годам.

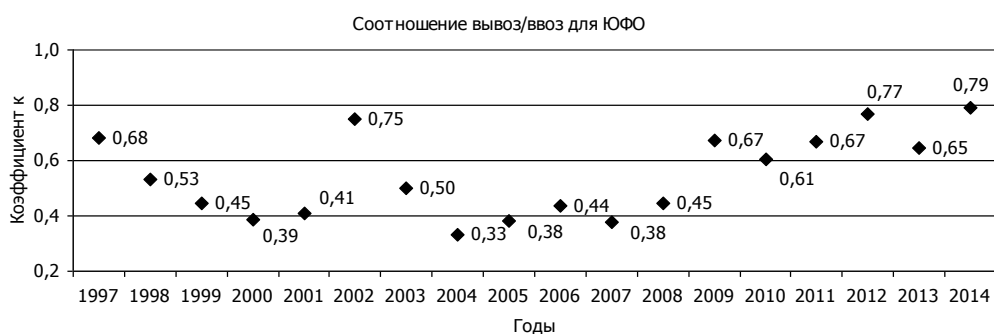


Рис. Изменение соотношения вывоз/ввоз для ЮФО

Анализ данных показывает, что с регионами ЮФО ввоз товаров преобладает (и значительно). С 2003 года наблюдается рост соотношения вывоз/ввоз.

Далее рассмотрены данные о распределении укрупненных групп видов продукции [3, с. 400]: производственно-технического назначения (ПТН), продовольственного назначения (ПРН) и не продовольственного назначения (НПРН). В табл. представлены данные о «вывозе» и «ввозе» долей укрупненных видов продукции.

Таблица

Доли (%) видов продукции в вывозе из РО и ввозе в РО

Виды продукции	Вывоз из РО	Ввоз в РО
ПТН	52,91	47,64
ПРН	42,04	23,35
НПРН	5,05	29,01

Видно, что продукция ПТН преобладает как в вывозе в ЮФО, так и ввозе из ЮФО. Продукция ПРН преобладает в вывозе из Ростовской области. Доля продукции НПРН в вывозе из РО мала. Представляют интерес данные о распределении товарооборота (в млн. руб.) по регионам ЮФО: Краснодарский край – 42488,1; Астраханская область – 10542,4; Волгоградская область – 19615,2; Республика Адыгея (Адыгея) – 1018,7; Республика Калмыкия – 228,8.

Анализ показывает, что 98,3% товарооборота с ЮФО приходится на Краснодарский край, Астраханскую и Волгоградскую области [4, с. 357].

Наибольший объем товарооборота наблюдается с Краснодарским краем. Следует отметить, что процентное соотношение товарооборота с Краснодарским краем растет постоянно с 2000 года и составляет в последнее время более 50%.

Статистические данные наглядно показывают, что для Ростовской области преобладает доля «ввоза» над «вывозом» продукции (в стоимостном выражении). Вместе с тем видно, что за последние годы доля вывоза повышается. Анализ имеющейся статистической информации позволяет наметить направления дальнейшего сотрудничества с субъектами ЮФО.

Список литературы

1. Борисова Л.В., Димитров В.П., Семенюк Н.П. Некоторые аспекты анализа развития товарных рынков // Вестник Дон. гос. техн. ун-та. 2011. Т11. № 8. С. 1255-1260.

2. Борисова Л.В., Димитров В.П. Статистический анализ товарооборота Ростовской области с регионами России. – Ростов н/Д: Издательский центр ДГТУ. 2015. 175 с.
3. Димитров В.П., Борисова Л.В., Семенюк Н.П., Зотова М.С. Анализ динамики товарооборота Ростовской области с субъектами РФ // Состояние и перспективы развития сельскохозяйственного машиностроения: материалы 5 междунар. науч.-практ. конф., 29 февр. – 1 марта. – Ростов н/Д. 2012. С. 400-404.
4. Борисова Л.В., Димитров В.П. Анализ товарооборота по видам продукции // Состояние и перспективы развития сельскохозяйственного машиностроения: сб. ст. 8-й междунар. науч.-практ. конф., 3-6 марта. – Ростов н/Д. 2015. С. 355-360.

ОСОБЕННОСТИ МОТИВАЦИИ УЧАЩИХСЯ СРЕДНИХ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УЧРЕЖДЕНИЙ ПРИ ВЫБОРЕ УЧЕБНОГО ЗАВЕДЕНИЯ ДЛЯ ПРОДОЛЖЕНИЯ ОБРАЗОВАНИЯ

Веселая А.А.

доцент кафедры экономики и предпринимательства, канд. техн. наук,
Таганрогский институт имени А.П. Чехова
(филиал) ФГБОУ ВПО «РГЭУ (РИНХ)», Россия, г. Таганрог

Агафонова Т.В.

доцент кафедры экономики и предпринимательства, канд. филос. наук,
Таганрогский институт имени А.П. Чехова
(филиал) ФГБОУ ВПО «РГЭУ (РИНХ)», Россия, г. Таганрог

В статье описано проведенное исследование, которое было направлено на определение требований и системы предпочтений, предъявляемых к образовательным услугам. Полученные результаты позволили сформулировать концепцию вузу, и были использованы в его организации.

Ключевые слова: сегментация рынка образовательных услуг, индивидуальные потребители – население, параметры сегментации.

Сегментация рынка образовательных услуг представляет разновидность комплексного анализа. Объекты маркетингового исследования различны и зависят от целей. Как известно, процесс сегментирования рынка начинается с выделения факторов сегментирования. Рынок может быть разделен на части с использованием различных признаков, взятых отдельно или в комбинации, для того чтобы увидеть, какой из них дает наиболее полную маркетинговую информацию. Выбор факторов будет зависеть от тех проблем, которые учебное заведение собирается решать. При этом необходимо учитывать, на какую группу потребителей образовательных услуг в итоге будет направлено маркетинговое воздействие, так как различают следующие группы консументов: потребители – предприятия, индивидуальные потребители – население.

Так, если на исследуемом рынке в качестве потребителей будут рассматриваться предприятия, то для сегментирования рынка образовательных услуг уже будут выбраны следующие факторы: фундаментальность подготовки, широта профиля, глубина специализации, условия оплаты услуги, уровень цен, длительность оказания услуги, сопутствующие услуги и т.д.

Если же в качестве потребителей выступает население, то сегментация проводится с учетом таких факторов как: регион, административное деление, численность населения, плотность населения, возраст, пол, размер семьи, семейное положение, уровень дохода на семью, уровень образования, профессия, религия, раса, национальность, социальный слой, личные качества, стиль жизни, претензии. Приведенный список факторов может быть продолжен с учетом особенностей исследуемой группы потребителей.

Оба представленных вида сегментации подлежат сопряжению, потому что в реальности любое образовательное учреждение представляет на рынке некий набор, комплекс моделей образовательных услуг [1].

С помощью сегментации учебное заведение получает возможность более детального и системного изучения существующих потребностей на рынке, что помогает ему точнее определить рыночные возможности. Кроме того, образовательное учреждение сможет лучше регулировать каналы распределения и возможности продвижения образовательных услуг по установленным ценам, а также повысить эффективность образовательного процесса за счет корректирования учебных программ в соответствии со специфическими запросами потребителей.

Важно, чтобы при оценке своих слабых и сильных сторон учебное заведение не полагалось только на собственные суждения. Для этого необходимо провести и отраженное исследование, то есть изучить мнение социальных групп о себе, что дает более объективную оценку. Такую оценку можно получить, используя прием анкетирования потенциальных потребителей [2].

Для определения требований и системы предпочтений, предъявляемых к образовательным услугам, был выбран контингент из числа учащихся средних специальных учебных заведений (ССУЗов) г. Таганрога. Опрос был проведен в 2014 г. (при финансовой поддержке ТИ имени А.П.Чехова (филиал) ФГБОУ ВПО «РГЭУ (РИНХ)»), в рамках научно исследовательского проекта «Исследование и выявление основных характеристик целевого сегмента потребителей образовательных услуг ФГБОУ ВПО «ТГПИ имени А.П. Чехова» из числа контингента учащихся ССУЗов г. Таганрога». Основной целью исследования было выявление мотивации студентов средних специальных учебных заведений к получению высшего образования [3].

Первым фактором, влияющим на выбор образовательного учреждения был определен фактор престижности (рис. 1).

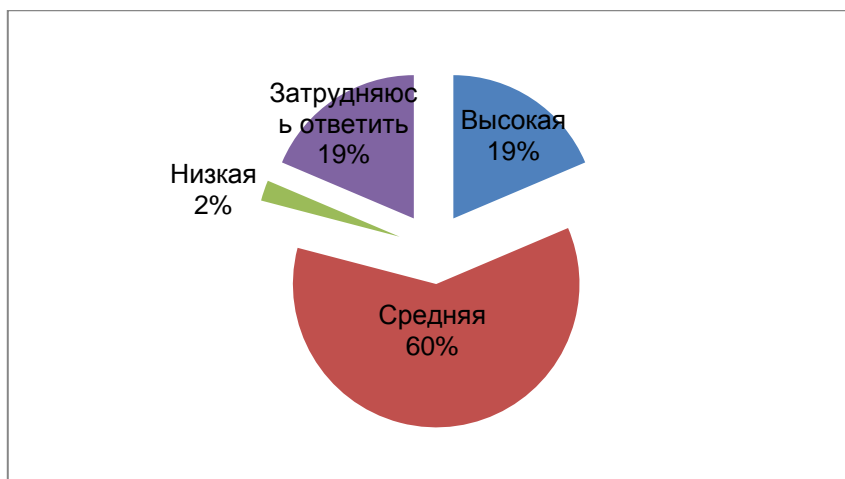


Рис. 1. Оценка уровня престижности предлагаемых направлений обучения

По данным рис.1 уровень престижности, получаемых направлений на рынке ОУ является средним.

В современных рыночных условиях одним из параметров, влияющих на выбор того или иного учебного учреждения является стоимость обучения, так как количество бюджетных мест с каждым годом сокращается, а цена обучения постепенно увеличивается. Сравнивая ее с показателем средней заработной платы в области не сложно сделать вывод о том, что для большинства потенциальных потребителей цена за год обучения равная, например, семидесяти пяти тысячам рублей, является довольно высокой. Поэтому для привлечения потребителей необходимо принимать определенные меры, которые сделают ценовую политику образовательного заведения более гибкой (предоставлять рассрочку при оплате образовательных услуг, снижать цену для отдельных категорий учащихся, ограничивать предел роста цены в будущем и пр.). На рис. 2 представлены полученные в ходе опроса результаты.

По графическим данным видно, что преобладающим фактором служит сама стоимость обучения, но такой информации недостаточно для выбора услуги, необходимо знать, по какому направлению предоставляют возможность обучаться на бюджетной основе.

В рамках рассмотрения последнего параметра, были определены источники получения информации о направлениях обучения (рис. 3).

Для того чтобы заявить о себе и укрепить свои позиции на рынке, предприятия и организации прибегают к рекламе. Реклама служит вузам не только средством утверждения себя на рынке образовательных услуг, но и способствует продвижению услуг на рынке. Однако как показала практика, вузы ее практически не используют или прибегают к традиционным методам рекламы, которые зачастую не дают желаемого эффекта.



Рис. 2. Условия, влияющие на оплату обучения

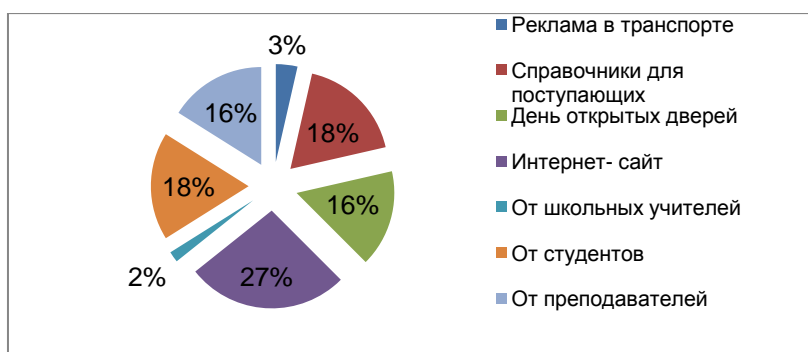


Рис. 3. Источники получения информации о направлениях обучения

В итоге, проведенное сегментирование поможет вузу найти свой участок рынка, обнаружить незаполненные пространства, правильно разработать и реализовать все элементы микс-маркетинга для каждого сегмента, сократить расходы на обслуживание неперспективных сегментов рынка.

Таким образом, приступая к активной деятельности в области поиска новых возможностей, образовательное учреждение должно руководствоваться четкими принципами повышения своей безопасности и устойчивости, не подвергая себя повышенному финансовому риску.

Список литературы

1. Веселая А.А., Грищенко О.В., Логинова Т.В. Подходы к формированию ценовой политики педагогического вуза // Сборник научных трудов Sworld. 2012. Т. 15. № 4. С. 90-93.

2. Грищенко О.В., Логинова Т.В. Исследование потребителей рынка образовательных услуг как маркетинговый инструмент принятия управленческих решений // Современные проблемы науки и образования. 2013. № 1; URL: www.science-education.ru/107-8140.

3. Веселая А.А., Логинова Т.В. Применение маркетинговых инструментов образовательным учреждением для выявления целевого сегмента из числа потенциальных потребителей образовательных услуг // Современные тенденции в образовании и науке сборник научных трудов по материалам Международной научно-практической конференции: в 14 частях. 2014. С. 33-35.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ СИСТЕМ УПРАВЛЕНЧЕСКОГО УЧЕТА В ЦЕЛЯХ ЭФФЕКТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЕМ

Григорьева И.В.

доцент кафедры бухгалтерского учета, анализа и аудита,
ФГБОУ ВО Чувашская ГСХА, Россия, г. Чебоксары

Ефимова И.М.

студентка экономического факультета,
ФГБОУ ВО Чувашская ГСХА, Россия, г. Чебоксары

В статье рассматривается роль управленческого учета для современного предприятия, его отличительные стороны от других видов учета; внедрение базовых компонентов управленческого учета для эффективного функционирования предприятия. Предложено построение учёта затрат в соответствии с организационной структурой предприятия.

Ключевые слова: управленческий учет, финансовый учет, центры ответственности, затраты, прогнозирование.

В суровых экономических условиях многие российские предприятия стремятся к сокращению общехозяйственных расходов, в состав которых входит организация системы управленческого учета. Эффективная работа предприятия и его конкурентоспособность в рыночной среде невозможна без грамотной и гармонично функционирующей системы управленческого учета на всех уровнях управления.

В отличие от финансового и налогового учета, которые строго регламентированы стандартами и законодательством, управленческий учет ведется в соответствии с информационными потребностями менеджмента конкретного предприятия. Поэтому существует множество различных подходов к организации управленческого учета на предприятии, методам его ведения и даже к самому определению управленческого учета.

Управленческий учет – это процесс определения, измерения и сопоставления информации, позволяющий менеджерам предприятия с помощью этой информации принимать компетентные решения и планировать деятельность предприятия. Если учетная информация не

способствует принятию более компетентных решений, то ее сбор – это напрасная трата времени и денег.

Принятие многих управленческих решений невозможно без учета размеров затрат и выгод при следовании определенному курсу. Управленческий учет позволяет сопоставить затраты с выгодами.

В системе управленческого учета, в отличие от бухгалтерского и налогового учета, генерируются данные, как в денежном, так и в натуральном выражении.

Для организации и ведения управленческого учета на предприятии необходима классификация процессов и технологий в соответствии с систематикой управленческого учета.

В соответствии с международной практикой базовыми компонентами системы управленческого учета и анализа на предприятиях являются:

- учет и управление затратами;
- разработка оценочных и сравнительных показателей деятельности;
- планирование оперативной производственной, финансовой и инвестиционной деятельности (включая бюджетирование).

В систему управленческого учета и анализа включают также прогнозирование внутренних и внешних факторов, оказывающих влияние на деятельность предприятия, а также составление управленческой отчетности.

Варианты формирования системы управленческого учета могут быть самые разнообразные: автономный учет, интегрированный, вариант дуализма или монизма. Однако базироваться они должны на принципах:

- согласованности с общими принципами формирования организационно-производственной структуры управления;
- использования имеющейся информационной базы;
- соответствия целей и задач управленческого учета стратегии деятельности предприятия;
- доходы от внедрения управленческого учета должны быть значительно выше, чем затраты на организацию учета [1].

Соблюдение всех принципов системы управленческого учета создает базу для экономической конкурентоспособности предприятия в условиях рыночной экономики.

Построение моделей организации управленческого учёта зависит от множества факторов и поэтому их выбор индивидуален для каждого предприятия.

К организации управленческого учёта непосредственное отношение имеет организационная структура предприятия, объем и специфика выполняемых работ подразделениями.

Построение учёта затрат в соответствии с организационной структурой позволяет связать деятельность каждого подразделения с ответственностью конкретных лиц (рабочих, бригадиров, мастеров, начальников участков и т.д.), оценить результаты каждого подразделения и определить их вклад в общие результаты деятельности предприятия.

Под центром ответственности принято понимать структурное подразделение, осуществляющее хозяйственную деятельность, во главе которого стоит руководитель (менеджер), оказывающий непосредственное воздействие на результаты этой деятельности и несущий за них ответственность [5].

Центры возникновения затрат – это обособленные структурные подразделения предприятия, в которых имеется возможность организовать нормирование, планирование и учёт издержек производства с целью наблюдения, контроля и управления затратами производственных ресурсов, а также оценки их использования [3].

Выделение мест возникновения затрат и центров ответственности является основой аналитического управленческого учета в строительной организации.

С учетом вышеизложенного, для ООО «ЭлитСтрой», которая занимается строительными видами работ, организационная структура по центрам ответственности будет выглядеть нижеследующим образом.

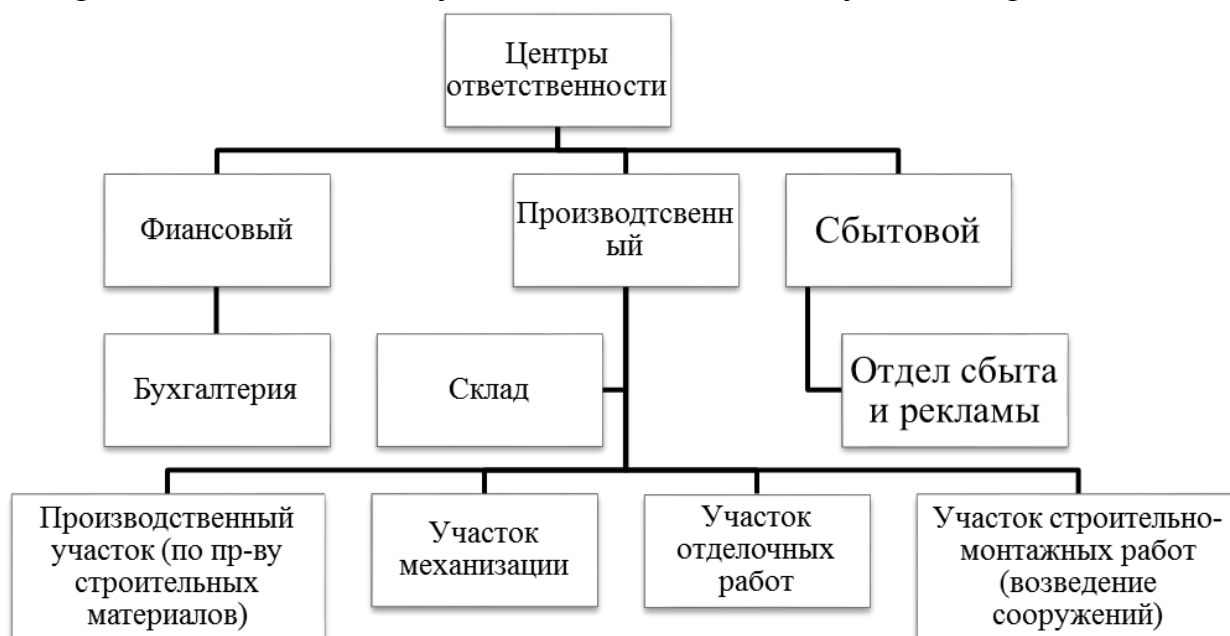


Рис. Организационная структура ООО «ЭлитСтрой» по центрам ответственности

Возможные варианты организации управленческого учета и его взаимодействия с системой финансового учета рассматривались В. Б. Ивашкевичем, Е. А. Мизиковским, С. А. Николаевой, В. Ф. Палием, Л.З. Шнейдманом и другими авторами.

Управленческий учет находится в тесной взаимосвязи с финансовым учетом, которая осуществляется путем передачи учетно-аналитических данных в сферу управленческого учета для их обработки и систематизации, а также принятия впоследствии управленческих решений [2]. Управленческий учет включает производственный учет и часть финансового учета, необходимую для внутреннего управления (составление отчетов о затратах на производство продукции для внешних пользователей). Информационные потребности и запросы руководителей и менеджеров не могут быть

удовлетворены бухгалтерским учетом в полном объеме [4]. Управленческий учет – это логическое продолжение бухгалтерского учета.

Однако важнейшим фактором при создании системы управленческого учета, как отдельного структурного подразделения (или одного специалиста, в зависимости от размера предприятия) признается ее экономическая эффективность. Это те выгоды, которые предприятие будет получать от улучшения качества принимаемых решений. На наш взгляд, если руководство предприятия приняло решение о постановке системы управленческого учета, то поэтапную технологию внедрения лучше поручить специалисту по финансам, экономической службе или консалтинговой компании. Процедура внедрения учета очень трудоемкий и продолжительный процесс, в котором будут задействованы все структурные подразделения предприятия.

Следовательно, для формирования эффективного управленческого учета необходимо обеспечить максимальную гармонизацию управленческого и финансового учета с учетом принципов учета затрат и формирования себестоимости в рамках двух видов учета.

Список литературы

1. Волошин Д. А. Совершенствование и развитие системы управленческого учета на предприятии / Д.А. Волошин // Экономический анализ: теория и практика. 2012. № 22. С. 22-28.
2. Константинов В. А. Внутренняя учетно-аналитическая система затрат и предпосылки к формированию инновационных методов их управленческого учета / В. А. Константинов // Управленческий учет. 2014. № 2. С. 21-27. С. 21-27.
3. Кыштымова, Е.А. Формирование информации по затратам на производство для калькулирования себестоимости /Е.А. Кыштымова, Н.А. Боброва // Аудиторские ведомости. 2014. № 4. С. 12-36.
4. Попова Л.В. Формирование информационных потоков в рамках гармонизации отечественных и международных учетно-налоговых систем [Электронный ресурс] / Л.В. Попова // Управленческий учет. 2011. № 3. Режим доступа: <http://www.upruchet.ru/articles/2011/3/5696.html>. (дата обращения: 01.02.2016).
5. Управление затратами в строительстве / А.Н. Асаул, М.К. Старовойтов, Р.А. Фалтинский: под ред. д.э.н., профессора А. Н. Асаула. – СПб: ИПЭВ. 2009. 392 с.

СТАТИСТИЧЕСКИЙ УЧЕТ ПАРКА ЛОКОМОТИВОВ В УСЛОВИЯХ РЕФОРМИРОВАНИЯ ОТРАСЛИ

Дегтярева О.С.

доцент кафедры бухгалтерского учета и аудита на железнодорожном транспорте, канд. экон. наук, доцент, Сибирский государственный университет путей сообщения, Россия, г. Новосибирск

В статье рассматриваются методические аспекты статистического учета парка тягового подвижного состава России на современном этапе реформирования железнодорожного транспорта. Отмечена необходимость дальнейшего совершенствования нормативных документов по учету наличия и использования тягового подвижного состава.

Ключевые слова: локомотивы, парк тягового подвижного состава, статистический учет, пути общего пользования.

Статистика железнодорожного транспорта – одна из отраслевых статистик, формирующая информацию по двум блокам:

1) официальная статистическая информация о работе железнодорожного транспорта Росстата;

2) корпоративная информация, цель которой обеспечить органы управления железнодорожным транспортом необходимой информацией для принятия обоснованных решений, в том числе в области планирования дальнейшего развития отрасли.

Интенсивные структурные изменения, произошедшие в последние годы на железнодорожном транспорте, связанные с реорганизацией предприятий железнодорожного транспорта, структуры управления, появлением новых имущественных отношений на рынке транспортных услуг привели к изменениям в методологии статистики железнодорожного транспорта.

Одним из аспектов методологии отраслевого статистического учета является учет наличия и использования парка тягового подвижного состава, который предоставляет информационное обеспечение двум выше указанным блокам – официальной статистике и корпоративной. Хотя более значим именно для управленческих целей.

Основными нормативными документами, связанными с учетом парка локомотивов, в настоящее время являются:

- Инструкция по учету локомотивов (утв. распоряжением ОАО «РЖД» от 29.10 2012 г. № 2155р);

- Показатели работы и использования локомотивов наличного парка ОАО «РЖД». Форма № ЦО-1 ВЦ (годовая, месячная) (утв. распоряжением ОАО «РЖД» от 27. 06 2013 г. № 1426р);

- Методика расчета нормативного коэффициента перевода планируемого рабочего парка локомотивов в эксплуатируемый, через качественные показатели его использования (утв. распоряжением ОАО «РЖД» от 24.04 2013 г. № 1001р);

- Показатели использования локомотивов. Термины и определения (утв. Приказом Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии от 11.06. 2014 г. № 661-ст).

Все эти нормативные документы разработаны с учетом того, что на железнодорожных путях общего пользования функционирует не только тяговый подвижной состав ОАО «РЖД», но и локомотивы других собственников. Таким образом, наличный парк тягового подвижного состава на определенный момент времени представляет собой сумму инвентарного парка ОАО «РЖД» и локомотивов иных владельцев, эксплуатируемых на железнодорожных путях общего пользования.

В зависимости от выполняемых операций или состояния локомотива в данный момент времени наличный парк учитывается по следующим категориям:

1) эксплуатируемый парк, состоящий из рабочего и нерабочего парка;

- 2) неэксплуатируемый парк;
- 3) локомотивы, переданные в аренду для эксплуатации на путях необщего пользования;
- 4) тяговый подвижной состав, находящийся на консервации.

Эксплуатируемый парк локомотивов составляют:

1) локомотивы рабочего парка, выполняющие поездную и маневровую работу с локомотивными бригадами на путях инфраструктуры ОАО «РЖД», других организаций при заездах;

2) локомотивы нерабочего парка:

- перемещаемые по регулировке неравномерности движения;
- ожидающие перемещения или перемещаемые в ремонтное предприятие одиночным следованием для проведения технического обслуживания или ремонта;

- ожидающие работу на станционных путях или путях эксплуатационных депо, проведения ТО-2 и экипировки;

- находящиеся в оперативном резерве Центральной дирекции управления движением (РД);

- проходящие ТО-2 силами локомотивных бригад на станционных путях или путях эксплуатационных депо, а также в ремонтных предприятиях в пределах установленных нормативов времени или с превышением нормативов не более 30 мин.;

- локомотивы эксплуатируемого парка, находящиеся на экипировке;

- локомотивы, находящиеся в процессе приемки или сдачи локомотива локомотивной бригадой в пунктах приписки и оборота.

Неэксплуатируемый парк составляют локомотивы:

1) находящиеся в ремонте (капитальном – КР, среднем – СР, текущем – ТР-1, ТР-2, ТР-3, неплановом), на техническом обслуживании ТО-3, ТО-4, ТО-5, под модернизацией, а также в ожидании указанных операций;

2) выполняющие пробные поездки после ремонта или модернизации;

3) находящиеся в технологическом резерве Дирекции тяги (РТ);

4) ожидающие передачи другому депо приписки;

5) используемые в качестве стационарной установки или действующих тренажеров в депо приписки;

6) ожидающие исключения из инвентаря при списании, а также при передаче другим юридическим или физическим лицам.

Работа локомотивов эксплуатируемого парка учитывается по видам движения (грузовое, пассажирское и хозяйственное) и роду выполняемой работы (маневровая и прочая работа). Отнесение работы локомотива к виду движения осуществляется в соответствии с категорией обслуживаемого поезда, определяемой по его нумерации.

Работа локомотивов в зависимости от ее характера подразделяется на работу: во главе поездов; в кратной тяге; в подталкивании; в одиночном следовании; вторых (третьих) локомотивов по системе многих единиц (СМЕ).

На основе новых требований по учету парка локомотивов разработана и применяется новая форма статистической отчетности формы № ЦО-1 ВЦ

Показатели работы и использования локомотивов наличного парка ОАО "РЖД", в которой объемные и качественные показатели должны быть определены за месяц и год.

Статистическая отчетность формы № ЦО-1 ВЦ по локомотивному парку формируется по территориальным дирекциям управления движением, железным дорогам (РЦКУ), эксплуатационным локомотивным депо (ТЧЭ), территориальным дирекциям тяги, полигонам обращения локомотивов, а также по ОАО «РЖД».

Но следует отметить, что нормативные документы по учету и анализу показателей наличия, работы и использования локомотивов часто содержат разные определения и способы расчета, поэтому необходимо продолжить работу по их совершенствованию.

Список литературы

1. Инструкция по учету локомотивов <http://scbist.com> (дата обращения 18.01.2016)
2. Показатели использования локомотивов. Термины и определения <http://standartgost.ru/> (дата обращения 24.01.2016)
3. Показатели работы и использования локомотивов наличного парка ОАО "РЖД". Форма № ЦО-1 ВЦ (годовая, месячная) <http://www.com-papers.info/documents5/pokazateli148.htm> (дата обращения 26.01.2016)

УЧЕТ ИНФЛЯЦИОННОГО ФАКТОРА ПРИ АНАЛИЗЕ ЭКСПЛУАТАЦИОННЫХ РАСХОДОВ НА ЖЕЛЕЗНОДОРОЖНОМ ТРАНСПОРТЕ

Дегтярева О.С.

доцент кафедры бухгалтерского учета и аудита на железнодорожном транспорте, канд. экон. наук, доцент, Сибирский государственный университет путей сообщения, Россия, г. Новосибирск

Конкина М.Я.

студентка третьего курса, Сибирский государственный университет путей сообщения, Россия, г. Новосибирск

В статье рассматриваются методические подходы к учету инфляционного фактора при анализе эксплуатационных расходов на железнодорожном транспорте на основе их индексации. Предлагается формула расчета индекса пересчета расходов при неоднократном повышении цен в течении отчетного периода.

Ключевые слова: железнодорожный транспорт, инфляция, эксплуатационные расходы, индексация показателей.

В основе анализа лежит такой общенаучный прием как сравнение величин одноименных показателей. Он применяется для количественной и качественной оценки изменений уровня исследуемых явлений.

При выполнении сравнений важно обеспечить сопоставимость сравниваемых величин показателей, что достигается приведением их к одинаковым

условиям формирования таким образом, чтобы различие в уровне показателей было обусловлено действием только исследуемого фактора или определенной совокупности факторов.

Последние десять лет на железнодорожном транспорте анализ производственно-хозяйственной деятельности на железнодорожном транспорте затруднен постоянно возникающей несопоставимостью отчетных данных разных периодов, возникающей как следствие структурных изменений, изменений систем учета показателей и инфляционных процессов в России.

Значительное повышение цен на ресурсы за тот или иной период приводит к тому, что показатели эксплуатационных расходов различных структурных подразделений на железнодорожном транспорте нельзя сопоставлять в динамике без учета инфляционного фактора.

В развитых странах (США, Великобритании, Германии, Японии) уже сложилась практика публикации важнейших показателей деятельности компаний в динамике за 3 – 5 лет. Приемы обеспечения сопоставимости показателей различаются в зависимости от причин, вызывающих их несопоставимость. Так, изменение цен на материалы, сырье, ставок оплаты труда и т. п., вызывает несопоставимость динамики расходов на производство продукции, прибыли и др.

Для приведения показателей в сопоставимый вид в большинстве публикаций по этой теме предлагается использовать специальные приемы, позволяющие устранить искажающее влияние на результаты оценок. Наиболее простым из них является индексация показателей, т. е. обеспечение их сопоставимости путем деления отчетных величин стоимостных показателей на индекс роста цен. Для выполнения такого пересчета нужно располагать информацией о темпах роста цен в изучаемом периоде.

Поскольку учет эксплуатационных расходов на железнодорожном транспорте осуществляется по элементам затрат можно предложить следующие коэффициенты пересчета расходов в сопоставимых условиях (таблица).

Таблица

Предлагаемые коэффициенты для учета инфляционного фактора

Элемент затрат	Коэффициент пересчета в сопоставимые условия
1. Затраты на оплату труда	Коэффициент индексации заработной платы
2. Отчисления на социальные нужды	
3. Материальные затраты	
- расходы на топливо на тягу поездов	индекс цен на топливо на тягу поездов
- расходы на топливо на прочие нужды	индекс цен на топливо на прочие нужды
- расходы на электроэнергию на тягу поездов	индекс тарифов на электроэнергию на тягу поездов
- расходы на электроэнергию на прочие нужды	индекс тарифов на электроэнергию на прочие нужды
- расходы на материалы	средневзвешенный индекс цен на материалы
4. Амортизация	коэффициент переоценки основных фондов

При условии, что цены на те или иные ресурсы повышались неоднократно или не с начала исследуемого периода, используемые в расчетах индексы предлагается определять по формуле средней арифметической взвешенной:

$$I_{pi} = \frac{n_1 \times I_{p1} + n_2 \times I_{p1} \times I_{p2} + \dots + n_i \times I_{p1} \times I_{p2} \times \dots \times I_{pi}}{\Sigma n_i},$$

где I_{p1} , I_{p2} , I_{pi} – индексы изменения цен в i – ом месяце за исследуемый период;

n_1 , n_2 , n_i – число месяцев в исследуемом периоде [1].

Поскольку учет эксплуатационных расходов на железнодорожном транспорте осуществляется по статьям Номенклатуры доходов и расходов по видам деятельности ОАО «РЖД» данные методические подходы могут быть использованы и в анализе расходов по статьям, т.к. форма 7-у предусматривает выделение элементов затрат по каждой статье расходов.

Необходимо отметить, что индексация показателей позволяет дать только ориентировочную оценку их динамике. Кроме того, этим приемом сложно пользоваться, например, при большой номенклатуре продукции. Более объективные характеристики могут быть получены при организации учета в двойной оценке – по стабильным ценам, например, ценам базового периода и фактически сложившимся ценам.

Список литературы

1. Дегтярева О.С. Учет инфляционного фактора в оценке финансовых результатов организаций железнодорожного транспорта <http://journal.safbd.ru/ru/content/uchet-inflyacionnogo-faktora-v-ocenke-finansovyh-rezultatov-organizaciy-zheleznodorozhnogo> (дата обращения 24.01.2016)
2. Иваненко А.Ф. Анализ хозяйственной деятельности на железнодорожном транспорте: Учебник для вузов ж.-д. трансп. М.: Маршрут, 2004. – 568 с.

ПОРЯДОК ПРИМЕНЕНИЯ И УПЛАТЫ ТОРГОВОГО СБОРА

Ерпылева Т.С.

студентка факультета управления и предпринимательства,
Донской государственной технической университет,
Россия, г. Ростов-на-Дону

Юрьева О.А.

доцент кафедры бухгалтерского учета, анализа и аудита, к.э.н., доцент,
Донской государственной технической университет,
Россия, г. Ростов-на-Дону

Данная статья посвящена новому обязательному платежу – торговому сбору, его особенностям, нюансам уплаты. Актуальность данной статьи обусловлена необходимостью сделать систему налогообложения более прозрачной. Однако некоторые специали-

сты считают введение нового сбора необоснованной мерой, так как думают, что он станет дополнительной нагрузкой на бизнес, и такие меры негативно повлияют на индивидуальных предпринимателей и предприятия малого бизнеса.

Ключевые слова: торговый сбор, торговая деятельность, объект осуществления торговли, субъекты малого бизнеса, налоговый кодекс.

Федеральный закон № 382-ФЗ «О внесении изменений в части первую и вторую Налогового кодекса РФ» от 29.11.2014 года устанавливает право муниципалитетов вводить на их территории торговый сбор, уплачиваемый организациями и индивидуальными предпринимателями, осуществляющими виды деятельности на данных территориях с использованием объектов осуществления торговли – торговых залов, складов, рынков [2]. Торговый сбор является местным платежом и устанавливается в отношении организаций и индивидуальных предпринимателей, занимающихся торговой деятельностью через объекты движимого или недвижимого имущества [1, ст. 411, 412]. К объектам осуществления торговли относятся здания, сооружения, помещения, стационарные и нестационарные торговые объекты и торговые точки, а также объекты недвижимого имущества, используемые управляющими рынками компаниями в деятельности по организации розничных рынков [1, ст. 413].

Согласно п. 2 ст. 411 НК РФ от уплаты торгового сбора по видам предпринимательской деятельности, в отношении которых нормативным правовым актом муниципального образования установлен сбор, освобождаются индивидуальные предприниматели, применяющие патентную систему налогообложения и систему налогообложения для сельскохозяйственных товаропроизводителей – единый сельскохозяйственный налог.

В силу п. 2 ст. 413 НК РФ к торговой деятельности относятся следующие виды торговли:

- торговля через объекты стационарной торговой сети, не имеющие торговых залов (за исключением объектов стационарной торговой сети, не имеющих торговых залов, являющихся автозаправочными станциями);
- торговля через объекты нестационарной торговой сети; торговля через объекты стационарной торговой сети, имеющие торговые залы;
- торговля, осуществляемая путем отпуска товаров со склада.

Торговля согласно п. 4 ст. 413 НК РФ определена как вид предпринимательской деятельности, связанный с розничной, мелкооптовой и оптовой куплей-продажей товаров, осуществляемый через объекты стационарной торговой сети, нестационарной торговой сети, а также через товарные склады. В отношении вышеназванных видов торговли используются такие понятия, как здание, сооружение, помещение, стационарный или нестационарный торговый объект или торговая точка, с помощью которых плательщиком осуществляется вид деятельности, в отношении которого установлен сбор. Датой возникновения объекта обложения торговым сбором является дата начала использования объекта торговли, а датой прекращения – дата прекра-

щения использования объекта торговли для осуществления вида предпринимательской деятельности, в отношении которого установлен сбор [1, ст. 412].

В силу ст. 416 НК РФ индивидуальные предприниматели обязаны подать в ИФНС соответствующие уведомления об осуществляемой ими торговой деятельности не позднее пяти дней с даты возникновения объекта обложения сбором, иными словами, с даты начала ведения торговли (или даже единичного случая). Снятие с учета происходит также на основании соответствующего уведомления. Уведомление о постановке на учет в качестве плательщика сбора представляет собой письменное заявление или заявление, составленное в электронной форме и переданное по телекоммуникационным каналам связи с применением усиленной квалифицированной электронной подписи. Формы и порядок заполнения уведомлений утверждены Приказом ФНС России № ММВ-7-14/249 от 22.06.2015г. Так, с 03.08.2015 года (с момента вступления данного приказа в силу) применяются формы:

- ТС-1 «Уведомление о постановке на учет (внесении изменений показателей объекта осуществления торговли, прекращении объекта обложения сбором) организации или индивидуального предпринимателя в качестве плательщика торгового сбора в налоговом органе по объекту осуществления вида предпринимательской деятельности, в отношении которого установлен торговый сбор»;

- ТС-2 «Уведомление о снятии с учета организации или индивидуального предпринимателя в качестве плательщика торгового сбора в налоговом органе по объекту осуществления вида предпринимательской деятельности, в отношении которого установлен торговый сбор».

Датой постановки на учет в качестве плательщика торгового сбора признается дата возникновения объекта обложения торговым сбором, указанная в уведомлении. Постановка на учет (снятие с учета) индивидуального предпринимателя в качестве плательщика сбора в налоговом органе осуществляется:

- по месту нахождения объекта недвижимого имущества – в случае, если торговая деятельность ведется с использованием объекта недвижимого имущества;

- по месту жительства индивидуального предпринимателя – в иных случаях.

При этом необходимо указать следующую информацию об объекте обложения сбором:

- вид предпринимательской деятельности;
- объект осуществления торговли, с использованием которого ведется данная деятельность; характеристики (количество и площадь) объекта торговли, необходимые для определения суммы сбора.

Если несколько объектов осуществления видов предпринимательской деятельности, в отношении которых установлен сбор, находятся в одном муниципальном образовании (городе федерального значения) на территориях, подведомственных разным налоговым органам, постановка на учет плательщика сбора производится налоговым органом по месту нахождения того объ-

екта, сведения о котором поступили от плательщика сбора ранее, чем о других объектах.

На основании ст. 414, 415 НК РФ сбор уплачивается ежеквартально в расчете на объект осуществления торговли или на его площадь. Рассчитать и уплатить торговый сбор коммерсанту необходимо самостоятельно не позднее 25-го числа месяца, следующего за окончанием квартала. Расчет сбора должен при этом производиться для каждого объекта обложения начиная с периода, в котором возник объект обложения сбором, в соответствии со следующей формулой: фактическое значение физической характеристики соответствующего объекта осуществления торговли умножается на ставку сбора в отношении осуществляемого вида предпринимательской деятельности.

Что касается ставок, то в силу п. 6 ст. 415 НК РФ нормативными правовыми актами муниципальных образований и законами городов федерального значения могут быть установлены дифференцированные ставки сбора в зависимости:

- от территории осуществления конкретного вида торговой деятельности;
- от категории плательщика сбора;
- от особенностей осуществления отдельных видов торговли;
- от особенностей объектов торговли.

Согласно письму Минфина № 07-01-06/42799 от 24.06.15 года, торговый сбор в бухгалтерском учете относится к расходам по обычным видам деятельности. То есть торговые компании могут начислять его по дебету счета 44 «Расходы на продажу». Но в налоговом учете не у всех налогоплательщиков сбор считается расходом. Так, предприятия на общем налоговом режиме могут уменьшать на сумму уплаченного сбора налог на прибыль или его авансовый платеж, который перечисляется в городской бюджет. Индивидуальные предприниматели – плательщики НДФЛ на сумму уплаченного сбора могут уменьшить НДФЛ, рассчитанный по итогам года по ставке 13%. Организации и предприниматели на упрощенной системе налогообложения с объектом «доходы» могут уменьшить «упрощенный» налог или его авансовый платеж на сумму торгового сбора, уплаченного в соответствующем налоговом (отчетном) периоде. И только «упрощенцы» с объектом «доходы минус расходы» учитывают сумму уплаченного сбора в составе расходов.

В заключение хочется отметить, что особенность торгового сбора заключается в том, что по сравнению с другими видами налогов его очень легко администрировать, так как вводится некая фиксированная ежеквартальная плата для налогоплательщика. С точки зрения налоговых инспекций контролировать уплату этого налога гораздо легче, чем многих других видов сборов. Скорее всего, эксперимент в городах федерального значения примерно через год будет проанализирован и на его основе будут сделаны выводы о целесообразности либо, напротив, нецелесообразности распространения его на остальной территории России.

Список литературы

1. Налоговый кодекс Российской Федерации: Часть вторая: [принят Гос.Думой 19 июля 2000 г., с изменениями и дополнениями на 01.05.2015] // Собрание законодательства РФ. – 2000. – №32. Ст.3340.

2. О внесении изменений в части первую и вторую налогового кодекса Российской Федерации : федер. закон [принят Гос.Думой 21 ноября 2014г.: одобр. Советом Федерации 26 ноября 2014г., с изменениями и дополнениями на 29.11.2014] // Собрание законодательства РФ.-2014.- №48. – Ст. 6663.

ПУТИ ФИНАНСОВОГО ОЗДОРОВЛЕНИЯ И ПРЕДОТВРАЩЕНИЯ БАНКРОТСТВА ПРЕДПРИЯТИЙ

Исаков Г.Ж.

доцент кафедры «Менеджмент», к.э.н., доцент,
Таразский государственный университет им. М.Х. Дулати, Казахстан, г. Тараз

Сеитова Р.

магистрант специальности «Экономика»,
Таразский инновационно-гуманитарный университет, Казахстан, г. Тараз

В статье рассматриваются пути финансового оздоровления и предотвращения банкротства предприятий. Рассмотрены ключевые проблемы рыночной экономики Казахстана, ведущие к банкротству предприятий. Изучены пути оздоровления финансового положения предприятия как составная часть управления кризисными ситуациями и банкротством.

Ключевые слова: финансовое оздоровление, банкротство, антикризисное управление предприятием, кризис, кризисная ситуация, стратегия оздоровления.

В настоящий момент нашей рыночной экономике присущи такие явления как спад промышленности, экономический кризис, отсутствие инвестиций, ужесточение денежно-кредитных отношений, что, несомненно приводит к несостоятельности хозяйствующих субъектов. Существующая до 1998 года в Казахстане нормативно-правовая база, регламентирующая процесс банкротства, оказалась неработоспособной в современных экономических условиях и привела к тому, что крупные предприятия получили возможность, не опасаясь банкротства, продолжать усугублять кризис неплатежей. Но, несмотря на это, с каждым годом число дел о несостоятельности, рассмотренных арбитражными судами, растет, что, несомненно, свидетельствует о том, что институт банкротства в Казахстане занимает одно из ведущих мест в развитии нормальных экономических отношений среди участников хозяйственного оборота. В настоящее время, в казахстанской экономике ключевой проблемой является кризис неплатежей, и добрую половину казахстанских предприятий следовало уже давно объявить банкротами, а полученные средства перераспределить в пользу эффективных производств, что несомненно бы способствовало оздоровлению казахстанского рынка. Во-вторых, в условиях массовой неплатежеспособности казахстанских хозяйствующих субъектов особое значение приобретают меры по предотвращению кризисных ситуаций, а также мероприятия, направленные на восстановление платежеспособности предприятия и стабилизацию его финансового состояния.

Антикризисное управление предприятием – новое понятие для экономики Казахстана. Известно, что всякая экономическая деятельность связана с риском. Поэтому управлению экономическими объектами присуща антикризисная направленность. При этом под антикризисным управлением (антикризисным менеджментом) понимают систему мер по выявлению, предотвращению и преодолению кризисных ситуаций [1-3].

Понятия «кризис» и «кризисная ситуация» включают в себя различные события в деятельности компании – от сбоев в производственной сфере до серьезных финансовых и социальных проблем. Следует отметить, что суть кризиса в том, что это не одномоментное событие, а более или менее длительный процесс накопления (наложения друг на друга) различных неблагоприятных для компании факторов как внешнего, так и внутреннего характера. Важно своевременно выявить неблагоприятные тенденции в развитии компании и нейтрализовать их.

Между прочим, опыт длительного бескризисного функционирования «звездных предприятий» широко известен в Японии, США, Германии и других странах. Тогда напрашивается вопрос: антикризисное управление – это оздоровление или профилактика банкротства финансового состояния предприятия? Очевидно, что, оберегая экономическое благополучие, следует быть дальновиднее. Смысл бескризисного функционирования предприятий видится в проведении мер, упреждающих и предотвращающих их несостоятельность. Однако не все кризисы можно предотвратить, некоторые нужно пережить и преодолеть их разрушительные последствия. Поэтому антикризисное управление предполагает проведение saniрующих мер и в отношении несостоятельных предприятий [4; 125].

Ранним индикатором развития кризисных явлений и тенденций в деятельности предприятия, ведущих к его несостоятельности и банкротству, является падение прибыльности предприятия ниже уровня стоимости его капитала. Это падение прибыльности и последующую тенденцию падения платежеспособности и ликвидности предприятия следует рассматривать как следствие проявления ряда факторов, которые можно разделить на две группы:

а) внешние по отношению к предприятию, на которые оно может влиять только незначительно;

б) внутренние, связанные с организацией деятельности самого предприятия.

Банкротство является следствием совместного действия обеих групп факторов, доля вклада которых в развитие кризиса различна. В трансформирующейся экономике влияние внешних факторов становится более значимым (инфляция, налоги, государственное регулирование цен и т.д.). Внешние факторы, в свою очередь, могут быть разделены на национальные и международные. Внутренние факторы можно сгруппировать по пяти группам:

- 1) конкурентная среда и рыночная позиция предприятия;
- 2) принципы деятельности (включая управление);
- 3) ресурсы предприятия и их использование;

4) применяемые маркетинговые стратегии и политики (концепция маркетинга);

5) качество и уровень финансового менеджмента.

Мероприятия по выходу предприятия из кризиса подразделяются на оперативные, которые рассчитаны на выполнение в короткие сроки, и стратегические, направленные на выработку и реализацию общей концепции финансового оздоровления и развития предприятия в длительной перспективе [5; 408,409].

Всю совокупность антикризисных процедур можно представить как систему банкротства. Под системой банкротства понимают определенную систему контроля, диагностики и мер возможной защиты от финансового краха потенциально жизнеспособных предприятий-должников, испытывающих серьезные трудности в обеспечении их платежеспособности в сложившихся условиях, а также мер обеспечения защиты интересов кредиторов при экономической несостоятельности должника [6; 513].

Процесс развития «банкротства» имеет три характерные стадии: скрытая, финансовой неустойчивости и явное банкротство. Методы и подходы к определению симптомов наступающего (или наступившего) банкротства для этих стадий различны.

Дела о банкротстве рассматриваются в соответствии с Законом Республики Казахстан (РК) «О банкротстве» [7].

Основанием для обращения должника с заявлением в суд о признании его банкротом является его несостоятельность.

Рассмотрев в судебном заседании дело о банкротстве, суд может принять один из следующих судебных актов:

1) решение о признании должника банкротом и возбуждении конкурсного производства;

2) решение об отказе в признании должника банкротом;

3) определение о применении реабилитационной процедуры при наличии ходатайства;

4) определение о прекращении производства по делу.

В решении суда о признании банкротом должника должны содержаться указания: о ликвидации должника; о поручении уполномоченному органу назначить конкурсного управляющего; о сумме заявленных требований кредиторов, обратившихся в суд до вынесения решения; о передаче должностными лицами должника учредительных, финансовых и правоустанавливающих документов на его имущество, а также печати должника конкурсному управляющему в срок не позднее трех рабочих дней со дня его назначения.

По заявлению кредитора либо уполномоченного органа судом выносятся определение о возбуждении дела о введении процедуры внешнего наблюдения.

Процедура внешнего наблюдения в отношении должника может быть введена на срок от трех месяцев до одного года при наличии:

1) кредитора по налогам и другим обязательным платежам в бюджет или не менее трех кредиторов, в том числе заявителя, выразивших согласие на применение процедуры внешнего наблюдения;

2) неплатежеспособности должника.

При этом по ходатайству заявителя наличие кредиторов устанавливается судом путем истребования у должника сведений о его кредиторах и размерах их имущественных требований.

Общие цели финансового анализа предприятия непосредственно связаны с измерением его затрат и результатов (доходов). Оценки затрат и результатов в процессе анализа, соотнесенные с конкретными техническими, организационными и другими факторами, должны быть сопоставимыми по времени и с соответствующими оценками аналогичных предприятий. В совокупности результаты оценки должны создавать достаточную базу данных для анализа результатов и финансового анализа, а также комплексного анализа и управления эффективностью (производительностью) производства и предприятия в целом, в том числе для оценки его платежеспособности.

Основанием для признания структуры бухгалтерского баланса неудовлетворительной, а предприятия неплатежеспособным служит уменьшение коэффициентов на конец отчетного периода (коэффициента текущей ликвидности и коэффициента обеспеченности собственными оборотными средствами) ниже нормативных значений коэффициентов платежеспособности, дифференцированных по отраслям народного хозяйства (таблица).

Таблица

Показатели оценки финансового состояния компании (предприятия, фирмы)

Показатель	Содержание (порядок расчета)
Коэффициент обеспеченности собственными средствами ($K_{ОСС}$)	$K_{ОСС} = (И_{СС} - \Phi C_{ОВ}) / A_{Об},$ где $И_{СС}$ – объем источников собственных средств; $\Phi C_{ОВ}$ – физическая стоимость основных средств и прочих внеоборотных активов; $A_{Об}$ – фактическая стоимость оборотных активов компании. Компания признается неплатежеспособной, если $K_{ОСС}$ в конце отчетного периода меньше 0,1.
Коэффициент текущей ликвидности ($K_{ТЛ}$)	$K_{ТЛ} = A_{Об} / Z_k,$ где Z_k – краткосрочные задолженности компании (краткосрочные кредиты банков, краткосрочные займы, кредиторская задолженность). Компания признается неплатежеспособной, если $K_{ТЛ}$ в конце отчетного периода меньше 2,0.

Этапы разработки мер по оздоровлению финансового положения, преодолению кризиса и предотвращению банкротства предприятий.

Разработка мер по оздоровлению финансового положения предприятия, преодолению кризиса и предотвращению банкротства должна приводиться поэтапно.

1 этап. Факторный анализ убытков предприятия. Оцениваются возможные причины убытков, приведшие к неплатежеспособности и неудовлетворительной структуре баланса предприятия, в том числе факторы, приводящие к снижению объема производства, относительно высокие производственные затраты, общехозяйственные и коммерческие расходы. Обязательно проводится отдельный анализ внутренних и внешних причин.

2 этап. Прогноз финансового состояния предприятия и пути его оздоровления. В дополнение к финансовому анализу состояния предприятия и причин неплатежеспособности должен быть выполнен прогноз результатов (показателей) работы предприятия и оценены перспективы их динамики (улучшения или ухудшения) с учетом сохранения сложившихся тенденций в деятельности предприятия при вероятных изменениях внешней среды.

3 этап. Разработка проекта финансового оздоровления предприятия. При разработке проекта (программы) предусматривается определение стратегических вопросов, включая цели и стратегии финансового оздоровления, и конкретных мероприятий по их реализации.

Определение стратегии финансового оздоровления должно включать разработку плана принципиальных перемен в деятельности предприятия, включая его диверсификацию и репрофилирование, а также решение проблем с накопленными обязательствами (долгами). При этом стратегия финансового оздоровления и решение проблемы возврата долгов находятся в тесной взаимосвязи. Конкретная стратегия оздоровления во многом определяет возможности и пути решения проблемы долговых обязательств. Определение схемы возврата долгов, согласованной с кредиторами, в свою очередь, позволяет конкретизировать стратегию и конкретный план (проект) реструктуризации предприятия для его финансового оздоровления.

Список литературы

1. Теория и практика антикризисного управления / Под ред. С.Г.Беляева, В.И.Кошкина. – М.: Закон и право, ЮНИТИ, 1996. – 469 с.
2. Антикризисное управление: от банкротства – к финансовому оздоровлению / Под ред. Г.А.Иванова. – М.: Закон и право, ЮНИТИ, 1995. – 320 с.
3. Антикризисный менеджмент / Под ред. А.Г.Грязновой. – М.: Ассоциация авторов и издателей «ТАНДЕМ». Изд-во ЭКМОС, 1999. – 368 с.
4. Родионова Н.В. Антикризисный менеджмент: Учеб. пособие. – М.: ЮНИТИ – ДАНА, 2002. – 223 с.
5. Экономика предприятия: Учебник под ред. О.И.Волкова. – М.: ИНФРА – М, 1999. – 416 с.
6. Гончаров В.И. Менеджмент: Учеб. пособие. – Минск: Мисанта, 2003. – 624 с.
7. О банкротстве. Закон Республики Казахстан. – Алматы: ЮРИСТ, 2009. – 44 с.

ОБЕСПЕЧЕНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ В УСЛОВИЯХ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА

Кадырбай С.Б.

ст. преподаватель кафедры «Менеджмент»,
Таразский государственный университет им. М.Х. Дулати, Казахстан, г. Тараз

Сабит А.

магистрант специальности «Экономика»,
Таразский инновационно-гуманитарный университет, Казахстан, г. Тараз

В данной научной статье на основе исследования процесса интеграции в мировое экономическое пространство определено влияние процесса интеграции на экономическую

безопасность. Кроме того, определены направления реализации приоритетных направлений повышения экономической безопасности. В статье рассматриваются специальные механизмы для обеспечения экономических интересов Казахстана.

Ключевые слова: экономическая безопасность, международная экономическая интеграция, мировое экономическое пространство.

В соответствии с тенденциями развития в XXI веке мировое сообщество и Казахстан осуществляют переход от сравнительно устойчивого биполярного мира к новому геоэкономическому мироустройству. Переходный период характеризуется, прежде всего, динамичным формированием такой тенденции, как интеграция в мировое экономическое пространство.

Интеграция обусловливается резким расширением и усложнением экономических взаимосвязей и взаимозависимостей между государствами, субъектами-участниками и между людьми, что выражается в процессах создания планетарного информационного пространства, мирового рынка капиталов, товаров, рабочей силы и услуг.

Вместе с тем, экономическая интеграция в мировое экономическое пространство сопровождается определенными страновыми, финансовыми, экологическими, промышленными и другими рисками, имеющими экономический и социально-политический характер. Среди них наиболее ощутимыми по негативному воздействию являются:

- растущий разрыв в уровне благосостояния и степени вовлеченности в процессы интеграции между богатыми и бедными странами, оставляющий последним весьма невыгодный выбор для развития – зависимость или изоляцию;

- вытеснение из сферы занятости значительного числа работников, а значит, рост безработицы, и как следствие – социальная нестабильность в обществе;

- приобретение организованной преступностью наднационального характера (разнообразные виды нелегального бизнеса приносят мафиозным группировкам прибыль в 1,5 триллионов долларов в год).

Вследствие этого возникает угроза экономической безопасности Республики Казахстан в различных сферах. В этих условиях для Казахстана остро стоит проблема согласования процессов формирования нового социально-экономического порядка и государственного управления экономикой, участие в процессах международной экономической интеграции экономик и вхождение в мировое экономическое пространство на выгодных условиях в интересах обеспечения экономической безопасности.

Осуществление процесса интеграции в мировое экономическое пространство казахстанской экономики сопровождается необходимостью разрешения многих возникающих противоречий. Объективные потребности прогрессивного развития казахстанской экономики, требуют от государственных органов уяснить экономическое содержание процесса: а) включения Казахстана и ее субъектов в международную экономическую интеграцию; б) минимизации негативных последствий этого процесса для суверенитета, терри-

ториальной целостности и экономической безопасности Казахстана; постановкой проблемы интеграции в мировое экономическое пространство, существенно трансформирующей систему международных, внутригосударственных отношений, цель которой формирование новой геополитической структуры мирового сообщества, с которой связан противоречивый, многоплановый процесс столкновения интересов, влекущий за собой угрозы экономической безопасности Республики Казахстан; исследование взаимосвязей и взаимовлияния в развивающемся процессе экономической интеграции в мировое хозяйство и их влияние на экономическую безопасность Казахстана; в условиях воздействий международной экономической интеграции и изменения функций государства требуется поиск решений по нейтрализации негативных последствий и использованию преимуществ интеграции в интересах прогрессивного развития казахстанского общества; тенденция снижения способности национального государства к управлению в условиях интеграции в мировое экономическое пространство ведет к попыткам создания трансгосударственного мирового порядка, выходящего за пределы отдельных стран, что проявляется в региональной интеграции многоуровневого характера [1, с.128].

Международная экономическая интеграция является реальным процессом социальной практики, порожденным как объективными, так и субъективными причинами. Она отличается по сущности и содержанию от глобализации и может быть определена следующим образом: международная экономическая интеграция, как процесс, представляет последовательное объединение государственных и негосударственных институтов в целях решения международных глобальных проблем и достижения односторонних преимуществ субъектов этого процесса, оказывающее влияние на управление делами общества, систему общественных отношений и социальный порядок. Международная экономическая интеграция представляет собой процесс объединения мировых хозяйствующих субъектов в интересах достижения максимальной выгоды из международного разделения труда, а также получения определенной доли властных полномочий с одновременным сокращением функции государства в управлении обществом. Интеграция не только открывает новые каналы трансграничного свободного перелива материальных, человеческих, интеллектуальных или финансовых ресурсов, но одновременно пробуждает и катализирует глубинные изменения в основах жизни и деятельности отдельных государств, регионов и целых народов. Международная экономическая интеграция не тождественна по содержанию глобализации, так как имеет определенную экономическую направленность и преимущественно субъективный характер происхождения. Процесс глобализации является более широким по содержанию, чем интеграция. Интеграция стран стала своего рода предшественницей мировой глобализации, которая выступает объективным следствием экономической интеграции стран. Возникнув однажды, глобализация на нынешнем этапе уже сама выступает в качестве важного фактора интеграции [2, с.89].

В основе международной экономической интеграции лежат интересы различных субъектов: государств, международных экономических организаций, группировок, альянсов, выступающих в качестве субъектов политико-экономических отношений.

Объектом международной экономической интеграции являются, прежде всего, отношения властного влияния, поскольку ее цель – достижение прочных, главенствующих позиций в экономической сфере общества, являющейся базовой для политических отношений.

Тенденции развития экономики в условиях международной экономической интеграции обуславливают изменения системы безопасности преимущественно в пользу наиболее высокоразвитых стран, что представляет угрозу для экономической безопасности Казахстана. Тенденция трансформации классических подходов к функциям государства ведет к потере контроля со стороны государственных органов за разработкой правил, теории и инструментов общественной жизни, в том числе происходит пересмотр концепции суверенитета государства в сторону его уменьшения, а также либерализация экономических границ. Многие рычаги экономической политики государства теряют свою действенность. Потеря контроля над территорией и переход связанных с этим государственных функций от национально-государственной бюрократии к надгосударственной и стоящим за ними элитам принципиально изменяют всю систему обеспечения экономической безопасности [3, с.126].

В условиях развития международной интеграции выявлена необходимость обоснования новых ресурсов экономического развития, включающих совокупность приемов, методов, способов создания геоэкономических ситуаций, позволяющие в условиях международной интеграции определить пути обеспечения экономической безопасности.

Исследование стратегии развития экономической безопасности показало, что в складывающейся геоэкономической системе заметны масштабы снижения роли национальных государств и их правительств, продолжающих по-прежнему принимать самостоятельно или скоординировано с правительствами других государств, ключевые решения в области создания правил, обеспечивающих поступательное развитие экономики и закладывающие этим необходимые предпосылки процессов международной экономической интеграции.

Процесс интеграции экономических рынков: а) снижает степень автономии субъектов принятия экономических решений, как в рамках национальных государств: правительства в одностороннем порядке не могут достигать желаемых целей, так и на наднациональном уровне; б) способствует ограничению суверенитета и снижению степени экономической безопасности.

Устремленность общественного развития к экономической интеграции требует не сокращения роли государственных структур и государства в целом, а формирование умелого и эффективного государственного управления, направленного на согласование решения социальных и экономических задач в целях регулирования процессов с учетом интересов стабильности, динамичности развития, и обеспечения экономической безопасности.

Для обеспечения экономических интересов Казахстана необходимы специальные механизмы, основными из которых могут быть [4, с.35-40]:

1) интеграционный механизм экономических отношений с государствами СНГ, опирающийся на четкие внутренние механизмы, ответственные за реализацию государственной политики в отношении стран Содружества, что является важным фактором включения Казахстана в мировые политические и экономические структуры;

2) механизмы конкурентоспособности в борьбе за рынки сбыта для своих товаров, основывающиеся на концентрированном выражении экономических, научно-технических, производственных, организационно-управленческих, маркетинговых и других возможностей, а также экономико-географического положения регионов страны. Механизмы конкурентоспособности включают: а) промышленные, региональные и локальные кластеры, формируемые с учетом исторических предпосылок развития региона, местных национальных особенностей развития экономики; б) максимальный учет возможностей развития субъектов вне промышленных кластеров, а также их влияния на условия для проявления факторов конкурентных преимуществ; в) системы инноваций: национальную, представляющую линейную инновационную модель сверху вниз.

Применявшийся до сих пор инструментарий нормативно-правовой базы экономического сотрудничества с субъектами международной экономической интеграции является для Казахстана недостаточным для решения более широких задач социального и экономического развития. Условием выработки приемлемой стратегии выступает выявление закономерностей обеспечения экономической безопасности в организации защиты национальных интересов Казахстана в ходе формирования и обеспечения целостной системы ее экономического взаимодействия с мировой хозяйственной системой.

Направления реализации приоритетных направлений повышения экономической безопасности могут быть следующими:

1) формулирование программы развития социально ориентированной рыночной экономики;

2) определение долгосрочных альтернатив, целей и приоритетов, учитывающих понимание возможных ресурсных и временных ограничений на их достижение и придающих смысл и задающих рамки дальнейшего становления рыночной экономики, а также позволяющие отсеять или скорректировать волонтаристские действия, не просчитанные в своих последствиях и по своей цене;

3) сохранение в основном традиционных методов кредитно-финансового регулирования и внешней поддержки отечественных субъектов экономической интеграции;

4) усиление сбалансированной регулирующей роли государства с целью рационального использования внутренних ресурсов казахстанской экономики и создания институциональной инфраструктуры рынка;

5) усиление защиты собственности и контроля за ее эффективным использованием для увеличения доходной части бюджетов всех уровней;

6) формирование активной позиции в сохранении и использовании природных ресурсов страны,

7) разработка и проведение программы протекционизма по отношению к отечественному производителю и отечественным товарам с возможно более жестким режимом перемещения товаров через государственную границу.

Список литературы

1. А. Спицын. Интеграция на пространстве СНГ как стратегическая перспектива инновационной модернизации экономики (опыт теоретического анализа). – М.: Экономика, 2009. – 295 с.

2. О.Сабден. Конкурентоспособная экономика и инновации: монография.-Алматы, 2009. – 152 с.

3. Кайгородцев А.А. Экономическая и продовольственная безопасность Казахстана. Вопросы теории, методологии, практики: монография / А.А. Кайгородцев. – Усть-Каменогорск: Медиа-Альянс, 2006. – 384 с.

4. Сапарова А. А. Производство и рынок потребительских товаров на пути стабилизации и развития / А.А. Сапарова. // Казахстан на пути к новой модели развития: тенденции, потенциал и императивы роста: Материалы Международной научно-практической конференции. Часть 4. – Алматы, 2003. – С. 35-40.

ОСОБЕННОСТИ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ АГРАРНОГО СЕКТОРА ЭКОНОМИКИ КАЗАХСТАНА

Кадырбай С.Б.

ст. преподаватель кафедры «Менеджмент»,
Таразский государственный университет им. М.Х. Дулати, Казахстан, г. Тараз

Амрекулова А.

магистрант специальности «Экономика»,
Таразский инновационно-гуманитарный университет, Казахстан, г. Тараз

В настоящее время мировой рынок диктует условия, при которых аграрный сектор экономики Казахстана стоит перед необходимостью перехода к инновационному пути развития для поддержки конкурентоспособности. В данной статье подробно исследованы причины отставания многих казахстанских предприятий по уровню технологического развития, проанализированы особенности инновационного развития сельского хозяйства в Казахстане, а также предложены возможные пути для инновационного развития АПК Казахстана.

Ключевые слова: инновационное развитие, сельское хозяйство Казахстана, агропромышленный комплекс Казахстана, государственная поддержка.

Развитие агропромышленного комплекса Казахстана зависит от интенсивности инновационных процессов, способных обеспечить ускоренный рост сельскохозяйственного производства. Сельское хозяйство ведущих аграрных экономик мира соответствует уровню и технологиям шестого технологического уклада, развитие которого связано с результатами трансфера инноваций в области применения нано- и биотехнологий, альтернативной энергети-

ки, новых информационных технологий. Большинство казахстанских сельхозтоваропроизводителей демонстрируют уровень производства в соответствии с третьим-четвертым технологическими укладами и требуют немедленной модернизации. Для обеспечения конкурентоспособности сельского хозяйства в условиях глобализации рынков, необходима модель управления «обгоняющего типа». Успех реализации которой будет определяться интенсивностью инновационных процессов, способных обеспечить значительный эффект и окупаемость вложений в инновации в относительно короткий период времени.

«Аграрный сектор пока не стал драйвером экономического роста страны и диверсификации нашей экономики. Импортируется половина потребляемых сыров, мяса птицы, более 40% колбасных изделий, сливочного масла. Это нас характеризует с очень плохой стороны», – заявил Нурсултан Назарбаев. Как отметил президент, необходимо увеличить производство и переработку соответствующей продукции. «О таком же бизнесе мечтать можно! Есть где производить, есть, где переработать и есть готовое место, где можно продать и получить деньги. Все это можно у нас производить, внутри страны», – подчеркнул он [1].

Инновационное развитие аграрного сектора Казахстана является одним из важнейших факторов повышения конкурентоспособности национальной экономики на мировом рынке. В настоящее время технико-технологический, научный, управленческий уровень подавляющего числа казахстанских агропроизводителей не позволяет достичь уровня производительности, например, стран Евросоюза или США. Это также относится и к производительности труда, уровень которой в Казахстане в несколько раз отстаёт от показателей западных конкурентов. После вступления Казахстана в ВТО произошло повышение уровня конкуренции на внутреннем рынке продовольствия страны, и к концу «переходного» периода для отечественных производителей отдельных видов сельхозпродукции будет сложно конкурировать с импортом. Решением в подобной ситуации может быть планомерный комплексный переход к внедрению инноваций в различные сферы агропроизводства – от сырья до систем управления. Инновационная деятельность в сельском хозяйстве – это совокупность последовательных действий по созданию новой или улучшению сельскохозяйственной продукции, развитию технологий, систем управления на основе применения научно-исследовательских разработок или производственного опыта [2].

Инновации в сельском хозяйстве Казахстана можно разделить на несколько групп. Во-первых, это инновации, связанные с износом или сильным моральным устареванием сельскохозяйственной техники. Хотя эти инвестиции могут показаться лишёнными инновационной составляющей, но в значительной части аграрных хозяйств страны ситуация обстоит именно так. Поэтому внедрение техники, которая в западных странах используется повсеместно, в казахстанской действительности может считаться «региональной»

инновацией. Во-вторых, инновацией будет внедрение элитных сортов растений, а также высокопродуктивных пород в производство. В-третьих, инновации могут быть в применении научных разработок для стимулирования производства, то есть новых удобрений и добавок в различных сферах сельского хозяйства. В-четвёртых, инновация может затронуть управленческую систему предприятия – от новых подходов к менеджменту до внедрения систем электронного контроля и управления производством. В-пятых, инновации могут касаться инфраструктуры АПК, что относится к макроэкономическим решениям и требует внимания и поддержки государства. Это могут быть мероприятия по оценке состояния почв и рекомендации фермерам, консультации по внедрению тех или иных инноваций в производство, информирование о различных разработках и возможностях. Либо это могут быть программы по аренде высокопродуктивной сельскохозяйственной техники малыми и средними предприятиями у государства. Постепенное и взвешенное применение всех этих видов инновации на практике может оказать положительный эффект на АПК Казахстана в целом.

Инновационная деятельность в сельском хозяйстве Казахстана имеет свои особенности:

Во-первых, очевидна особенность конечного продукта по отношению к другим отраслям – продовольствие. То есть применение любых инноваций должно быть нацелено не только на экономическую выгоду, но и на обеспечение здоровья потребителей. При этом качество продукта или возможный вред для потребителя часто невозможно оценить в краткосрочной экспертизе, а негативный эффект может проявиться лишь спустя длительный период потребления (заметный пример – выращивание продуктов ГМО).

Во-вторых, внедрение инноваций в сельское хозяйство имеет временные особенности. Так как производство продуктов питания, во многом, связано с сезонностью, для того чтобы оценить влияние тех или иных инноваций на конечный продукт, необходимо время на то, чтобы продукт был выращен, обработан. Так как этот процесс занимает несколько месяцев и повторное «испытание» инноваций возможно лишь в следующем сезоне, что делает оценку эффективности инновации длительной по времени.

Третья особенность связана со второй и заключается в длительном сроке окупаемости инноваций, что является одним из основных сдерживающих факторов на пути их внедрения в частных предприятиях. Кроме того, этот фактор сильно зависит от развитости института частной собственности: если государство неспособно обеспечить неприкосновенность собственности на землю или на средства производства, то и долгосрочных инвестиций в приобретение инновационных технологий от предпринимателя не стоит ожидать.

Четвёртая особенность – это многообразие сельскохозяйственной продукции. Небольшие и средние хозяйства вынуждены производить широкий ассортимент различных продуктов, чтобы поддержать спрос, а также снизить

свои риски от неурожая или рыночных колебаний. В связи с этим разработка инновационных технологий должна учитывать данный фактор, чтобы быть выгодной различным производителям, и иметь широкую сферу применения.

Пятая особенность – это непредсказуемость погодных и природных условий, от которых часто зависит урожайность и технология производства. Независимость от погодных условий – одно из наиболее востребованных направлений инновационного развития, связанные с выведением более устойчивых сортов и пород.

Шестая особенность – необходимость адаптации растений и животных к различным территориальным климатическим условиям. Этот фактор особенно актуален для Казахстана, где разнообразие климатических зон широкое. Что говорит о необходимости локального подхода к разработке инноваций, а также к построению механизма внедрения инноваций в сельское хозяйство и государственной политики, направленной на стимулирование инноваций в АПК.

Седьмая особенность заключается в том, что соседние предприятия сельскохозяйственного производства Казахстана зачастую находятся достаточно далеко друг от друга, что обусловлено большой территорией страны. Поэтому, если внедряемая технология требует вложений в оборудование, то отдалённость будет препятствовать возможности его совместного использования.

Восьмая особенность – это сложившийся в Казахстане низкий уровень подготовки работников АПК, что вызывает необходимость особенного внимания к процессу подготовки и обучения персонала при внедрении инновации, так как из-за некачественного применения даже эффективная технология может не дать результат.

Девятая особенность инновационной деятельности в АПК Казахстана заключается в отсутствии налаженных связей между подавляющим числом производителей. И это относится как к агропроизводителям, так и к производителям смежных отраслей, в том числе и нацеленных на производство инновационных продуктов в части сельскохозяйственного машиностроения, производства удобрений, выведения семенного материала, а также элитных пород животных. При этом в Казахстане не существует налаженного механизма по внедрению научно-технических разработок в производство. Это приводит к тому, что уровень внедрения инноваций в сельское хозяйство Казахстана остаётся на крайне низком уровне [4, с.23].

В настоящее время основные инвестиции в сельском хозяйстве Казахстана идут на восстановление основных фондов ввиду их естественного износа. Заметную долю вложений в инновации в инвестициях можно наблюдать только у отдельных отраслей. Объясняется этот перекоп тем, что цикл воспроизводства в этих отраслях значительно ниже, чем в других областях сельского хозяйства. И при этом они не сильно зависят ни от сезонного фак-

тора, ни от погодно-климатического, что позволяет окупить вложения в инновации достаточно быстро [6, с.78].

При разработке и внедрении инноваций следует учитывать то, что разные сельхозпроизводители находятся на разном технологическом уровне своего производства. Уровень внедрения механизации, доля ручного труда, капиталоемкость, ресурсоемкость разнятся от малых фермерских хозяйств к крупным агрохолдингам. В настоящее время информационные ресурсы всё больше влияют и на производимый предприятием продукт, и на изменения в основных фондах организации. Внедрение информационных технологий позволяют повысить уровень контроля, производительность основных ресурсов и производительность труда. Нарастание информационных технологий приводит к тому, что повышается роль репутации производителя, так как скрыть низкое качество товара или недобросовестное отношение к окружающей среде в районе производства становится затруднительно. Поэтому повышается роль инноваций в основные фонды для повышения экологичности производства [5]. Использование инновационных технологий в условиях информационного общества может быть значительным маркетинговым преимуществом на конкурентном рынке, так как вызовет большее доверие и уважение к производителю [6, с.85].

В сельском хозяйстве можно выделить несколько факторов или условий, при которых собственные вложения либо привлечение инвестиций в инновационные технологии становятся более вероятными. В первую очередь, это вертикальная интеграция в производстве продукта, когда в рамках одной компании или объединения производится сырьё, происходит его переработка, производится конечный продукт и поставляется на потребительский рынок. Подобные интеграции можно наблюдать в наиболее крупных для Казахстана направлениях: сахар, растительное масло, производство зерновых и др. Инновации легче внедрять, если организован специализированный кластер, объединяющий заинтересованных производителей одной ниши по признаку территориальной близости. Высок спрос на инновации в особых сегментах рынка, на которых даже незначительное повышение качества либо продуктивности товара влечёт сильный рост спроса, например, производство элитных сортов семян или высокопродуктивных пород скота. Также положительную роль в продвижении инноваций может сыграть развитие в Казахстане внутреннего производства сельскохозяйственной техники по доступным ценам, а также повышение уровня подготовки кадров, способных работать с новыми технологиями, готовых к модернизации отрасли.

Казахстанскому АПК присущи некоторые факторы, препятствующие распространению инноваций. Наибольшее влияние оказывает текущая технико-технологическая отсталость предприятий, что сказывается на себестоимости продукта. По этой причине многие потенциальные инвесторы, и в особенности, иностранные инвесторы, отказываются от вложений в казахстанские предприятия, поскольку видят слишком сильное отставание от уровня

предприятий западных стран. Кроме того, замедляет инновационный процесс нехватка квалифицированных кадров в отрасли, способных в полной мере воспользоваться преимуществами новых технологий. Также потенциальному инвестору не всегда ясны перспективы рынка инновационной продукции, так как этот сектор в Казахстане находится на относительно начальном уровне развития, что не позволяет провести надлежащий анализ. Также не имеется достаточного числа специалистов, которые могли бы оценить те или иные инновационные решения, возможную стоимость будущего продукта на рынке, спрос и другие базовые показатели для принятия решения об инвестициях. В АПК Казахстана пока не налажена внедренческая инфраструктура для инноваций, что также отталкивает инвесторов, готовых вкладывать в производство инновационных решений.

Государственное субсидирование производства определённого продукта непосредственно влияет на уровень внедрения инновационных технологий в новых производствах и обновление существующих.

Таким образом, при наличии множества факторов, препятствующих инновационному развитию АПК Казахстана, при взвешенной системной государственной поддержке, эти препятствия успешно преодолеваются. Как показывает практика стран ЕС и США, основа успешного развития АПК страны заключается в последовательной государственной поддержке сектора. Поэтому для развития АПК Казахстана, и его перехода к инновационному развитию, государство должно заниматься развитием соответствующей инфраструктуры, развитием системы консультирования и информирования производителей, подготовкой кадров, а также выделять средства на непосредственное стимулирование деятельности производителей.

Казахстан имеет значительный нераскрытый потенциал в аграрном секторе, который при последовательном и направленном использовании может поддержать экономику и укрепить независимость государства.

Список литературы

1. XXVIII Пленарное заседание Совета иностранных инвесторов посвящено развитию аграрного сектора Казахстана.
2. Программа по развитию агропромышленного комплекса в Республике Казахстан на 2013–2020 годы «Агробизнес – 2020».
3. Жолдубекова Г. Инновации – в землю// Бизнес и власть. – 28.08.2009 г.
4. Чуланова З.К. Современные проблемы мировой экономики. Сборник научных трудов. Институт мировой экономики при фонде Первого Президента РК. – Алматы: Дайк-Пресс, 2004. – С. 23.
5. Алшанов Р., Ашимбаева А. Глобальная экономика и Казахстан // Казахстанская правда. – 2007, 20 апреля.
6. Инновационная деятельность в аграрном секторе экономики Казахстана / под ред. И.Г. Ушачёва, И.Т. Трубилина, Е.С.Оглоблина, И.С. Санду. – М.: КолосС, 2007. – 636 с.

ЭКОНОМИКА И ЭКОЛОГИЯ: ПРОТИВОРЕЧИЯ И ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ

Камдина Л.В.

старший преподаватель кафедры математики, экономики и управления
Троицкий филиал ФГБОУ ВПО «ЧелГУ», Россия, г. Троицк

Комиссарова Т.А.

доцент кафедры математики, экономики и управления,
канд. эконом. наук, доцент, Троицкий филиал ФГБОУ ВПО «ЧелГУ»,
Россия, г. Троицк

Лунина М.Ю.

преподаватель кафедры экономики и организации АПК,
ФРБОУ ВО «Южно-Уральский ГАУ» ТАТ, Россия, г. Троицк

В статье рассматриваются проблемы экологизации и повышения эффективности сельского хозяйства. Предлагается использование мобильных комплексов по переработке отходов (навоза и помета) контейнерного типа.

Ключевые слова: эффективность сельского хозяйства, экологизация, передовые технологии, переработка отходов, плодородие почвы, безопасность проживания населения, взаимовыгодные деловые партнеры.

Проблемы повышения эффективности сельского хозяйства и экологизации этой отрасли в России стоят очень остро. Располагая огромными запасами земельных угодий, страна не только не выступает мощным экспортером продовольствия, а наоборот, импортирует большое количество мясомолочной продукции [1]. С другой стороны, получившие широкое распространение строительство птицефабрик, свинокомплексов и крупных ферм по содержанию скота породило немало проблем с утилизацией отходов животноводства и птицеводства – навоза и помета. Причина здесь простая и явная. Если раньше – 50 лет назад и более, животноводческие и птицеводческие фермы были небольшими и рассредоточены по территории хозяйств, а технологии предусматривали выгульное и пастбищное содержание, то естественный обмен между этими отраслями и природной средой носил естественный характер и не наносил существенного вреда объектам природной среды – почве, водным источникам, воздушной среде [3].

Положение резко изменилось, когда стали возводиться комплексы и фабрики, в которых содержались тысячи и сотни тысяч животных и птицы. Возводя подобные предприятия, работающие на организационных принципах промышленности, не задумывались о последствиях и не предусмотрели условий их предотвращения.

Известно, что в сутки свинья потребляет в среднем около четырех литров воды с учетом удаления навоза гидросмывом. В Красногорском свинокомплексе Челябинской области, например, содержится более 200 тысяч

свиней, ежедневный забор воды для кормовых и технических нужд превышает 800 тонн в сутки. Если же учесть, что сельское хозяйство имеет дело с биологическими объектами, здесь нельзя организовать снабжений водой по замкнутому циклу, то за годы эксплуатации комплекса накопились миллионы тонн далеко небезопасных отходов, содержащих кишечную палочку, продукты распада дезосредств и ветеринарных препаратов, проблема безопасности проживания населения в окружающей территории очень актуальна[2].

Между тем, мало кому известен тот факт, что шумеры, проживающие на территории современного Ирака и Ирана более пяти тысяч лет назад, получали урожай зерновых культур по 200-300 ц/га. Пшеничные колосья кустились, одно зерно давало 45 стеблей. А ведь они тогда не знали минеральных удобрений, использовали отсталые в современных понятиях технологии. Здесь, очевидно, играли другие факторы, а именно- знание и творческое использование принципов единства человека и природных объектов. Уповать на то, что в Междуречье были плодородные земли полностью нельзя [2].

В России имеются лучшие по естественному плодородию земли (Центральная черноземная зона), а урожайность почти на порядок ниже. Даже самые передовые аграрные страны – США и Западная Европа – в лучшем случае получают по 80-70-50 ц/га. А ведь эти страны широко используют минеральные удобрения и средства защиты растений. Значит здесь дело в другом – в игнорировании биологических Законов, по которым развивается растительный и животный мир.

Выше говорилось о противоречии в развитии промышленного животноводства (экономики) и экологии. Долгие годы считалось так, хотя экологические проблемы постоянно обострялись. Научная мысль находилась в поисках разрешения и этой ситуации. Итогом таких разработок стала идея не противоречия экологии и экономики, а их сочетание. Предприниматель Н. Рябчинский и профессор А.Яковлев разработали мобильные комплексы контейнерного типа. В процессе переработки навоза и помета конечный продукт обогащается микроорганизмами и микроэлементами. Эту технологию рекомендуется использовать там, где удаление навоза и помета проводится гидросмывом [5].

После переработки отходов воду можно использовать на технические нужды. Комплекс по переработке отходов размещается в трех стандартных 40-футовых контейнерах, которые на выходе дают рассыпной продукт с влажностью от 70 до 90% превращается в гранулы с влажностью 12-13%, т.е. делает пригодным для длительного хранения. В технологии предусмотрен и четвертый контейнер, который гранулирует рассыпные смеси. Производительность такого комплекса 150-200 куб. метров нечистот, потребляемая мощность 30 кВт/час электроэнергии. Комплекс из 3-4 контейнеров перевозится и монтируется на новом месте за 2-3 дня. Работает на нем 2-3 человека. За сутки комплекс дает продукции до 300 тыс.руб. по цене гранулированных удобрений 10 тыс. руб./ тонн. Стоимость подобного комплекса в зависимости

от производительности от 10 до 15 млн. руб. Окупаемость до полугода. Эта технология способна утилизировать до 70 тысяч кубометров жидких отходов с выходом из них до 8 тыс. тонн гранулированных удобрений в год.

Иной подход предложен для переработки помета на птицефабриках, использующих подстилочные технологии. В качестве подстилки применяются опилки, торф, солома или подсолнечная шелуха из расчета 50:50. Такой вариант работает в г. Лиски Воронежской области. Объем перерабатываемого сырья в сутки-250 т., а на выходе -100 т. гранул. Стоимость подобного комплекса вместе с полигоном, техникой ворошения и другой техникой по строительству и транспортировке составляет сегодня 250 млн.руб. понадобятся складские помещения на 10 тыс. тонн гранул, другие помещения – еще 100 млн. руб. Конечно, это дорого, но мощность завода позволяет выработать 35 тыс. тонн гранулированных удобрений по цене 10 тыс. руб./ т. Таким образом окупаемость комплекса составит около одного года.

Особо следует остановиться на использовании жидких отходов. По подсчетам экологов в России ежегодно увеличивается на 300 млн.тонн. Для обеспечения жидкими удобрениями, например, Нижегородской области достаточно 20 самосвалов птичьего помета. Помет выступает как питательная среда для размножения полезных микроорганизмов. К ним добавляются гуматы, изготовленные из торфа, биологический кремний и вытяжка из червя дождевого. Жидкие удобрения вносят распылением, они усваиваются через листья. До растения доходят миллиграммы, но этого достаточно. В среднем на одну обработку уходит 2-3 литра на га. Если провести шесть обработок за сезон, включая осеннюю обработку стерни и семенного материала, этого количества вполне достаточно. Работу с кремневыми присадками в жидкие и сухие удобрения многие годы проводил профессор В.В.Матыченков. Кремний выступает здесь в роли восстановителя и укрепителя иммунитета, а это позволяет отказаться от применения химических средств защиты растений. Кремнесодержащие препараты, как оказалось, не только стимулируют рост растений, но и связывают тяжелые металлы, переводят их в неактивную форму [1].

Единственный недостаток жидких удобрений- ограниченный срок годности, поскольку это живая субстанция и она нуждается в скором применении. Использование этих удобрений опробовано в Тюменской области, где выращивают виноград сорта «Шардоне» и добились урожайности на уровне крымских.

Регулярное внесение в почву минеральных удобрений ухудшает физико-химические свойства почв. Хлор, входящий в состав калийных удобрений, убивает все живое в земле. Верхний плодородный слой почвы- гумус, на 80-90% состоит из органических веществ. Последние формируются при разложении растительных и животных остатков под действием микроорганизмов и абиотических факторов среды. Следовательно, уничтожая посредством внесения минеральных удобрений и ядохимикатов полезную почвенную микро-

флору, тем самым мы наносим огромный вред экосистеме «почва-растение-животное-человек», ибо процесс разложения органических остатков и синтез гумуса прекращается [6].

Для поддержания почвы в плодородном состоянии приходится использовать не только минеральные удобрения, но и известь как раскислитель. Мировой опыт свидетельствует о том, что бездумная химизация не может решить продовольственную проблему. Следовательно, субсидирование использования минеральных удобрений и химических средств защиты – путь тупиковый. Можно сказать, что в этом случае государство косвенно финансирует деградацию пахотных земель [2].

Российские гранулированные органические удобрения уже востребованы в Китае, Индии, странах Ближнего Востока и Юго-Восточной Азии. Например, Бангладеш, заключил контракт на поставку 50 тыс. тонн гранулированных органических удобрений по цене 300 долл. за тонну. Рентабельность производства и реализации удобрений на порядок выше, чем современное животноводство и полеводство.

Таким образом, творческий подход к проблемам сельского хозяйства, использования новейших технологий в производстве органических удобрений, внесение их в почву посредством капельного полива, позволяет в разы повысить урожайность, наращивать естественное плодородие почвы, улучшать качество и снижать производственные затраты на единицу продукции. Это позволит перевести дискуссию о противоречии интересов экономики и экологии в созидательное русло[4]. Мы убеждены в том, что грамотный подход к утилизации отходов животноводства и птицеводства позволит рассматривать экономику и экологию как взаимовыгодных деловых партнеров, учитывающих взаимные интересы друг друга.

Список литературы

1. Автайкина, Е.В., Аничкина, О.А.[и др.]. Проблемы и перспективы развития АПК и сельских территорий [Текст]: Монография. – Новосибирск: Изд-во ЦРНС, 2014. – 282 с. – ISBN 978-5-00068-140-4.
2. Дурманов, Д.Н. Мировоззренческо-методологические вопросы современного агропочвоведения [Текст]: книга Человек и Земля» / Д.Н. Дурманов, Л.Л. Шишов. – М.: ВО «Агропромиздат», 1988. – С. 273-295.
3. Ильина, З. М. Глобальные проблемы и устойчивость национальной продовольственной безопасности: в 2 кн. / З. М.Ильина. – Минск: Ин-т системных исследований в АПК НАН Беларуси, 2012. – Кн.1. – 211 с.
4. Ильина, З., Кондратенко С. Конкурентная устойчивость субъектов внутреннего продовольственного рынка [Текст]:// Аграрная экономика, 2014. – № 8(231) – С. 7-26.
5. Рябчинский, Н. Производство яиц – выгодный бизнес, который не боится импортных конкурентов / Навоз и помёт пора превращать в высокие урожаи: [Электронный ресурс] / <http://www.agroxxi.ru>
6. СИНТЭК Синергия технологии / Микрогуматы и сохранение экосистемы планеты / <http://syn-tech.ru>

ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ ФИНАНСОВОЙ УСТОЙЧИВОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Кереева М.Р., Романов Е.С.

магистранты 2-го курса,
Санкт-Петербургский государственный аграрный университет,
Россия, г. Пушкин

В данной работе определены основные подходы к обеспечению финансовой устойчивости предприятия в современных условиях. Рассмотрены такие варианты повышения финансовой устойчивости, как: оптимизация оборотного капитала, использование пре-экспортного финансирования, оценка и управление денежными потоками. При рассмотрении вопросов обеспечения финансовой устойчивости автором использован анализ практического опыта отечественных компаний и холдингов.

Ключевые слова: финансовая устойчивость, финансирование, оптимизация, оборотный капитал, денежный поток.

Современная рыночная ситуация связана с кризисными явлениями в российской экономике, инфляционными процессами, волатильностью национальной валюты, снижением покупательской способности потребителей. В этих условиях быстро меняющейся внешней среды и негативных трендов требуется эффективное использование имеющихся ресурсов, снижение издержек и поддержание необходимого уровня финансовой устойчивости организации.

В условиях проявления кризисных явлений в отечественной экономике вопросы поддержания необходимой финансовой устойчивости предприятия или бизнес-структуры выступают важнейшим аспектом финансового менеджмента и финансового планирования.

В наиболее широком понимании финансовая устойчивость предприятия напрямую связана с использованием собственных и заемных средств и характеризует стабильность финансового положения предприятия, которая обеспечивается необходимой и достаточной долей собственного капитала в составе источников финансирования. Кроме этого, финансовая устойчивость подразумевает такое состояние финансовых ресурсов предприятия (включая их распределение и использование), которое обеспечивает поступательное развитие организации, характеризующееся ростом прибыли и капитала, при одновременном сохранении необходимого уровня платежеспособности.

Обеспечение финансовой устойчивости во многом связано с оптимальным использованием оборотного капитала – разумным определением величины использования собственного капитала и заемного. У предприятия не возникнет проблем с нехваткой оборотных средств, если оно станет жестко контролировать соотношение собственного и заемного капитала, за счет которого финансируется операционная деятельность.

Финансовая устойчивость предприятия может быть повышена при условии сбалансированности оборачиваемости дебиторской и кредиторской

задолженности. Так, с этой целью руководством компании «Петропавловск – Черная металлургия» в практике финансовой деятельности было использовано пре-экспортное финансирование и обратный факторинг [3].

Новое горнорудное предприятие на начальном этапе своей работы столкнулось с необходимостью оптимизировать оборотный капитал. Оборачиваемость дебиторской задолженности превышала пять недель из-за длительной процедуры подтверждения и исполнения аккредитива в банке. Между тем проведение международных поставок без аккредитива сопряжено с высоким риском неплатежа. Период оборота кредиторской задолженности, наоборот, был слишком коротким – монопольное положение крупных поставщиков не позволяло договориться о длительной отсрочке. Кроме того, из-за географической удаленности предприятия и больших сроков доставки приходилось замораживать значительные средства в складских запасах запчастей для большой парка техники.

В этой ситуации компания использовала пре-экспортное финансирование (PXF, pre-export financing) в виде револьверной линии сроком до двух месяцев. Подобное финансирование отличается относительной доступностью и низкой стоимостью, поскольку уровень кредитного риска для банка невелик при наличии подтвержденной отгрузки с безотзывным аккредитивом.

Для увеличения срока кредиторской задолженности компания прибегла к обратному факторингу, когда отсрочка платежа финансируется фактором (например, банком). Преимущество в этом случае связано с простотой оформления, гибкостью и относительно невысокой стоимостью. Как и в случае с PXF, деньги привлекаются только на необходимый срок, что позволяет избежать лишних затрат.

В результате комплексное управленческое решение помогло достичь приемлемых показателей операционной деятельности, сократить объем и рефинансировать до 70% оборотного капитала. Высвобожденные средства были реинвестированы в другие проекты компании, а используемая схема краткосрочного финансирования позволила сохранить высокую финансовую устойчивость.

Большое значение для поддержания финансовой устойчивости предприятия имеет регламентация использования денежных средств, в том числе и в отношении оборотного капитала. Часто решение задачи повышения финансовой устойчивости является эффектом от оптимизации текущей деятельности предприятия.

Так, Группа компаний «ЯВА» – мультиотраслевой холдинг, имеющий в своем составе две базовых структуры: строительный и промышленный дивизионы – столкнулась с необходимостью устранить причины дефицита текущего оборотного капитала, оптимизировать кредитный портфель и налоговую нагрузку, определить основания для реинвестирования прибыли, урегулировать отношения с предприятиями, входящими в холдинг.

С этой целью было организовано управление финансовыми потоками, основанное не только на централизованном подходе к балансировке и распределению поступлений по центрам финансовой ответственности (ЦФО),

но и на создании сквозных бизнес-процессов, сопровождающих коммерческую деятельность и снабжение промышленных площадок.

Пять крупных предприятий промышленного дивизиона имеют достаточно сложную систему взаимодействия. При этом существует множество разнонаправленных, финансовых и информационных потоков, которые ранее ничем не регулировались. При любой потребности в денежных средствах предприятия просто кредитовались в банке группы, а балансировка и распределение потоков не проводились. Это повлияло на общее состояние текущего оборотного капитала. Например, промышленная площадка имела запасы, готовую продукцию, но не имела денег на выплату зарплаты, налогов и т.д. Собственник поставил задачу оптимизировать систему управления текущим оборотным капиталом группы.

Финансовый директор ООО УК «ЯВА» предложил построить управление финансовыми потоками, отталкиваясь от внешнего рынка – ведь именно в нем формируется потребность в продукции и услугах, отсюда идут поступления. Исходя из этого, были выявлены сквозные бизнес-процессы и регламентированы отношения между их участниками, распределены зоны ответственности и границы принятия решений, организован оперативный контроль исполнения бюджета движения денежных средств (БДДС) и контроль по связанным операциям [2].

В результате была внедрена программа управления кредитным портфелем, постоянный мониторинг ситуации убедил собственников реинвестировать прибыль и отказаться от дополнительного внешнего финансирования, что способствовало повышению финансовой устойчивости группы компаний и отдельных предприятий холдинга.

Важной выглядит оценка финансовой устойчивости на основе соотношения динамических величин потоков денежных средств и оплачиваемых краткосрочных пассивов.

Так, Д.Ю. Быков [1] предлагает использовать подобную систему оценки, что позволяло бы учесть особенности функционирования предприятия в условиях отечественной экономики, а также определять нормативы коэффициентов финансовой устойчивости в зависимости от особенностей отдельной отрасли экономики и специфики функционирования того или иного предприятия, а также складывающихся взаимоотношений между участниками операционной деятельности.

Проводимый анализ структуры циклов формируемых денежных потоков позволяет не только установить вероятности появления критических изменений в этих циклах, но и разработать необходимые управленческие решения, которые могли бы скорректировать необходимым образом эти вероятности. Это позволяет предложить подходы к практическому определению границ финансовой устойчивости предприятия, а также создать необходимую основу для более глубокого исследования феномена финансовой устойчивости математическими методами.

Таким образом, в отечественной практике существуют различные подходы к обеспечению финансовой устойчивости предприятия и ее повышению

в динамично развивающейся рыночной среде. В данной статье были рассмотрены такие варианты повышения финансовой устойчивости, как: оптимизация оборотного капитала, использование пре-экспортного финансирования, оценка и управление денежными потоками.

Список литературы

1. Быков Д.Ю. Оценка финансовой устойчивости предприятия на основе анализа циклов денежных потоков: дис. ... кандид. эконом. наук. – Иваново, 2012. – 205 с.
2. Кузнецова Н. Регламент, который позволит оптимизировать оборотный капитал холдинга // Финансовый директор. – 2013. – №6. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://e.fd.ru/article.aspx?aid=312629>.
3. Решение компании «Петропавловск – Черная металлургия» // Финансовый директор. – 2013. – №7-8. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://e.fd.ru/article.aspx?aid=315133>.

РОЛЬ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ В ОБЕСПЕЧЕНИИ СИСТЕМЫ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ СЕЛЬСКИХ ТЕРРИТОРИЙ АРХАНГЕЛЬСКОЙ ОБЛАСТИ

Коновалова Л.В.

доцент кафедры экономики, канд. экон. наук, ФГАОУ ВО «Северный (Арктический) федеральный университет им. М.В. Ломоносова»,
Россия, г. Архангельск

Андрианова Е.В.

доцент кафедры экономики, канд. экон. наук, ФГАОУ ВО «Северный (Арктический) федеральный университет им. М.В. Ломоносова»,
Россия, г. Архангельск

В статье рассматривается значение потребительской кооперации Архангельской области в обеспечении устойчивого развития сельских территорий.

Ключевые слова: потребительская кооперация, сельские территории, устойчивое развитие.

Одним из приоритетных направлений государственной социально-экономической политики является обеспечение устойчивого развития сельских территорий, которое может проявляться в повышении эффективности сельского хозяйства, расширении источников занятости, увеличении доходов сельского населения, повышении уровня его жизни, создании нормальных условий жизни на селе. В качестве основных механизмов формирования системы устойчивого развития можно назвать диверсификацию сельской экономики, развитие местного самоуправления, информатизацию села и др. [1]. Также активным участником социально-экономических преобразований на селе является потребительская кооперация. Это – многоотраслевая система, включающая производство, заготовительную деятельность, торговлю и общественное питание, оказание бытовых и других социальных услуг населению. Важной составляющей потребительской кооперации является развитие

социальной инфраструктуры и создание рабочих мест в сельской местности. Во многих населённых пунктах потребительские общества остаются единственными организациями, обеспечивающими жителей товарами и услугами.

Высшим координирующим органом потребительской кооперации России является Центральный союз потребительских обществ Российской Федерации (Центросоюз РФ). Он объединяет около 3 тыс. потребительских обществ и 4 млн. пайщиков, обеспечивает работой около 200 тыс. человек по всей стране. Осуществляет активное участие в формировании социальной инфраструктуры сельских территорий, жизнеобеспечении жителей 89 тыс. населенных пунктов, из которых 54 тыс. имеют численность проживающего населения менее 100 человек [4].

Потребительская кооперация Архангельской области в настоящее время объединяет в своих рядах свыше 24 тысяч членов-пайщиков. В систему входят 117 юридических лиц, которые снабжают продуктами почти две тысячи населенных пунктов по всему региону, где проживают более 200 тысяч человек. В 2015 году в системе потребительской кооперации трудилось около пяти тысяч человек. Возглавляет эту систему Архангельский областной союз потребительских обществ (Облпотребсоюз АО). Это некоммерческая организация, которая защищает имущественные и иные права своих членов – потребительских обществ и их союзов, представляет их интересы в государственных органах и органах местного самоуправления, оказывает информационные, правовые и другие услуги [3]. В региональную систему потребительской кооперации входит более 800 розничных торговых предприятий, большая часть которых находится в сельской местности. В системе Облпотребсоюза работают более 90 предприятий общественного питания, которые выпускают широкий ассортимент полуфабрикатов, кондитерских и кулинарных изделий, около 200 производственных цехов, из которых две трети занимаются выработкой хлеба и хлебобулочных изделий. Организации потребкооперации закупают у населения и фермерских хозяйств картофель и овощи, молоко, мясо и мёд, дикорастущие ягоды, грибы, лекарственные растения. Кроме того, осуществляют закупки сельхозпродуктов и сырья у населения.

Облпотребсоюз имеет широкую и развитую сеть предприятий по всей области: стационарные магазины, палатки, киоски, автолавки, аптеки, предприятия бытового обслуживания. Организации потребительской кооперации обеспечивают товарами и услугами жителей области. Населению сёл и деревень оказываются не только услуги торговли, но и бытовые, через сеть предприятий бытового обслуживания. Пользуются спросом сельского населения парикмахерские, пошив и ремонт одежды, раскрой тканей, ремонт бытовой техники и другие. Фармацевтическая деятельность также направлена на решение социальных задач населения. Восемь кооперативных организаций в 14 аптечных учреждениях осуществляют реализацию лекарственных средств и изделий медицинского назначения. Также потребительские общества придают большое значение производству полуфабрикатов и консервов. В современных условиях импортозамещения это становится одним из главных направлений в развитии кооперативной пищевой промышленности. Важно,

что сырье для будущей продукции в основном закупается у населения и крестьянских фермерских хозяйств, что позволяет существенно стимулировать местных сельхозпроизводителей. Таким образом, потребительская кооперация играет значительную роль в жизни села, не только обеспечивая продуктами питания, но и создавая занятость населения, поддерживая малые формы хозяйствования.

Совокупный объем хозяйственной деятельности организаций составляет около семи миллиардов рублей. Облпотребсоюз АО является одним из крупнейших налогоплательщиков области – за прошедший год уплачено более 500 млн. руб. налогов в бюджеты всех уровней.

Сегодня, когда проблема импортозамещения на продовольственном рынке как никогда остра, перед производственными предприятиями потребительской кооперации Архангельской области ставятся задачи не только по увеличению объемов, но и по обновлению ассортимента и соблюдению качества выпускаемой продукции. В современных условиях потребкооперация имеет реальные возможности восстановить заготовительную деятельность в крупных масштабах, значительно увеличить объёмы собственного производства, создать единую цепочку: производство сельхозпродукции – переработка – торговля. При этом особое внимание следует уделить производству качественных натуральных продуктов, которые востребованы в регионе.

Однако существуют факторы, затрудняющие деятельность организаций потребкооперации. Это – отдалённость, труднодоступность и малонаселённость большей части сельских поселений Архангельской области; дефицит и низкая квалификация кадров; недостаток собственных финансовых средств; высокий уровень налогообложения; повышение тарифов на энергоресурсы и коммунальные услуги; высокие проценты по кредитам; значительные транспортные расходы; низкая платёжеспособность сельского населения и ряд других.

Региональная власть крайне заинтересована в развитии потребкооперации. Основными направлениями государственной региональной поддержки являются: создание необходимых правовых, организационных и иных условий для развития потребкооперации; разработка долгосрочных целевых и ведомственных целевых программ, направленных на развитие потребкооперации в области; выделение средств из областного бюджета для финансирования государственной поддержки потребкооперации; осуществление финансирования проектов развития потребкооперации в пределах средств, предусмотренных в законе об областном бюджете; содействие информационному обеспечению развития потребкооперации.

Поддержка осуществляется в рамках государственных программ Архангельской области: «Развитие местного самоуправления в Архангельской области и государственная поддержка социально ориентированных некоммерческих организаций (2014–2020 годы)», «Экономическое развитие и инвестиционная деятельность на 2014–2020 годы», «Устойчивое развитие сельских территорий на 2014–2017 годы», «Развитие сельского хозяйства и регулирования рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия Архангельской области на 2013–2016 годы» и др. [2].

Потребительская кооперация была и остается тем механизмом, который обеспечивает устойчивое развитие сельских территорий, осуществляя обслуживание малых деревень и поселков, завоз продовольствия и промышленных товаров, обеспечение закупочной деятельности с последующей переработкой продукции. Новые условия российского рынка – импортозамещение и санкции – позволяют предприятиям потребкооперации в Архангельской области получить новые возможности для своего развития.

Список литературы

1. Зыкова Н.В., Коновалова Л.В. Формирование системы устойчивого развития сельских территорий в Архангельской области/ Проблемы современной экономики – 2013 – №4 – С. 398-404.
2. Официальный сайт Правительства Архангельской области [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.dvinaland.ru/>
3. Официальный сайт Союза потребительских обществ Архангельской области [Электронный ресурс]. – URL: <http://arkhops.ru/>
4. Официальный сайт Центрального союза потребительских обществ Российской Федерации (Центросоюз РФ) [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.rus.coop/>

ГОСУДАРСТВЕННОЕ УПРАВЛЕНИЕ КАК СИСТЕМА

Кончакова Г.С.

магистрант, Институт экономики, управления и природопользования,
Сибирский федеральный университет, Россия, г. Красноярск

Ферова И.С.

доктор экон. наук, профессор,
Институт экономики, управления и природопользования,
Сибирский федеральный университет, Россия, г. Красноярск

В статье рассмотрено государственное управление как система с теоретической точки зрения, системное виденье государственного управления, общая характеристика организационной структуры.

Ключевые слова: государственное управление, система, исполнительная власть, должностные лица, системность.

Понятие государственное управление принято считать достаточно не устоявшимся. Различные авторы данное понятие рассматривают в различных вариациях.

В широком смысловом значении государственное управление рассматривается авторами как целостная сфера деятельности государственной власти, всех её ветвей, органов, должностных лиц, т.е. как реализация государственной власти во всех её формах и методах [3, с.24].

В узком, специальном значении термин «государственное управление» характеризует собственно управленческую деятельность государственных органов и должностных лиц, т.е. сферу деятельности исполнительной власти [3, с. 25].

Содержание системы государственного управления – это исследование важных функций государства как института управления социумом, закономерностей и принципов их реализации, научное обоснование государственной политики, исследование складывающихся в процессе деятельности государства и органов государственного управления политико-правовых и социальных отношений. К системе государственного управления относятся только органы государственной власти и местного самоуправления.

Государственное управление в обязательном порядке владеет свойством системности. Только присутствие системности придает государству нужную согласованность, субординацию, координацию, определенную целеустремленность, рациональность и эффективность.

Для государственного управления системное понятие его компонентов, частей и их взаимосвязей имеет принципиальное теоретическое и методологическое значение. Следует выделить три логические схемы, посредством которых раскрываются различные аспекты системности государственного управления:

- взаимосвязь субъекта государственного управления (государства) с общественной системой;
- определяющей доминантой элементов государственного управления является его общественно-политическая природа;
- государственное управление – это явление субъективное.

Системное «видение» государственного управления предполагает четкое усвоение той истины, что среди его элементов нет ни одного, который мог бы сам по себе содержать сущность государственного управления и решать какую-либо управленческую задачу [1, с. 114].

В.Ф. Калина и В.А. Козбаненко считают, что при структурировании целей государственного управления следует исходить из логики исторического процесса развития государства как системы, в которой каждая предыдущая цель детерминирует последующую. Естественно, что наряду с общей определяющей целью государство выдвигает множество иных весьма значимых целей, но все они призваны развивать и дополнять основную цель [3, с. 55].

В целом организационную структуру можно характеризовать как упорядоченную совокупность конкретных звеньев аппарата управления, связанных между собой по вертикали (субординация) и по горизонтали (координация) и обеспечивающих устойчивый и качественный процесс управления [2, с. 116].

Следует отметить что, многие страны активно проводят реформы в системе государственного управления, включающие в себя: изменение методов государственного регулирования, модернизацию государственной службы, разработку новой концепции составления бюджета, внедрение современных информационных технологий, формирование конкурентной среды, обновление административных процессов, что позволяет в целом повысить эффективность работы органов исполнительной власти и всего публичного сектора в целом [4, с. 105].

Список литературы

1. Атаманчук Г.В. Теория государственного управления : учебник. – М.: Издательство «ОмегаЛ», 2010. – С. 114.

2. Глазунова Н.И. Система государственного управления: Учебник для вузов. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2002. – С. 116.
3. Голощапов Р.В., Пятков А.Г. Государственное управление: Учебное пособие. – Хабаровск: ДВАГС, 2005. – С. 24-25, 55.
4. Дьякова В.В. Философские основы новых подходов к процессу управления: эволюция сознания управленцев в XX столетии. «Известия Российского государственного педагогического университета им. А.И. Герцена». Выпуск № 61/2008. С. 105.

ИННОВАЦИИ В РЕШЕНИИ ЭКОЛОГИЧЕСКИХ ПРОБЛЕМ АВТОМОБИЛЬНОГО ТРАНСПОРТА В КУЗБАССЕ

Лисовой А.В.

студент 3 курса, института экономики и управления,
Кузбасский государственный технический университет, Россия, г. Кемерово

Бугрова С.М.

доцент кафедры производственного менеджмента,
Кузбасский государственный технический университет, Россия, г. Кемерово

В статье рассматривается необходимость внедрения инновационных разработок для экологичности автотранспорта, в частности, для снижения негативного воздействия транспортного комплекса на атмосферный воздух Кузбасса.

Ключевые слова: экологическая безопасность, экологичность автотранспорта, альтернативные виды топлива.

Проблема экологической безопасности автомобильного транспорта растет с каждым годом, поскольку за последние 10-15 лет наша страна столкнулась с ростом автомобилизации.

В выхлопных газах автомобилей содержится около 200 различных веществ, среди которых можно выделить альдегиды, бензопирен, свинец, канцерогенные вещества и т.д. Концентрация токсичных веществ зависит от технического состояния автомобиля, скорости его движения и срока эксплуатации. Так при нарушении регулировки карбюратора выбросы увеличиваются в 4-5 раз.

Автомобильный транспорт наносит вред окружающей среде из-за протекания и сгорания нефтепродуктов, засорения почвы и водных ресурсов остатками от стертых шин, потерями при транспортировке сыпучих, жидких и пылевых грузов, хлоридами, которые используются для посыпки дорог зимой. К этому причастны также и объекты автомобильного транспорта: базы дорожной техники, авторемонтные предприятия, асфальтобетонные заводы.

Для того, чтобы приблизить «экологичность» российского автопарка, изношенного на 70%, к экологическому стандарту «Евро-3», и тем самым спасти россиян от выхлопных газов, необходимо внедрять самые значимые инновационные разработки, сделать их достоянием широкой общественности и отслеживать их продвижение.

При экспертизе новых технологий следует отдавать предпочтение тем научным изысканиям, которые позволяют снизить токсичность как отработавших, так и картерных газов, которые эффективны не только при переходе автотранспортных средств на газ, но и на двигателях с нейтрализаторами газов и на гибридных двигателях.

В связи с этим повышение экологичности транспорта, внедрение альтернативных видов топлива, с целью уменьшения нагрузки на окружающую среду и снижения уровня эмиссии загрязняющих веществ в атмосферу, стало одной из приоритетных задач во всем мире. Одним из видов такого топлива является природный газ, использование которого в России может иметь не только экологическую, но и экономическую основу ввиду его обширных запасов. Поручение Президента Российской Федерации В.В. Путина Правительству Российской Федерации по принятию комплексного плана расширения использования газа в качестве моторного топлива послужило импульсом для развития данного сектора как в техническом, так и в нормативном направлениях. Газ в качестве моторного топлива используется уже более чем в 80 странах мира и с каждым годом мировой парк автомобилей на газе неуклонно растет, при этом Россия занимает только 20-е место по использованию автомобилей на газовом топливе, хотя в стране есть все возможности – и ресурсные, и технологические – для того, чтобы занять здесь лидирующие позиции [2].

Одной из основных причин, существенно влияющих на состояние воздушного бассейна населенных пунктов Кемеровской области, также является выброс в атмосферный воздух значительного количества загрязняющих веществ от передвижных источников, прежде всего от автомобильного транспорта.

Основными факторами, влияющими на загрязнение атмосферного воздуха Кемеровской области выбросами от автотранспортных средств, являются:

- ежегодное увеличение автомобильного парка;
- высокая плотность дорожной сети;
- большой объем грузоперевозок и высокая интенсивность движения.

За последние 10 лет ежегодный рост количества транспорта в области составил от 5 до 8 %. По данным Главного управления Министерства внутренних дел РФ по Кемеровской области, общее количество транспортных средств, зарегистрированных на территории Кемеровской области в 2014 году, составило 897857 единиц. По сравнению с 2013 годом рост количества транспорта стал рекордным – около 90 тыс. единиц или более 10 %. Основное количество пассажирских перевозок – 70%, приходится на долю автомобильного транспорта. Относительно 2004 года число автомашин в области увеличилось практически в 2 раза [3].

Для снижения негативного воздействия транспортного комплекса на атмосферный воздух в условиях увеличения количества автотранспортных средств и повышения интенсивности движения на автомобильных дорогах Кузбасса необходимо, с целью увеличения их пропускной способности, предусмотреть развитие сети автомобильных дорог общего пользования с созданием дорожных развязок, скоростных магистралей, в том числе строительство автодорожных обходов крупных населенных пунктов и реконструкция перегруженных движением участков.

Кроме того, необходимо уменьшить вредное воздействие транспорта на воздушную среду и на здоровье человека за счет применения экологически безопасных видов транспортных средств с высокой топливной экономичностью, соответствующих уровню мировых образцов.

В Кузбассе ежегодно принимается региональная целевая программа «Экология и природные ресурсы Кемеровской области», которая является составной частью закона о бюджете области. Областные природоохранные мероприятия включают в себя развитие системы мониторинга окружающей среды, проведение научных исследований, развитие особо охраняемых территорий, воспитание в поддержку общественного экологического движения.

Для снижения экологических проблем отдельного предприятия [4, 5] целесообразно создание центров ответственности и центров затрат, руководители которых будут отвечать за экологически безопасное потребление ресурсов закрепленное в технологическом процессе.

Список литературы

1. Об охране окружающей среды: федер. закон Рос. Федерации [от 10.01.2002 г. № 7-ФЗ] // <http://www.consultant.ru/popular/okrsred/70html#p843>
2. Аналитический доклад. Стратегия экологической безопасности: механизмы реализации // http://www.budgetrf.ru/Publications/Magazines/VestnikSF/2015/17_570/VSF_NEW_17_570.pdf
3. Доклад о состоянии и охране окружающей среды Кемеровской области в 2014 году // <http://kuzbasseco.ru/wp-content/uploads/2015/06/DOKLAD-2014.pdf>
4. Михайлов, В.Г. Управление эколого-экономической эффективностью на Кемеровском ОАО «Азот» / В.Г. Михайлов, С.М. Бугрова // В мире научных открытий. – 2011. – № 10. – С. 120.
5. Михайлов, В.Г. Исследование эффективности управления природоохранной деятельностью на Кемеровском ООО ПО «Химпром» / В.Г. Михайлов, С.М. Бугрова // В мире научных открытий. – 2013. – № 10 (46). – С. 36-55.

ОЦЕНКА ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОДДЕРЖКИ ПРЕДПРИЯТИЙ МОЛОЧНОГО НАПРАВЛЕНИЯ НА ПРИМЕРЕ ПЕРМСКОГО КРАЯ

Меньщикова А.Ф.

доцент кафедры организации производства и предпринимательства в АПК,
ФГБОУ ВПО Пермская ГСХА, Россия, г. Пермь

Носкова Е.М.

доцент кафедры финансов, кредита и биржевого дела, канд. экон. наук,
ФГБОУ ВПО ПГНИУ, Россия, г. Пермь

Юшкова М.К.

доцент кафедры организации производства и предпринимательства в АПК,
канд. экон. наук, ФГБОУ ВПО Пермская ГСХА, Россия, г. Пермь

В настоящей статье проведена оценка государственной поддержки предприятий в молочном производстве. Определены направления повышения эффективности производства молока с использованием элементов новых технологий в организации производства.

Определены перспективы использования ресурсного потенциала предприятия молочного направления.

Ключевые слова: государственная поддержка, продуктивный скот, производственный процесс, технологический процесс, ресурсный потенциал, экономическая эффективность.

Серьезные изменения демографии страны в последние 25 лет оказывают влияние на потребление продуктов питания. Сложившийся режим смены поколений в России соответствует открыто идущей депопуляции в сторону старения «снизу» в результате снижения рождаемости [2, с.79]. По данным Росстата прогноз доли населения, старше трудоспособного возраста, в пессимистическом низком варианте к 2050 году составит 35,2 процента [3]. Старение населения выдвигает новые требования социального и медицинского характера, которые имеют самостоятельную природу, и актуализируют вопросы производства диетических продуктов, к которым относятся молочные продукты. Также сложившаяся текущая политическая ситуация обостряет вопросы молокопроизводства и переработки молока в стране. Целью данного исследования является предварительная оценка государственной поддержки сельскохозяйственных предприятий молочного направления.

К внешним факторам влияния на производственные показатели предприятий относится нормативно-правовая среда и сложившаяся финансовая поддержка. Ещё до введения санкций к стране и политического обострения на международной арене было принято постановление Правительства РФ от 14.07.2012 г. №717 «О Государственной программе развития сельского хозяйства и регулирования рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия на 2013-2020 гг.». Данная программа содержит 9 подпрограмм, одной из которых является подпрограмма 8 «Развитие молочного скотоводства». Предусмотренное финансирование представлено в таблице 1.

Таблица 1

Объем бюджетных ассигнований по государственной программе развития сельского хозяйства в РФ, тыс. руб. [1]

Год	Финансирование, всего	В том числе на программу производства молока
2013	197671647,1	-
2014	170150182,1	-
2015	187864108,8	24223922,5
2016	258139948,1	34316900,0
2017	300227195,8	42275129,9
2018	324028084,7	45425515,4
2019	337775177,6	49333335,7
2020	350363555,4	51826313,9
Итого:	2126219899,6	247401117,4

Несмотря на государственную финансовую поддержку, темпы роста основных продуктов животноводства с 2010 года устойчиво сокращаются, в 2013 году темп роста производства молока в РФ составил 96,1%. Для Приволжского федерального округа этот показатель составил 95,9%. А для

Пермского края – 94,9 % в 2013 г. Также с 2011 г. поголовье продуктивного скота молочного направления не восстанавливается, темп роста поголовья коров в целом по стране в 2013 г. составил 97,3%. Ещё более удручающие показатели по Приволжскому федеральному округу – 95,5%. Аналогичная ситуация в Пермском крае – 96,8% в 2013 г. Такие показатели тревожат профессиональных участников рынка молочной продукции [4].

Валовое производство молока в стране в 2014 г. составило 30,8 млн. тонн, в 2015 г. этот показатель снизился до 30,4 млн. тонн. Исходя из сложившихся тенденций российские производители молока оценивают возможное валовое производство этого продукта в 2016 г. ниже 30 млн. тонн [4]. В сравнении с государственной оценкой, можно признать оптимизм законодателя. В Государственной программе развития сельского хозяйства по производству молока (подпрограмма 8) ожидалось следующие показатели: 2014 г. – 32,9 млн. тонн; 2015 г. – 33,65 млн. тонн; 2016 г. – 30,35 млн. тонн (базовый сценарий) [1]. Из чего можно заключить, что прямое финансирование в отдельное направление положительной динамики не обеспечивает. Действующие программы государственной поддержки нуждаются в оценке их экономической эффективности. По нашему мнению, необходимо уделить внимание формированию и воспроизводству совокупного ресурсного потенциала сельскохозяйственных предприятий. На примере молочно-ориентированных предприятий Пермского края можно признать повышение показателей валового производства молока с учетом развития ресурсного потенциала (табл. 2).

Таблица 2

Эффективность использования ресурсного потенциала в молочном производстве на примере сельскохозяйственных предприятий Пермского края

Предприятия	2012 г.	2013 г.	2014 г.	Темп роста 2014г. к 2013г.,%
Продуктивность одной головы, кг				
Нытвенский район, ООО «Мокинское»	6744	6924	7346	106
Частинский район, ООО «Нива»	6006	6659	7004	105
Чусовской район, ООО «Ключи»	5766	6311	7120	113
Фондообеспеченность, тыс.руб.				
Нытвенский район, ООО «Мокинское»	14,85	15,83	29,06	184
Частинский район, ООО «Нива»	93,1	100,34	74,10	74
Чусовской район, ООО «Ключи»	52,13	50,19	60,27	120
Площадь посева на 1 голову, га				
Нытвенский район, ООО «Мокинское»	9,22	7,14	6,44	90
Частинский район, ООО «Нива»	3,79	3,87	3,67	95
Чусовской район, ООО «Ключи»	3,38	3,41	3,37	99
Валовое производство молока на 1 га, ц				
Нытвенский район, ООО «Мокинское»	7,31	9,70	11,40	117
Частинский район, ООО «Нива»	15,83	17,18	19,07	111
Чусовской район, ООО «Ключи»	17,07	18,51	21,09	114
Фондоотдача, руб.				
Нытвенский район, ООО «Мокинское»	0,987	0,969	0,908	94
Частинский район, ООО «Нива»	0,267	0,311	0,554	178
Чусовской район, ООО «Ключи»	0,615	0,669	0,756	113

Основным фактором, обеспечивающим высокий уровень производства молока, является продуктивность молочного стада. По сельскохозяйственным предприятиям Пермского края этот показатель имеет значительные отклонения от средних показателей. Наименьший показатель составляет 1107 кг в год на голову в ООО «Ярино» Карагайского района, наибольший – 8500 кг в год в ООО КСК «Оханская подкова» Оханского района. Разница в показателях надоя обусловлена рядом факторов, в том числе и обеспеченностью основными средствами и площадями под кормовые культуры. Годовая продуктивность одной коровы не менее 7000 кг молока может быть обеспечена собственными кормами с площади 6,44 га при средней урожайности кормовых культур в Пермском крае.

Продовольственное эмбарго страны на молоко снизил его импорт на 20% в 2015 г., но отечественные производители так и не освоили освободившуюся нишу. Это показывает, что молочное направление в сельском хозяйстве не является эластичным к внешнеэкономическим изменениям. Выделенное финансирование на молочное направление не даст быстрых результатов.

Список литературы

1. Постановление Правительства РФ от 14.07.2012 г. №717 «О Государственной программе развития сельского хозяйства и регулирования рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия на 2013-2020 гг.», с изменениями и дополнениями постановления Правительства от 19.12.2014 г. №1421.
2. Демографический ежегодник России – 2015 г. Режим доступа: www.gks.ru/bgd/regl/B15_16/Main.htm (дата обращения 01.02.2016 г.)
3. Липухин Д.Н. География старения населения современной России. Экологическое равновесие и устойчивое развитие территории; Международная науч.-практ. конференция 30-31 марта 2010 г., сборник материалов / под общ. ред. проф. В.Н. Скворцова. – СПб.: ЛГУ им. А.С. Пушкина, 2010. – С. 78-81.
4. Россиянам придется есть пальмовый сыр. Режим доступа: <http://www.mk.ru/social/2016/01/21/rossiyanam-prividetsya-est-palmovyy-syr.html> (дата обращения: 22.01.2016 г.)

ОСОБЕННОСТИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УЧРЕЖДЕНИЙ НА МЕЖДУНАРОДНОМ РЫНКЕ

Наумова М.С.

студентка кафедры маркетинговые коммуникации,
Южно-Уральский государственный университет, Россия, г. Челябинск

Черediaкова А.Б.

преподаватель кафедры маркетинговые коммуникации, к.п.н., доцент,
Южно-Уральский государственный университет, Россия, г. Челябинск

В статье особенности образовательных учреждений на международном рынке рассматриваются особенности позиционирования учреждений РФ на рынке КНДР. Определенные инструменты, применимые к маркетингу, именно образовательных услуг помогают укрепить дружественные союзы между разными государствами по средствам обучения иностранных студентов в РФ.

Ключевые слова: маркетинг, образовательное учреждение, международный маркетинг, реклама, продвижение, образовательные услуги.

Современная образовательная среда претерпевает различные изменения и реформы. Из года в год в РФ привносят новые изменения в систему образования и принимают новые законы по ее усовершенствованию. Одним из крупных изменений является изменение к требованиям внешней высшей школе, так как на данном этапе приоритетным является международное сотрудничество для укрепления прочных международных связей. Данное сотрудничество положительно влияет на развитие государства, так как создаются международные организации, которые в будущем помогут укрепить дружественные отношения между странами, развитие экономического фактора государства. Как гласит в статье 105 Закона 273-ФЗ "Об образовании в РФ" 2016 международные взаимоотношения между государствами в сфере образования нужны для: «расширение возможностей граждан Российской Федерации, иностранных граждан и лиц без гражданства для получения доступа к образованию; координация взаимодействия Российской Федерации с иностранными государствами и международными организациями по развитию образования; совершенствование международных и внутригосударственных механизмов развития образования. Для реализации необходимо внедрить усовершенствованные маркетинговые образовательные условия [6].» Данной теме уделено достаточное количество пособий, монографий, учебных пособий.

И так стоит разобрать принципы продвижения услуг в целом. Продвижение – это совокупность различных маркетинговых мер, усилий, действий, посредством рекламы, PR, личных продаж, стимулирования сбыта и использование других маркетинговых коммуникаций, предпринимаемых производителями, продавцами товара или услуг, посредниками в целях повышения спроса, увеличения сбыта, расширения рыночного пространства для реализации продукции [5]. Дав определение данному понятию, можно сделать вывод о том, что для дальнейшей реализации нам нужны инструменты продвижения, с помощью которых мы сможем выгодно представить свой продукт.

Продвижение товара или услуги является составной частью информационной кампании, которой предшествует изучение нужд, потребностей, мнений потребителей, определение особенностей формирования их предпочтений и благоприятного имиджа предприятия, а также реклама его продукции. Кампания по продвижению товара всегда должна преследовать конкретные цели, ориентироваться на определенную целевую аудиторию и в соответствии с этим использовать конкретные формы продвижения [5]. Если говорить о продвижении образовательных услуг, то тут существуют особенности, образование является неосязаемым продуктом и имеет отложенный эффект. Существуют отличительные черты образовательных услуг, присущие только им: по мнению многих исследователей образовательные услуги относятся к категории «общественных благ», но, все же, сегодня большинство специалистов относят данные услуги к категории «квазиобщественное

благо». Своеобразной чертой образовательных услуг является сложность их непосредственного денежного измерения. Не маловажная и значимая особенность оказания образовательных услуг называет сотворчество преподавателя и учащегося. Из выше приведенных особенностей можно сделать вывод, что данный вид услуг является специфическим и самое, что главное эффект от данной услуги проявляется не сразу и сделать вывод о эффективности предоставления и качества услуг можно сказать только через определенное время.

Кроме того, необходимо отметить еще ряд специфических особенностей образовательных услуг, отличающих их от других: сезонность; достаточно высокая стоимость для большой массы населения; относительная длительность оказания; отсроченность выявления результативности (нужен неопределенный временной промежуток для понятия эффективности предоставленной услуги); зависимость результатов от условий будущей работы и жизни обучившегося (при получении качественной услуги клиент показывает эффективность через поступление в высшее образовательное учреждение или находит высокооплачиваемую работу); зависимость приемлемости услуг от места их оказания и места проживания потенциальных учащихся (большое значение имеет данный сегмент, так как в зависимости от место положение учащегося зависит сможет ли он после получения определенных образовательных услуг работать); невозможность перепродажи (оказанные услуги невозможно перепродать из-за их неосвязаемости); необходимость лицензирования (каждое учебное заведение должно иметь лицензию, аккредитацию на предоставление качественных услуг в сфере образования); относительно молодой возраст потребителей образовательных услуг.

Данные особенности являются наиболее важными, они показывают насколько данная услуга отличается от других и уже от этих особенностей стоит отталкиваться при разработке программы продвижения.

Для того чтобы программа продвижения была эффективной, именно на международном рынке, стоит по подробнее разобрать международные маркетинговые коммуникации.

Маркетинговые коммуникации – это собой процесс передачи информации о товаре целевой аудитории [2, с.10]. Чтобы перейти к международному маркетингу нужно дать определение понятию «маркетинговые коммуникации» в целом, это процесс управления движением товара (услуги, идеи, образа) на всех этапах: перед продажей, в момент покупки, во время потребления, после завершения процесса потребления [3, с.389].

Продвижение товара на конкретный внешний рынок обеспечивается благодаря осуществлению маркетинговых коммуникаций между товаропроизводителем и целевой аудиторией в целях достижения приемлемого для товаропроизводителя поведения такой аудитории.

В качестве основных инструментов политики продвижения товара на внешних рынках используются по существу те же средства коммуникаций, что и на внутреннем рынке, хотя последние и имеют свою специфику. К основным инструментам продвижения товара на внешних рынках относятся:

международная реклама (international advertising); стимулирование продаж (sales promotion); связи с общественностью (public relations); коммуникации в прямом маркетинге (direct marketing); коммуникации в процессе личных (персональных) продаж.

Международная реклама, стимулирование продаж, связи с общественностью и персональные продажи образуют так называемый комплекс коммуникаций или комплекс продвижения товара на внешних рынках. Значимость каждого из элементов комплекса коммуникаций и степень его использования различны для отдельных стран, что определяется рядом факторов, характерных для каждой из стран.

Необходимо отметить, что проблемами разработки вопросов управления продвижением услуг в нашей стране занимались следующие отечественные ученые: И.Н. Герчикова, Е.П. Голубков, А.Н. Романов, Г.Л. Багиев, Т.Д. Маслова, С.Г. Божук, Б.А. Соловьев, А. Аброскин, работы которых в значительной степени представляют собой анализ и творческое осмысление зарубежного опыта.

Общая теория маркетинговых коммуникаций, обстоятельно разработанная в трудах зарубежных ученых, таких как Ж.Ж. Ламбен, Ф. Котлер, Э. Дихтль, Дж. Барнетт, С. Мориарти, В. Шрамм, Г. Ассэль, Т. Амблер и др., не адаптирована к особенностям рыночных отношений российской экономики и не затрагивает анализа особенностей такой сферы услуг, как образование.

Наиболее серьезные научные исследования маркетинга образовательных услуг в отечественной научной школе связаны с исследованием таких авторов, как А. В. Ефремов, Ю.Н. Клещевский, С. А. Мамонтов, А.И. Михайлушкин, А.П. Панкрухин.

Так же можно рассмотреть мнение Ф. Котлера о международной маркетинговой деятельности. При вступлении в международную маркетинговую деятельность «различия между странами могут оказаться такими глубокими, что деятелю международного рынка необходимо уметь разбираться в зарубежной среде и иностранных институтах и быть готовым к пересмотру фундаментальных представлений о том, как люди реагируют на побудительные приемы маркетинга» [2, с.555]. Это что касается продвижения услуг в целом на международный рынок.

Можно отметить, что зарубежные ученые не так глубоко изучали специфику образования, как услуги, так как это обусловлено менталитетом. В России в разные исторические события отношение к образованию всегда было неоднозначным, поэтому ученые досконально разбирали понятие «образование» как услугу.

Стоит перейти к пониманию того, что же значит образование международного уровня. Если ранее зарубежные ученые не занимались так глубоко вопросом об образовании как услуга, то в настоящее время весь мир озабочен вопросом об образовании. От этого стало важно качество образования, его специфика и конечно же международные связи, которые как раз и придают статусность. Но не просто взаимоотношения между международными парт-

нерами дают образовательным учреждениям такой статус, но и наличие международных образовательных программ, наличие сертификации, признания учреждения на внутреннем рынке, не маловажно узнаваемость (популярность) учреждения на внутреннем и внешнем рынке, количество научных достижений и т.д. Международный уровень для образовательного учреждения дает большие горизонты для сотрудничества с разными странами, а это дает большую популярность, открытие новых образовательных программ и конечно же денежную прибыль, что не маловажно.

Рассмотрим на конкретном примере международную деятельность Института международного образования (ИМО), а именно на рынке КНДР.

На сегодняшнем этапе ведущим инструментом продвижения является наружная реклама в КНДР. Но чтобы использовать данный инструмент нужно учитывать кросс-культурный фактор, как особенности менталитета, традиций и моральных ценностей.

Главной целевой аудиторией ИМО являются студенты КНДР. Лучше всего данная целевая аудитория воспринимает информацию визуальную, в связи с этим эффективно используется баннерная, дисплейная реклама. В связи с этим хочется отметить наружная реклама в КНДР должна быть направлена на азиатскую внешность и менталитет, поэтому для ее создания подбираются модели азиатской внешности. В КНДР большое значение уделяется цвету вот некоторые из ассоциаций данного этноса: черный считается мрачным и негативным цветом, в то время как красный – символ радости и удачи, желтый – любимый цвет народа и ассоциируется со свободой души, зеленый сулит здоровье и гармонию, а вот белый – горечь и утрату. Поэтому специально был разработан логотип и слоган специалистами в ИМО для того, чтобы иностранные партнеры позитивно воспринимали институт визуально.

Интернет в КНДР является ведущим средством коммуникации. Интернет – постоянно растущее информационное пространство, объём которого практически невозможно измерить. Сотни тысяч сайтов и многомиллионная аудитория – это мощное средство, открывающее новые возможности продвижения бизнеса, услуг и продукции, поиска новых клиентов и партнёров [4, с.89]. Именно поэтому был создан акаунт ИМО в социальных сетях КНДР, а именно на китайский аналог Twitter'a — Sina Weibo (сина вэйбо) и Sina blog (синьлан бокэ). На официальной странице ИМО в социальных сетях транслируется официальные международные программы, в которых могут поучаствовать иностранные студенты, также анонсы жизни студентов в институте. В социальных сетях КНДР в основном транслируется «развлекательная» составляющая, визуальный промоушн. Для этого привлекаются лидеры мнений, яркие персонажи, которые бы заинтересовали молодежь КНДР.

Однако не уступает по эффективности интернет воздействию – неформальные вербальные коммуникации. Студенты из КНДР имеющие опыт получения образования в РФ и в частности в ИМО. Возвращаясь домой студен-

ты рассказывают о положительных эмоциях, нюансах обучения в РФ, что в данном случае является положительным вспомогательным, но очень эффективным средством. В данном случае идет речь о референтных группах и особенностях референтного маркетинга. Данная тема будет более подробно изучена в следующих исследовательских научных публикациях.

Список источников

1. Арсеньев Д.Г. Международный маркетинг образовательных программ вузов. СПб.: Политехн. ун-та, 2008. 105 с.
2. Котлер, Ф. Основы маркетинга. М.: Прогресс, 1991. 612 с.
3. Котлер, Ф. Маркетинг менеджмент. Экспресс-курс. 2-е изд. СПб.: Питер, 2006. 656 с.
4. Панкрухин А.П. Маркетинг образовательных услуг // Маркетинг в России и за рубежом. – 1997. – № 7-8.
5. Состав.ru URL: www.sostav.ru. (дата обращения: 22.01.2016.)
6. Федеральный закон РФ "Об образовании в Российской Федерации", N 273-ФЗ ст. 105.

РАЗРАБОТКА ИНТЕГРИРОВАННОЙ СИСТЕМЫ ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ БИЗНЕСА

Перевозчиков С.Ю.

доцент кафедры «Оценка и управление собственностью», к.э.н.,
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации
(Финуниверситет), Россия, г. Москва

Статья посвящена выбору из альтернативных оптимального решения по внедрению системы оценки эффективности бизнеса на российских предприятиях. Для того проводится сравнительный анализ самостоятельного внедрения на предприятии системы оценки эффективности бизнеса и привлечения для этого консалтинговой компании.

Ключевые слова: предприятие, консалтинг, стоимость, система оценки эффективности бизнеса, разработка, внедрение, затраты на разработку и внедрение, этапы разработки.

Внедрение системы оценки эффективности бизнеса, как и любой другой реализуемый предприятием коммерческий проект [1, 2], проходит предварительный анализ с целью оптимизации выполнения его этапов по срокам и стоимости. Проведем сравнение эффективности двух альтернатив: самостоятельного внедрения на предприятии системы оценки эффективности бизнеса и привлечения для этого консалтинговой компании с точки зрения соответствия указанным критериям.

Объектом сравнительного анализа альтернатив служат профили денежных потоков, связанных с разработкой, внедрением и дальнейшей периодической актуализацией системы (таблица). Состав этапов, их порядок и затраты на реализацию на практике могут существенно варьироваться [3].

Различия характеристик денежных потоков по сценариям «самостоятельная реализация проекта» и «реализация проекта как услуга консалтинговой компании», % от всех затрат на разработку и первоначальное внедрение проекта

Этап реализации проекта	Сценарий «самостоятельная реализация проекта»	Сценарий «реализация проекта как услуга консалтинговой компании»
1	2	3
Первичное обследование предприятия	-	До 1%
Составление технического задания на разработку системы (в т.ч. фиксация ее итоговых характеристик)	До 2% (рабочее время менеджеров среднего и высшего звена)	До 5%
Вторичное обследование предприятия	До 2% (рабочее время менеджеров среднего звена и ведущих специалистов целевых подразделений)	До 10%
Обоснование методической базы и принципиальных алгоритмов расчетов	До 2% (рабочее время менеджеров высшего звена и выделенных для реализации проекта специалистов)	До 5%
Проектирование информационных потоков с учетом требований оптимальности, защищенности, надежности	До 1% (рабочее время выделенных для реализации проекта специалистов); часто этап вовсе не осуществляется	До 5%
Определение требований к программной среде и аппаратным средствам	До 1% (рабочее время выделенных для реализации проекта специалистов); часто этап вовсе не осуществляется, дальнейшая разработка планируется исходя из уже имеющегося либо используемого бесплатно программного обеспечения	До 5%
Эргономическое проектирование пользовательских интерфейсов (с учетом ранее согласованной схемы информационных потоков)	До 1% (рабочее время выделенных для реализации проекта специалистов); часто этап вовсе не осуществляется	До 5%

1	2	3
Составление графика внедрения системы и поэтапной сметы дальнейших затрат на внедрение	До 2% (рабочее время выделенных для реализации проекта специалистов); часто этап вовсе не осуществляется	До 10%
Разработка программного обеспечения	До 80%	До 40%
Обучение пилотной группы персонала компании – заказчика	До 2% (рабочее время выделенных для реализации проекта специалистов и ведущих специалистов целевых подразделений)	До 5%
Приобретение и ввод в эксплуатацию необходимого аппаратного и программного обеспечения	До 10% (рабочее время выделенных для реализации проекта специалистов и специалистов целевых подразделений)	До 30%
Ввод системы в эксплуатацию	До 20% (рабочее время выделенных для реализации проекта специалистов, специалистов целевых подразделений, менеджеров среднего и высшего звена)	До 30%
Доработка отдельных параметров системы в рабочем режиме	До 40 (рабочее время выделенных для реализации проекта специалистов, специалистов целевых подразделений, менеджеров среднего и высшего звена)	До 10%

Составлено: по материалам исследования.

Таблица показывает: при самостоятельной реализации проекта значительная часть вложений осуществляется в виде затрат рабочего времени персонала предприятия и должным образом не учитывается. В связи с этим возникает ложное представление, что затраты состоят лишь в оплате труда специально выделенных сотрудников – команды разработки, внедрения и поддержки системы контроля. На самом же деле, при организации надлежащего учета связанных с разработкой и внедрением системы трудозатрат менеджеров среднего и высшего звена, сумма вложений оказывается весьма значительной.

Наряду с этим, в условиях самостоятельной реализации проекта, кроме «экономии» на затратах по сопоставимым этапам разработки системы, прослеживается возможность пропуска некоторых этапов в связи с тем, что раз-

работчики, руководствуясь принципом «разумной экономии», строят систему в условиях ограничений уже имеющимися аппаратными и программными средствами, привычной для организации системой документооборота.

В качестве существенных различий денежных потоков, построенных с учетом этапа дальнейшей эксплуатации системы, выделяем:

- для предприятий, самостоятельно разрабатывающих и внедряющих систему, примерно 50% затрат приходится на этап разработки и внедрения и 50% – на этап дальнейшей эксплуатации (за счет необходимости постоянной доработки уже введенной в эксплуатацию системы, что отмечается выше);

- для предприятий, заказавших разработку и внедрение системы у консалтинговой компании, на этап разработки и первоначального внедрения приходится около 80% затрат, еще примерно 10% приходятся на первые 2 года после введения системы в эксплуатацию, дальнейшие затраты на актуализацию параметров функционирующей системы составляют не более 10%.

На основе того делаем заключение: при самостоятельной разработке и внедрении системы контроля приведенная стоимость реальных затрат (с учетом затрат, связанных с потерями рабочего времени персонала целевого предприятия, вынужденными простоями и сбоями в работе системы на этапе эксплуатации) гораздо выше, чем при реализации аналогичного проекта в рамках сотрудничества с консалтинговой компанией.

На основе изложенного устанавливаем следующие закономерности:

- в краткосрочной перспективе, затраты на самостоятельную разработку и внедрение системы контроля меньше, чем вознаграждение консалтинговых компаний;

- в долгосрочной перспективе сотрудничество с консалтинговыми компаниями более выгодно: при самостоятельной разработке и внедрении велика вероятность провала проекта, а затраты на актуализацию завершённых проектов высоки; проекты, реализуемые с привлечением консалтинговых компаний, в большинстве случаев успешны, а затраты по актуализации ранее внедренной системы невысоки.

На основе изложенного, методом индуктивного умозаключения устанавливается: более эффективным решением в части разработки и внедрения системы оценки эффективности бизнеса является привлечение консалтинговой компании.

Список литературы

1. Браун М. Г. За рамками сбалансированной системы показателей: Как аналитические показатели повышают эффективность управления компанией. М.: Олимп-бизнес, 2012.
2. Щербаков С. А. Бизнес, попавший в шторм. Как победить кризис. СПб.: Питер Пресс, 2016.
3. Зарипова Д. И. Методика внедрения эффективной системы внутреннего контроля на предприятии // Молодой ученый. – 2015. – №3. – С. 421-424.

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СИСТЕМ ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ БИЗНЕСА

Перевозчиков С.Ю.

доцент кафедры «Оценка и управление собственностью», к.э.н.,
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации
(Финуниверситет), Россия, г. Москва

В статье обосновывается необходимость внедрения на предприятиях системы оценки эффективности бизнеса, проводится сравнительный анализ наиболее известных систем оценки эффективности. Функциональность системы ставится в зависимость от состава результирующих показателей, методик их расчета, возможности осуществлять средствами системы прогнозирование результатов по альтернативным сценариям, степени интегрированности системы оценки эффективности в систему документооборота, учета и формирования отчетности. Цель работы – раскрыть объективные преимущества современной системы оценки эффективности бизнеса.

Ключевые слова: предприятие, стоимость, стоимостные показатели, система оценки эффективности бизнеса, KPI, BSC.

В условиях российских экономических реалий (макроэкономическая нестабильность, высокие транзакционные издержки, дефицит квалифицированных кадров, значительные затраты по привлечению заемного капитала и др.) критическое значение для устойчивого функционирования предприятий приобретает наличие гибкой, адаптивной системы оценки эффективности бизнеса (далее – система оценки), позволяющей своевременно подготовить информацию для принятия управленческих решений и осуществить контроль за их реализацией [1, 2].

Сопоставительный анализ известных систем оценки эффективности бизнеса в целом и отдельных управленческих решений позволяет выделить как существенные различия, так и некоторые общие характеристики, позволяющие обосновать выбор той или иной системы.

В общем случае характеристики системы оценки эффективности бизнеса можно разделить на **три группы**:

1. Состав и периодичность расчета результирующих показателей эффективности (бизнеса в целом, отдельного подразделения, конкретной операции);
2. Удобность и трудоемкость функционирования системы (на уровне сбора данных, на уровне формирования результирующих показателей);
3. Затраты на поддержание системы в актуальном состоянии (периодичность, продолжительность, стоимость обслуживания).

Каждая из этих групп имеет свои особенности, влияющие на ценообразование конечной комплексной услуги.

Проанализируем **первую группу** характеристик системы оценки эффективности бизнеса.

Состав и периодичность расчета результирующих показателей эффективности существенно варьируются в зависимости от используемой в систе-

ме модели оценки эффективности. Наибольшее распространение в практической деятельности по оценке эффективности бизнеса как в России, так и за рубежом получили следующие модели:

- учетная модель на основе как абсолютных (выручка, прибыль), так и относительных (доходность активов, доходность собственного капитала) показателей;

- модель остаточной прибыли (RI);
- модель остаточного денежного потока (CFROI) [4];
- модель экономической добавленной стоимости (EVA) [5];
- модель акционерной добавленной стоимости (SVA);
- модель рыночной добавленной стоимости (MVA);
- модель стоимости бизнеса, определенной методами доходного, сравнительного и затратного подходов;
- модель KPI (ключевой показатель результата деятельности¹);
- модель ССП (система сбалансированных показателей).

При этом необходимо отметить, что подавляющее большинство российских предприятий в своей деятельности опираются на учетную модель, что существенно снижает эффективность контроля в долгосрочной перспективе т.к. не позволяет оценить высокорисковые операции при принятии решений стратегического характера.

Периодичность расчета результирующих показателей является одним из важнейших факторов, определяющих функциональность системы. Опираясь на исходные предпосылки разработки и внедрения системы оценки, приходим к выводу, что результирующие показатели используются в основном для управленческих целей и, как таковые, должны не только оперативно обновляться, но и позволять проводить сценарный анализ эффективности альтернативных бизнес-решений, определять их потенциальное воздействие на результаты бизнес-деятельности.

Возможности системы по расчету результирующих показателей не только для бизнеса в целом, но и для произвольно выбранного подразделения являются несомненным плюсом и существенно облегчают управление предприятием со сложной организационной структурой, а также, в случаях использования на предприятии одного из видов внутреннего хозрасчета.

В то же время, внедрение системы в масштабе отдельного подразделения существенно осложнено в силу того, что все используемые модели определения эффективности бизнеса ориентированы на аналитический характер распределения итоговых результатов деятельности предприятия (результаты подразделений определяются как доли от результата всего предприятия) т.е. в их рамках не представляется возможным определить показатели эффективности подразделения, не определив предварительно показатели эффективности бизнеса в целом.

Критическое осмысление изложенного приводит к выводам:

¹ В соответствии со стандартом ISO 9000:2008 термин performance подразумевает как результативность, так и эффективность (результативность – степень достижения запланированных результатов, эффективность – соотношение между достигнутыми результатами и затраченными ресурсами).

- при внедрении системы оценки, бизнес как объект контроля следует рассматривать только в целом (на уровне коммерческой организации, ведущей самостоятельный баланс);
- внедрение системы оценки требует индивидуального подхода к отбору ключевых критериев эффективности;
- наилучшие результаты дает применение моделей определения эффективности бизнеса, основывающихся на категории «стоимость» (стоимостной подход к оценке эффективности бизнеса);
- в рамках проанализированных моделей эффективность бизнеса определяется не только внутренними, но и внешними факторами;
- выбор конкретной модели определения эффективности бизнеса существенно зависит от предполагаемого использования полученных результатов и ограничен доступностью и надежностью исходной информации.

Проанализируем **вторую группу** характеристик системы оценки эффективности бизнеса.

Анализ удобства и трудоемкости функционирования системы как факторов постоянных затрат владельца, проводится на двух уровнях взаимодействия системы с пользователями – на уровне сбора данных и на уровне формирования результирующих показателей.

Уровень сбора данных характеризуется низкой ценой рабочего времени персонала, но потенциально, его значительным расходом. Автоматизация же сбора данных позволяет существенно сократить затраты времени персонала и, таким образом, издержки бизнеса. Удобство интерфейса уровня сбора данных является важным фактором успешного внедрения системы. В противном случае неизбежно возникает пассивное противодействие внедрению системы со стороны рядовых исполнителей.

Уровень формирования результирующих показателей характеризуется высокой ценой и низкими расходами рабочего времени менеджеров среднего и высшего звена. Тщательность проработки интерфейса уровня формирования результирующих показателей оказывает прямое воздействие на уровень удовлетворенности клиента результатами реализации проекта по внедрению системы.

Проанализируем **третью группу** характеристик системы оценки эффективности бизнеса.

Поддержание системы в актуальном состоянии зависят от сложности разработанной системы и волатильности внешнего окружения, а сами работы по актуализации параметров системы наиболее эффективно осуществляются ее разработчиками (специалистами самого предприятия либо консалтинговой компанией). При разработке и внедрении системы оценки эффективности предприятием самостоятельно, возникает дополнительный риск «ключевой фигуры» – риск того, что разработчик уволится из компании и система останется без надлежащей поддержки. При разработке же и поддержке системы консалтинговой компанией, такой риск не характерен.

На основе выявленных выше особенностей системы оценки как конечного продукта, определяем требования к процессам разработки и внедрения последнего:

1. Система оценки должна разрабатываться на основе применения современных теоретических наработок;
2. Разработка должна осуществляться с учетом опыта внедрения аналогичных систем на предприятиях той же отраслевой принадлежности, функционирующих в схожих условиях хозяйствования;
3. Внедрение системы должно производиться в масштабах всего целевого предприятия;
4. Параметры системы должны своевременно актуализироваться в соответствии с изменениями условий хозяйствования и характеристик предприятия.

Анализ каждого из сформулированных требований на предмет возможностей его выполнения силами самого целевого предприятия показывает:

1. Изучение современных теоретических наработок специалистом предприятия требует значительного по сроку отрыва от производства и существенных материальных вложений;
2. Наличие на предприятии работника, обладающего необходимым опытом внедрения систем оценки маловероятно либо ценность такого опыта сомнительна;
3. При разработке системы оценки силами собственных специалистов, процесс разработки и внедрения, как правило, затягивается и реализуется «постепенно» (поэтапно, в рамках отдельных подразделений), что, с учетом особенностей стоимостных показателей эффективности бизнеса, существенно ограничивает функциональность системы. Низкая функциональность системы в совокупности с противодействием ее внедрению¹ приводят к тому, что ожидания владельцев предприятия относительно эффекта от внедрения системы не оправдываются и они отказываются от дальнейшей реализации проекта;
4. С точки зрения экономической целесообразности, для поддержания системы в актуальном состоянии гораздо эффективнее осуществлять мониторинг внешней среды одним – двумя специалистами консалтинговой компании в интересах 20-30 клиентов (эффект масштаба), чем каждому из клиентов тратить на это рабочее время своих специалистов.

Все изложенное выше позволяет сделать заключение: разработка и внедрение системы оценки эффективности бизнеса требует индивидуального подхода, учитывающего специфику бизнеса и его стратегические цели; использование системы оценки эффективности по учетным показателям не обеспечивает надлежащего качества подготовки информации для принятия

¹ Пассивное – обусловлено инертностью служащих, активное – обусловлено частными интересами менеджеров, поскольку внедрение системы неизбежно вскрывает недостатки их работы и часто влечет реструктуризацию бизнеса с сокращением неэффективных участков.

решений и должно быть пересмотрено в пользу индивидуально разработанной системы показателей.

Список литературы

1. Федотова М.А., Мальцев А.С., Тазихина Т.В. Управление стоимостью наукоемкого проекта на этапе проектирования и строительства. Эффективное антикризисное управление, 2015 г. №1. С. 68-89.
2. Гусев А.А. Эффективность бизнеса в стоимостной оценке стратегических решений. М.: Локус Станди, 2012.
3. Аронович С., Благутин М., Комм А., Эвенштайн Б. Система управления эффективностью нового поколения. Вестник McKinsey, №31 (2014), онлайн ресурс <http://vestnikmckinsey.ru/organizational-models-and-management-systems/Sistema-upravleniya-effectivnostiu-novogo-pokoleniya>.
4. Mauboussin Michael J. More Than You Know: Finding Financial Wisdom in Unconventional Places (Updated and Expanded). Columbia Business School Publishing, 2013.
5. Young S. David, Byrne F. Stephen EVA and value – based management: A Practical Guide to Implementation. 2000.

ЭФФЕКТИВНОСТЬ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ БРЕНДА КОМПАНИИ

Пузыня Т.А.

доцент кафедры гуманитарных и социально-экономических дисциплин,
канд. эконом. наук, Великолукская государственная академия
физической культуры и спорта, Россия, г. Великие Луки

Статья посвящена описанию методики оценки экономической эффективности использования бренда компании. Данная методика позволяет комплексно управлять брендами компании и разрабатывать обоснованные корректирующие мероприятия по повышению эффективности использования бренда.

Ключевые слова: бренд, компания, экономическая эффективность, методика, стоимость, креативность, результативность.

Слово «бренд» происходит от английского «brand» и переводится как клеймо. Под брендом принято понимать возникающую в сознании клиента/потребителя характеристику услуги/товара. Сам бренд проявляется через ожидаемые качества товара/услуги, защищенные юридически и принадлежащие данной компании. Поэтому бренд можно рассматривать с нескольких сторон, с одной стороны – это индивидуальные особенности услуги/товара по сравнению с аналогичными или характерные черты самой компании по сравнению с конкурентами, с другой стороны – это визуальные ассоциации, вызываемые у клиента компании, ее конкурентов и представителей общест-венности.

Экономисты советуют компаниям рассчитывать стоимость бренда не только при купле – продаже, но и на протяжении всего жизненного цикла компании рассчитать для того, чтобы [1, С. 82]:

- вовремя обнаружить негативные и позитивные возможные последствия принимаемых стратегических решений;
- обосновать эффективность текущих расходов с точки зрения как краткосрочных, так и долгосрочных результатов;
- принимать правильные решения при планировании и распределении бюджета;
- адекватно оценивать собственный вклад специалистов маркетинга в успехи компании;
- разрабатывать уникальные для каждой компании программы увеличения стоимости бренда вместо концентрации на краткосрочном снижении издержек и увеличении продаж;
- определять справедливую цену при трансферных сделках (франчайзинг, продажа торговых марок);
- оптимально аллокировать бюджет в структуре портфеля брендов;
- разрабатывать более адекватные подходы к учету переменных и даже условно постоянных расходов, связанных с продвижением и маркетингом;
- определять рыночную стоимость бизнеса.

Отсюда следует, что стоимость бренда зависит от следующих факторов: конкурентной среды, ассортиментной политики, квалификации персонала, качества ресурсов, доступности информации, портфеля заказов, размера избыточного дохода.

Поэтому оценить эффективность бренда можно по формуле:

$$\text{Эф бр.} = (\text{Об бр.} - \text{Об до бр.}) \times \text{Н} - \text{Р бр.},$$

где: Эф бр. – экономическая эффективность бренда, тыс. руб.;

Об бр. – среднегодовой оборот в период действия бренда, тыс. руб.;

Об до бр. – среднегодовой оборот до создания бренда, тыс. руб.;

Н – наценка за использование бренда, %;

Р бр. – расходы на создание бренда, тыс. руб.

Объединяя все вышесказанное, можно сделать вывод, что методика оценки экономической эффективности использования бренда компании включает в себя измерение степени распространенности бренда среди конкурентов и покупателей, а также расчет стоимости бренда компании (рисунок). Предлагаемая методика оценки экономической эффективности использования бренда компании позволяет определить дополнительный доход компании от использования бренда, уменьшить риски при вводе инноваций в производство, при незаконном использовании бренда третьими лицами определить величину ущерба, причиненного компании, а также подтвердить юридическую силу бренда.

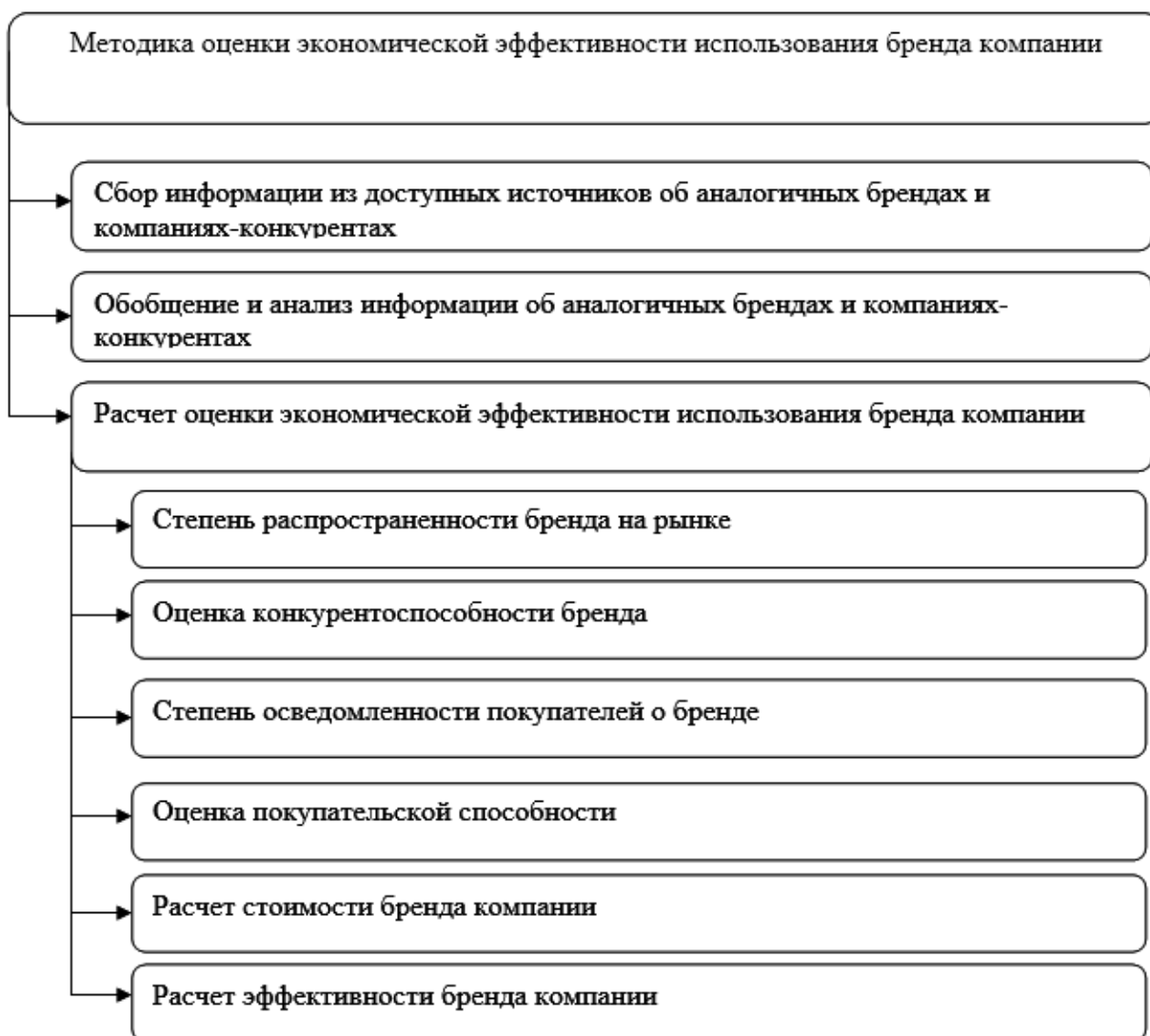


Рис. Методика оценки экономической эффективности использования бренда компании

Также дальнейшего совершенствования требует нормативно-правовая база по учету брендов, что актуально в условиях недобросовестной конкуренции.

Список литературы

1. Шаипова С.А. Формирование рыночной стоимости бизнеса на основе модели управления брендом // Российское предпринимательство. 2008. № 7-2. С. 80-84.

СТАНДАРТЫ ВЕДЕНИЯ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА В ОРГАНИЗАЦИИ

Путинцева В.В.

студентка экономического факультета,
Новосибирский государственный университет экономики и управления,
Россия, г. Новосибирск

Важным аспектом слаженной работы сотрудников бухгалтерии является стандартизация бухгалтерского учета. Система введения конкретизированного перечня внутрен-

них стандартов поможет облегчить работу бухгалтерского аппарата. В связи с тем, что необходимость и порядок разработки и утверждения стандартов экономического субъекта устанавливается им самостоятельно, существует проблема определения набора внутренних стандартов для конкретного субъекта экономической деятельности. В статье предлагается примерный перечень стандартов, который мог бы послужить основой для ведения упорядоченного учета в организации.

Ключевые слова: бухгалтерский аппарат, внутренние стандарты бухгалтерского учета, должностные инструкции, учетная политика, учетные процедуры.

Бухгалтерия – это самостоятельная структурная единица организации. Экономическая стабильность деятельности организации в значительной степени зависит от способа работы в ней бухгалтерского аппарата. Бухгалтерский аппарат – это не только хорошо подобранный и высококвалифицированный персонал, но еще и отлаженная система внутренних стандартов ведения бухгалтерского учета.

Для работы бухгалтерии необходима четкость и слаженность действий ее сотрудников. В настоящее время, наличие стандартов организации, а именно учетной политики – это требование законодательства. Учетная политика организации – это принятая ею совокупность способов ведения бухгалтерского учета: первичного наблюдения, стоимостного измерения, текущей группировки, итогового обобщения фактов хозяйственной деятельности.

В состав локально-нормативных документов организации, помимо учетной политики, могут быть также включены:

- стандарты учета;
- инструкции и регламенты по формированию и заполнению первичных учетных документов;
- регламенты закрытия периода;
- положение о порядке формирования финансовой отчетности и т.п.

Проблема заключается в том, что федеральным законом №402-ФЗ закреплена обязанность экономического субъекта по формированию учетной политики, а конкретизированный перечень внутренних стандартов законом не установлен [1]. Внутренним стандартом бухгалтерского учета называется документ, устанавливающий минимально необходимые требования и допустимые способы ведения бухгалтерского учета [3, с. 248].

Ключевой целью установления внутренних стандартов являются стабильность и прозрачность ведения бухгалтерского учета.

Это также способствует ликвидации противоречий и «белых пятен» в работе бухгалтерии, налаживанию отношений с другими подразделениями предприятия и снижению трудоемкости учетной работы [2].

При изучении литературы по ведению бухгалтерского учета, можно определить три основные группы внутренних стандартов. Прежде всего это стандарты, регламентирующие работу бухгалтерской службы, стандарты, определяющие правила учета отдельных объектов и стандарты проведения учетных процедур.

К первой группе можно отнести положение о бухгалтерской службе, должностные инструкции работников бухгалтерии, руководства по организации бухгалтерского учета и учетную политику.

Положении о бухгалтерской службе содержит в себе описание системы учета, которая установлена на предприятии и ее структуру. Также положение может включать нормативные акты, которыми предприятие руководствуется в своей работе. Основной функцией данного положения является раскрытие функциональных обязанностей, возлагаемых на бухгалтерскую службу. На его основании могут составляться должностные инструкции работников бухгалтерии.

Без грамотно составленных должностных инструкций работников бухгалтерии невозможно эффективное управление персоналом. Для каждого сотрудника должностная инструкция должна быть максимально четко и корректно сформулирована.

Должностная инструкция должна содержать:

- общие положения;
- требования к квалификации;
- должностные обязанности;
- профессиональные навыки и стаж;
- ответственность.

Для осуществления контроля за рациональным использованием ресурсов необходимы стандарты по организации бухгалтерского учета. С их помощью можно упорядочить работу бухгалтерии, и достичь высоких результатов деятельности организации [2].

Следующая группа стандартов раскрывает специфику учета отдельных объектов, в зависимости от рода занятия организации. Данные стандарты необходимо разрабатывать по отдельным видам объектов учета – обязательства, активы, капитал и так далее. К примеру, «Учет основных средств», «Учет нематериальных активов» и другие. Данные стандарты могут содержать общие положения учета, условия и правила признания объектов в учете, а также проводки и примеры бухгалтерских операций.

Стандарты по учетным процедурам могут описывать совокупность действий работников бухгалтерской службы и должностных лиц по обработке первичных документов, их обобщению и детализации, а также систематизации бухгалтерской информации. Основное требование, предъявляемое к учетным процедурам – это рациональность, т.е. минимизация затрат труда и времени при осуществлении тех или иных действий. Стандарты по учетным процедурам помогут соблюдать требования законодательных актов и документов системы нормативного регулирования бухгалтерского учета. К этой группе можно отнести стандарты по составлению первичных учетных документов, их регистрации, стандарты закрытия периода и стандарты по формированию отчетности, в котором нужно установить требования к составу и формам отчетности, и указания по их заполнению, и другие [4].

Таким образом, введение внутренних стандартов бухгалтерского учета, очень важный процесс для каждой организации, который призван повысить эффективность работы бухгалтерской службы. Руководитель организации обязан возложить ведение учета на главного бухгалтера. Вопросами, касающимися стандартизации учета может заниматься либо главный бухгалтер,

либо специально созданное структурное подразделение, можно также прибегнуть к помощи аудиторских компаний, которые смогут разработать и поддерживать стандарты в актуальном состоянии.

Список литературы

1. Федеральный закон от 06.12.2011 г. «О бухгалтерском учете» №402-ФЗ // Доступ из СПС «Консультант плюс» [Электронный ресурс] URL: <http://base.consultant.ru/> (дата обращения 25.11.2015).
2. Введение внутренних стандартов бухгалтерского учета на предприятии [Электронный ресурс] URL: <http://rosinvest.com/page/vvedenie-vnutrennih-standartov-buhgalterskogo-ucheta-na-predpriyatiii> (дата обращения 25.11.2015).
3. Корабельникова Л.С. Повышение качества учетной информации как направление развития бухгалтерского учета // Современные тенденции развития экономики, управления и права: сборник материалов ежегодной международной научной конференции, 26-28 декабря 2012 г., г. Санкт-Петербург / под ред. Т.В.Састамойнен. [Электронный ресурс]. Киров: МЦНИП, 2012. С. 246-250.
4. Минина Н.В. Стандарты и учетная политика экономического субъекта [Электронный ресурс]. URL: <http://www.audit-it.ru/articles/account/basis/a82/572679.html> (дата обращения 20.11.2015).

ОСОБЕННОСТИ УЧЕТА И ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ОСНОВНЫХ СРЕДСТВ В САХАРНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

Ревенкова Е.Ю.

студентка магистратуры,

Государственный университет управления, Россия, г. Москва

Чеботарева З.В.

доцент кафедры бухгалтерского учета, аудита и налогообложения,

Государственный университет управления, Россия, г. Москва

В данной статье рассмотрены главные особенности технологического процесса производства сахара, оказывающие влияние на порядок учета и контроля использования основных средств. Основные средства сгруппированы по переделам и классифицированы по основным видам.

Ключевые слова: учет, контроль основных средств, производство сахара, амортизация, сроке полезного использования.

В организациях сахарной промышленности основные средства определяют технический и технологический уровень, качество и ассортимент выпускаемой продукции [5]. Работа на устаревшем оборудовании, в конечном итоге, приводит к снижению производительности труда, ухудшению качества выпускаемого сахара, снижению прибыли. Поэтому в процессе получения прибыли коммерческих предприятий сахарной промышленности специфика учета и использования основных средств при производстве сахара имеет большое значение.

Первыми кто начал производить сахар были древние индусы и их технология производства распространилась по всему миру. На протяжении столетий технология производства сахара совершенствовалась и на сегодняшний день это полностью автоматизированный процесс, в котором большую роль играют основные средства. Сахарная свекла продукт скоропортящийся и ее сразу перерабатывают после уборки с полей. Это является причиной, по которой месторасположение сахарных заводов жёстко привязано к посевным площадям сахарной свеклы, поскольку перевозка свеклы на сколько-нибудь значительные расстояния экономически неэффективна. В ряде случаев, сахарные заводы имеют собственные посевные площади, расположенные непосредственно вблизи предприятия.

Отходы сахарной промышленности (жом, патока (меласса), фекационная грязь) могут быть использованы как удобрения и как корм для скота.

Сахарные заводы работают сезонно, и только тогда, когда есть урожай сахарной свеклы. В остальное время сахарные заводы не работают, кроме тех, которые производят сахар из сахарного тростника. В связи с этим сезонность является первой особенностью, влияющей на порядок учета и эксплуатации основных средств [7].

Поскольку технология производства сахара включает в себя несколько этапов, то вторая особенность сахарного производства состоит в том, что в производстве сахара применяется попередельная обработка сахарной свеклы. Выделены несколько переделов, на которых эксплуатируются различные виды основных средств для производства сахара (см. таблица) [6].

Таблица

Виды основных средств, эксплуатируемых в процессе производства сахара

Наименование передела	Сущность технологического процесса	Виды (наименование) основных средств
1	2	3
Поставка сахарной свеклы и промежуточное ее складирование	Поставка сахарной свеклы с полей на скорую переработку, во избежание уменьшения количества сахара в случае длительного хранения корнеплодов.	Грузовые автомобили, весы, гидротранспортер, навесы, электро кары.
Очистка и мойка сахарной свеклы	Промывка и первичная обработка сахарной свеклы.	Здание цеха первичной переработки, здание склада промежуточного хранения, здание моечного цеха. Мочечные аппараты, свеклонасосы.
Измельчение и сортировка сахарной свеклы	Измельчение плодов сахарной свеклы в свекольную массу вращающимися ножами. Поступление свекольной массы в цилиндрические цистерны и залив её горячей водой. Отжим и сушка жома на корм скоту. Поступление хвостиков и боя свеклы на хвостикоуловители. Мойка на свекломойке водой из первого водоотделителя черешков, листьев и мелких кусочков свеклы и направление по транспортеру в жомо-хранилище или на корм скоту.	Свеклорезка, здание склада промежуточного хранения, здание для хранения жома (жомохранилище), хвостикоуловители, гидротранспортер, станция подъема свеклы, диффузионные аппараты, вращающиеся ножи, цилиндрические цистерны, водопроводная система, водоотделители, свекломойки, сортировочные устройства.

1	2	3
Концентрация сока	Смешение сока первого отжима с известью и насыщение его CO ₂ , получаемого из сожженного известняка. Выпадение в осадок и свертывание большей части несахаров. Многократное смешение и нагрев полученного сока с известью для получения осадка в виде карбоната кальция после добавления сатурационного газа. Получение из чёрного сока светлой жидкости (несахара отделяются от чистого сахара). Выпаривание и перегонка в варочной установке из сока густого сиропа с содержанием 65-70% сахара. Упарение сиропа и появление кристаллов сахара.	Выпарная установка, шнековый пресс, сушильная установка для жома, фильтры и устройства нагрева, диффузор, водоотделитель.
Кристаллизация	Добавление маточных кристаллов в 55 % сахарный сироп (ульфель) для ускорения кристаллообразования. Перемешивание и охлаждение ульфели. Фильтрование и отделение кристаллов сахара от сиропа в центрифугах. Удаление желтоватой пленки с сахара паром или горячей водой.	Выпарная установка, центрифуги.
Сушка и упаковка сахара	Сушка и упаковка.	Сушильное оборудование. Упаковочное оборудование.

Сахарное производство относится к непрерывно-поточному механизированному производству с высоким уровнем автоматизации основных процессов. По объективным причинам сезонного характера работы часть основных средств сахарных заводов используется в течение года только в определенный период. Тем не менее требуется непрерывный учет и контроль за их ремонтом, модернизацией, реконструкцией [3].

При сезонном использовании амортизируемых объектов основных средств месячные нормы (суммы) амортизационных отчислений рассчитываются исходя из годовой нормы (суммы) амортизационных отчислений, длительности срока эксплуатации объекта в течение года в месяцах и утверждаются комиссией.

Объектами для начисления амортизации являются объекты основных средств, находящиеся в организации на праве собственности [2].

Основные средства для производства сахара включают в себя разное количество машин, оборудования и других видов основных средств. В процессе организации учета и контроля движения основных средств необходима обоснованная классификация объектов основных средств по видам, назначению и характеру участия в сахарном производстве.

Основные средства на сахарном заводе целесообразно систематизировать по следующим группам:

1. Здания (автовесовой, гаражей, складов, контрольной проходной, цехов, сырьевой лаборатории, цеха первичной переработки, складов промежу-

точного хранения, моечного цеха, жомохранилище, здание конторы, здания столовой, здание руководства и бухгалтерии, здание ТЭЦ, здание трансформаторной подстанции, холодильник-подвал).

2. Сооружения и передаточные устройства (водонапорная башня и другое водонапорное оборудование, ворота, дымовая труба, гидротранспортер, артскважина, железная дорога).

3. Машины и оборудование (бункер свеклы, весы, дефекатор, конденсатная установка, механические фильтры, моечный аппарат, насосы, свеклорезка, станки, сульфататор, свеклонасосы, свекломойки, водоотделители, выпарные аппараты, центрифуги, электро кары, хвостикоуловители, станция подъема свеклы, диффузионные аппараты, вращающиеся ножи, цилиндрические цистерны, сортировочные устройства, шнековый пресс, сушильное оборудование, фильтры, устройства нагрева, упаковочное оборудование, компьютеры, ноутбуки, принтеры, сканеры, смеситель, станки токарные, станки точные, сушильный барабан сахара, телефакс, узел учета газа, щиты управления, щиты контроля, трубопроводы).

4. Производственный и хозяйственный инвентарь (весы, водонагреватель, сейф, сканер, столы, диваны, газонокосилка, болгарка, зеркало, кассовый аппарат, кресла, комод, надстройка к столу, сейфы, подставка, радиотелефон, столы, столы журнальные, столы компьютерные, телевизоры, тумбы, телефоны, шкафы).

5. Транспортные средства (автокран, автомобили, прицепы, тракторы, тепловоз).

6. Земельный участок.

7. Прочие (кондиционер, камера холодильная, мебель, стол-мойка).

На сахарном заводе амортизация на все основные средства чаще всего начисляется линейным способом. При сезонном использовании основных средств, в то время, когда основные средства простаивают, производства сахара нет, амортизацию продолжают начислять. При линейном способе годовая сумма амортизационных отчислений определяется исходя из первоначальной стоимости или текущей (восстановительной) стоимости (в случае проведения переоценки) объекта основных средств и нормы амортизации, исчисленной исходя из срока полезного использования объектов основных средств. Другие способы начисления амортизации основных средств, к примеру, способ начисления амортизации пропорционально выпускаемой продукции, также могут применяться для отдельных групп основных средств, в особенности для тех, которые непосредственно связаны с производственным процессом. Выбор способа начисления амортизации определяется самостоятельно руководителем организации и фиксируется в учетной политике [1]. Во время отсутствия производственного процесса основные средства подлежат ремонту, восстановлению и реконструкции. Сезонность производства позволяет осуществить процесс восстановления и ремонта основных средств в то время, когда нет производства сахара [4].

Таким образом, учет и контроль над движением основных средств на сахарных заводах находятся под воздействием отраслевой специфики сахар-

ного производства, а именно двух особенностей: сезонности и попеределельности производства. С учетом выявленных особенностей в целях упорядочения учета и контроля эксплуатации основных средств представляется целесообразным провести систему мероприятий по усилению контроля за интенсивностью использования основных средств в сахарном производстве; по упорядочению учета ремонта, реконструкции и модернизации основных средств; учета времени работы оборудования; учета и контроля расходов по внедрению мероприятий научно-технического прогресса. В результате этого каждое из вышеназванных мероприятий, дополняя друг друга, находятся в прямой или обратной связи между собой, поэтому они могут быть осуществлены или отдельно или комплексно.

Список литературы

1. Касьянова Г. Ю. Амортизация основных средств: бухгалтерская и налоговая : учеб. пособие / Г. Ю. Касьянова. – Ассоциация бухгалтеров, аудиторов и консультантов (АБАК), 2013. – 158 с.
2. Кондраков Н. П. Бухгалтерский (финансовый, управленческий) учет [текст]: учебник / Н. П. Кондраков. – М.: Проспект, 2012. – 504 с.
3. Положение по бухгалтерскому учету «Учет основных средств» (ПБУ 6/01), приказ Минфина РФ от 30.03.01 г, № 26 н (в редакции Приказа Минфина РФ от 24.12.10 г. №186 н).
4. Федеральный закон от 06.12.2011 г. «О бухгалтерском учете» №402-ФЗ.
5. Чеботарева Л.В., Чеботарева З.В. Роль и значение финансового контроля в предотвращении пересортицы товаров, «Вестник университета», ГУУ, № 10 2012 . – 77 с.
6. Экономическая электронная библиотека Vuhcon.com [Электронный ресурс]. Учет основных средств в сахарной промышленности.
7. Электронный журнал Система Главбух, 2013. – 679 с.

РАЗВИТИЕ ХЛОПКОВО-ТЕКСТИЛЬНОГО КЛАСТЕРА В ЮЖНО-КАЗАХСТАНСКОЙ ОБЛАСТИ – РЕАЛИИ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Сарсенова А.Е.

зав. кафедрой «Экономика и управление», к.э.н., доцент,
Таразский инновационно-гуманитарный университет, Казахстан, г. Тараз

Исаков Г.Ж.

доцент кафедры «Менеджмент», к.э.н., доцент,
Таразский государственный университет им. М.Х. Дулати, Казахстан, г. Тараз

Шалкарова Ж.

магистрант специальности «Экономика»,
Таразский инновационно-гуманитарный университет, Казахстан, г. Тараз

В статье рассматриваются реалии и перспективы развития хлопково-текстильного кластера в Южно-казахстанской области. Для развития кластера рассмотрены необходимые ресурсы и источники их финансирования. Проведен SWOT анализ создания и развития СЭЗ «Онтустик», охарактеризованы сильные и слабые стороны развития кластера.

Кратко проанализированы объективные и субъективные причины неудач в реализации и развитии кластерной инициативы.

Ключевые слова: кластер, хлопково-текстильный кластер, специальная экономическая зона, предприятия хлопкоперерабатывающего производства, хлопок.

В настоящее время мировой текстильный рынок характеризуется тем, что производство текстиля перемещается из европейских стран в азиатские, которые обладают дешевой рабочей силой и где расположены потенциальные рынки сбыта. Казахстан имеет все возможности создать мощную текстильную промышленность, если не мирового значения, то обязательно регионального.

АО «Центр маркетинговых и аналитических исследований» совместно с американской консалтинговой компанией «J.E.Austin», привлеченной Правительством Казахстана для отбора конкурентных отраслей экономики и объединения действующих в этих секторах предприятий в кластеры, после изучения и анализа существующих региональных предпосылок, предложило администрации Южно-Казахстанской области проект по созданию хлопково-текстильного кластера.

Казахстанский текстильный кластер был создан в соответствии с постановлением Правительства РК от 25 июня 2005 года № 633 «Об утверждении планов по созданию и развитию пилотных кластеров в приоритетных секторах экономики». Основной целью создания хлопково-текстильного кластера является восстановление промежуточного звена в цепочке добавленных стоимостей хлопково-текстильной отрасли для динамичного развития производства пряжи и тканей, которое на сегодняшний день обладает наибольшим конкурентоспособным потенциалом.

Рентабельность хлопка, подходящие природно-климатические условия являются стимулом расширения посевных площадей и повышения урожайности. Привлечение иностранных инвестиций является одним из приоритетных направлений программы развития СЭЗ «Онтустик», где создаются льготные условия для привлечения отечественных и иностранных инвестиций.

В качестве инструмента реализации задачи по развитию хлопково-текстильного кластера Указом Президента РК от 6 июля 2005 года № 1605 была создана специальная экономическая зона «Онтустик», целью создания которой являются:

- ускоренное развитие региона для активизации вхождения экономики республики в систему мировых хозяйственных связей, создание высокоэффективных, в том числе высокотехнологичных и конкурентоспособных производств, освоение выпуска новых видов продукции, привлечение инвестиций, совершенствование правовых норм рыночных отношений;
- развитие предприятий хлопкоперерабатывающего производства, текстильной и швейной промышленности РК;
- привлечение производителей мировых торговых марок для производства текстильной продукции [1].

В Казахстане хлопчатник выращивается только в Южно-Казахстанской области, так как только здесь имеются необходимые климатические условия для его возделывания: обилие солнечного света, наличие плодородной орошаемой земли, а также поливной воды и трудовых ресурсов [2].

Хлопчатник выращивается в 6 районах и 2 городах из 15 районов и городов области. Основные площади хлопчатника размещены в Мактааральском районе ЮКО, на долю которого приходится от 65 % до 75 % от общеобластных посевов, где сосредоточено свыше 42 % орошаемой пашни области, намного выше обеспеченность водными ресурсами, значительно лучше природные условия выращивания хлопчатника, большая концентрация хлопкоочистительных заводов, площадь, отведенная под хлопчатник, по состоянию на 2010г. составляла 137,2 тыс.га, валовой сбор хлопка-сырца в 2010г. составил 239,8 тыс.тонн [1].

На урожайность хлопчатника оказывают влияние множество факторов: почвенно-климатические условия; рациональный водный режим; используемые механизмы средств борьбы с инфекционными болезнями растений, сорняками и вредителями; комплекс и качество проводимых оросительных работ; уровень, кратность и сбалансированность минерального питания; используемые агрохимические приемы; соблюдение основных требований технологии возделывания, уборки и послеуборочной обработки почвы [2].

В ЮКО действует 23 завода, производящих хлопок – волокно, 12 из них расположены в Мактааральском районе – основной хлопковой зоне ЮКО, остальные – в гг. Шымкенте и Туркестане, в Шардаринском, Сарыагашском, Ордабасинском и Отырарском районах.

Использование среднегодовой мощности достигает 40 – 45 тыс. тонн хлопка-сырца [3, с.10]. Мощности хлопкозаводов загружены лишь на 50-55%, что дает возможность при расширении сырьевой базы без строительства дополнительных перерабатывающих мощностей переработать прирост объемов производства хлопка-сырца.

SWOT анализ создания и развития СЭЗ «Онтустик».

Сильные стороны

1. Стабильность. За последние годы в Казахстане сложилась тенденция роста экономики, укрепления финансовой системы, развития приоритетных отраслей, создана правовая база и условия для безопасного привлечения иностранного капитала, в том числе в текстильную промышленность.

2. Устойчивая национальная валюта.

3. Сырье:

а) Хлопок. Существует обширное предложение хлопка-волокна местного производства, а также в наличии имеется достаточное количество перерабатывающих предприятий с мощностями, способными переработать объемы хлопка-сырца с существующих посевных площадей и даже больше. Существуют неосвоенные посевные площади под засев хлопчатника. В настоящее время более 90 % казахстанского хлопка идет на экспорт.

б) Шерсть и кожа. В последние годы увеличивается производство кожевенного сырья и шерсти всех видов, что связано с увеличением поголовья

животных. Динамика численности поголовья животных в последние годы продолжает сохранять тенденцию роста.

4. Импорт сырья:

а) Импорт хлопка. Хлопок из соседнего Узбекистана, Кыргызстана, Таджикистана, Туркменистана, который имеет стоимостное преимущество приблизительно на 15 % по сравнению с мировыми ценами на хлопок, также может быть потреблен текстильными предприятиями на территории СЭЗ «Онтустик». Цена на хлопок 5 типа 1,1 долларов США за один килограмм. Для сравнения цена за китайский хлопок, схожего качества, около 1,75 долларов США за один килограмм. Ценовое преимущество является огромным плюсом.

Узбекистан, также как и Таджикистан, Туркменистан способны производить хлопок-волокно более ценного качества тонковолокнистый, для производства высоких номеров пряжи.

б) Импорт шелка-сырца из соседних стран: Узбекистана, Таджикистана, Туркменистана.

5. Затраты по электроэнергии. Цена достигает 0,029 долл. США за кВт, при прямом доступе к государственной электроэнергетической системе. Для сравнения: в Китае речь идет о 0,07 долларов США за кВт, в Турции 0,089 долларов США. Цена на природный газ в 0,07 долларов США за кубический метр является одной третьей того, что платят в Турции.

6. Наличие рабочей силы. В Южно-Казахстанской области имеется избыток трудовых ресурсов. Поэтому одной из основных задач является сохранение трудового потенциала, создание новых рабочих мест. Более того, средний уровень заработной платы относительно низок по сравнению с другими регионами Казахстана, хотя в соответствии с общестрановыми тенденциями, он продолжает расти. Затраты на рабочую силу низки, на уровне Восточного побережья Китая. Минимальная заработная плата 0,44 долларов США за час, швейный оператор по 0,8 долларов США и прядильщик/ткач по 1,2 долларов США за час.

7. Железнодорожная сеть. Существующая железнодорожная сеть обеспечивает перевозки в северном направлении, в страны СНГ и в Европу через порты Балтийских государств, в южном направлении к Черному морю. Также возможны грузовые перевозки напрямую в Турцию.

8. Вода. ЮКО, где произрастает хлопчатник богат ресурсами чистой воды, как из речных, так и из подземных источников. Крупная река – Сырдарья (с притоками Келес, Куруккелес, Арысь, Бугунь и др.) пересекает территорию области с юга на северо-запад.

Слабые стороны

1. Спад производства текстильной отрасли. В свое время текстильно-швейная промышленность составляла 35 % ВВП страны. С развалом инфраструктуры доля текстильно-швейной промышленности уменьшилась до 0,5 % от ВВП. Многие предприятия до сих пор работают на устаревшем оборудовании.

2. Длительный период доставки. В виду того, что Казахстан отделен значительным расстоянием от целевых рынков сбыта и от целевых поставщиков оборудования и аксессуаров, страна находится в неблагоприятных условиях по продолжительности сроков доставки. Период доставки до целевых рынков составляет приблизительно 30 дней, за исключением поставок в Турцию, которые могут составить 15 дней.

3. Конкуренция с Узбекистаном. Соседствующий Узбекистан имеет урожай хлопка в 8 раз превышающий уровень в Казахстане. Более того, Узбекистан способен производить некоторые более длинноволокнистые волокна. Также имеются государственные субсидии цен на хлопок для компаний в Узбекистане, которые потребляют хлопок и экспортируют готовую продукцию. А также Узбекистан является конкурентом в производстве шелковых изделий, ковровых изделий. Это создает ситуацию сильной конкуренции.

4. Казахстан не известен. В связи с тем, что объем производства мал и большинство продукции экспортируется в Россию, как текстильная страна, Казахстан слабо известен Европейской индустрии текстиля и одежды.

5. Автомобильные дороги. Автодорожная сеть нуждается в инвестициях для создания эффективного и альтернативного метода транспортировки.

6. Производительность труда. Учитывая, что отрасль оснащена устаревшим оборудованием, присутствует отставание методов производства, низкий уровень производительности, новые предприятия, новейшие технологии должны будут создать условия для роста производительности труда. Это потребует расширенного тренинга и изменения менталитета рабочей силы.

7. Нехватка обученного технического персонала. С приходом в упадок текстильной промышленности значительно сократилось количество квалифицированных специалистов в данной области. Необходимо новое поколение технических специалистов. Технический и инжиниринговый тренинг в текстиле не популярен, так как индустрия слишком мала.

Большой приток новых компаний создаст спрос на обученный персонал, который на начальном этапе будет удовлетворен иностранными специалистами.

8. Маркетинг. Обновленной текстильной промышленности необходимо будет получить навыки в маркетинге и продажах для вхождения на более выгодный Европейский рынок, что потребует времени и усилий. На начальной стадии маркетинг будет вестись силами иностранных специалистов.

Возможности

1. Рост индустрии. Основная возможность для Казахстана создание совершенна новой формы индустрии текстиля и одежды, используя местные поставки хлопка и строя современные передовые предприятия, фабрики.

2. Центральный пункт региона. Существует возможность для области стать центром текстильных технологий в Казахстане. Многие современные предприятия, связанные с текстильной индустрией, такие как Rieter и Benninger уже предложили создать центр по поставке запасных частей в Шымкенте, вместе с высокотехнологичным обеспечением для технического обслуживания.

Угрозы

1. Узбекистан. Существует возможность того, что Узбекистан будет сильно конкурировать за инвестиции из-за рубежа. С другой стороны, Казахстан позволяет частное владение предприятием, тогда как в Узбекистане собственность по большей части государственная.

2. Мировая перенасыщенность в инвестициях в текстиль за последние 5 лет.

3. Возможный рост цен на энергоносители.

4. Финансово-экономический кризис в мире. Во всем мире наблюдается сокращение производственных мощностей и инвестирования.

Таким образом, при затрате немалой суммы бюджетных денег на начатую 6 лет назад по инициативе Президента Н.А. Назарбаева кампанию с участием правительства Казахстана и региональных органов управления под названием «кластерная инициатива», СЭЗ «Онтустик» не смогла функционировать эффективно и Программы развития специальной экономической зоны «Онтустик» на 2007 – 2015 годы на текущий момент не выполнена. Затраченные средства покрыли оплату зарубежных консультантов-экспертов, стоимость проведения конференций, круглых столов по выработке стратегии организации кластеров в агропромышленном комплексе страны.

Естественно, возникают вопросы: почему дело не пошло так, как ожидалось? В чем глубинные причины неудач в массовом развертывании и ускорении столь многообещающего и перспективного направления развития агропромышленного сектора экономики?

Попытаемся кратко проанализировать объективные и субъективные причины неудач в реализации и развитии кластерной инициативы.

В качестве основной объективной причины видится незавершенность процесса формирования устойчивых в организационном и финансовом отношении, достаточно крупных сельскохозяйственных предприятий и хозяйств, которые могли бы довольно успешно конкурировать на внутреннем и внешнем аграрных рынках, которые имели бы необходимые финансовые средства для внедрения инноваций и интеграции. То есть все, чтобы реорганизации этих хозяйств были направлены на восстановление элементарных и традиционных производственных процессов, оформление прав на землепользование и землевладение сельскохозяйственных угодий. Эти процессы и сегодня еще не стабилизировались в массовом масштабе.

К великому сожалению, должную инициативу в интеграции с сельскохозяйственными предприятиями не проявили действующие перерабатывающие сельскохозяйственное сырье промышленные предприятия Казахстана. До сего времени хлопкоперерабатывающие предприятия предпочитают преимущественно экспортировать сырье, нежели его перерабатывать в готовую продукцию [6, с.540]. Вместе с тем, очевидно, что именно перерабатывающие предприятия должны проявить в первую очередь инициативу при создании агропромышленных кластеров и стать организационными центрами их интеграции.

Очевидно, что это является серьезной недоработкой и упущением в аграрной политике правительства и Министерства сельского хозяйства Казахстана.

Также сельские товаропроизводители опасаются, что при вхождении их в состав интегрированного формирования совместно с перерабатывающими и агросервисными предприятиями, они могут лишиться налоговых и других льгот. Более или менее экономически благополучные предприятия не хотят взаимодействовать и тем более объединяться с нерентабельными и закредитованными предприятиями и хозяйствами и тем самым брать на себя их убытки и долговые обязательства. Крепкие в финансово-экономическом отношении предприятия согласятся на объединение и партнерство с такими предприятиями лишь в том случае, если будут твердо уверены, что интеграционный эффект превысит их экономические потери от объединения. Это означает, что при создании объединения встает задача выравнивания и нормализации экономического положения участников интеграции и их объединения как на начальном этапе формирования, так и впоследствии, после выхода на проектный режим работы.

Список литературы

1. Электронный ресурс Новостной портал <http://dknews.kz/klasterizaciya-legkojj-promyshlennosti-kazakhstanamif-ili-realnost.htm>, статья Кластеризация легкой промышленности Казахстана: миф или реальность?
2. Постановление Правительства Республики Казахстан от 21 сентября 2006 года № 895. Утратило силу постановлением Правительства Республики Казахстан от 14 апреля 2010 года N 302 Об утверждении Программы развития специальной экономической зоны "Оңтүстік" на 2007 – 2015 годы.
3. Ажиметова Г.Н. «Перспективы развития сырьевой базы хлопково-текстильной промышленности Казахстана // Евр. сообщество 2010. №4. С. 10-14.
4. Муқанов Д. «Индустриально-инновационное развитие Казахстана: потенциал и механизмы реализации». – Алматы: Дайек-Пресс. – 2004. С. 274.
5. Таласов М.Ж. «Состояние и развитие производственных мощностей хлопкового кластера на юге Казахстана» // Экономика и право Казахстана. – 2008. – №21. С. 54-56.
6. Стиглиц Дж. «Экономика государственного сектора» // Пер. с англ. Г.М. Куланин. М., 1997. 720 с.

ПРОЦЕДУРА ПРОГНОЗИРОВАНИЯ СТРАТЕГИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ ИННОВАЦИОННО- ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ КОМПЛЕКСОВ

Свиридова С.В.

доцент кафедры экономики и управления на предприятии машиностроения,
канд. экон. наук, доцент, Воронежский государственный технический университет, Россия, г. Воронеж

В статье рассматривается характеристика инновационно-производственного комплекса, определяются аспекты их стратегического развития и прогнозирования. Предлагается процедура прогнозирования стратегического развития комплексов, описываются её

этапы и ожидаемые результаты. Определяются перспективные направления развития инновационно-производственных комплексов.

Ключевые слова: стратегия, стратегическое развитие, инновационно-производственный комплекс, прогнозирование, процедура.

В процессе прогнозирования стратегического развития необходимо учитывать современные тенденции развития промышленности, в том числе интеграционные процессы, что требует рассмотрения стратегического развития применительно к функционированию инновационно-производственных комплексов.

Инновационно-производственный комплекс – это совокупность организационно и финансово взаимосвязанных инновационных организаций и производственных предприятий, субъектов инфраструктуры инновационной деятельности, представляющих собой единую экономическую систему, интегрирующую научные, технические, технологические, производственные, финансовые, информационные ресурсы для достижения целей инновационной и производственной деятельности и для совместного эффективного развития на основе удовлетворения потребностей рынка в инновациях [1, 122].

Процедура прогнозирования стратегического развития инновационно-производственного комплекса включает следующие этапы: 1) определение исходных условий прогнозирования инновационного развития; 2) выделение основных направлений прогнозирования; 3) определение цели и задач разработки прогноза инновационного развития; 4) установление ключевых аспектов разработки прогноза стратегического инновационного развития предприятий и комплексов; 5) определение и реализация методов прогнозирования стратегического инновационного развития; 6) описание мероприятий по разработке прогноза стратегического инновационного развития предприятий и комплексов [4, 124].

Методами прогнозирования стратегического инновационного развития предприятий являются: общие методы исследования и прогнозирования (статистический, аналитический, сравнительный, индикативный, экспертных методы исследования); специальные методы прогнозирования (метод территориального планирования, метод прогнозирования стратегического развития, метод оценки инновационной активности, анализ возможностей и угроз инновационного развития); методы визуализации (экономического моделирования, метод мониторинга развития, картографирование).

Мероприятиями по прогнозированию стратегического развития инновационно-производственных комплексов являются следующие: определение стратегических установок инновационного развития, выделение стартовых условий инновационного развития, учёт территориальных особенностей инновационной деятельности, формирование информационной базы исследования инновационной деятельности, сбор аналитических данных для проведения прогнозирования инновационного развития, описание результатов прогнозирования стратегического инновационного развития и применение методов визуализации прогноза.

Можно определить приоритетные направления стратегического развития инновационно-производственных комплексов, а именно [2, 180]:

1. Развитие эффективных форм организации инновационной деятельности: а) развитие технопарков, ИТЦ, ЦТТ, бизнес-инкубаторов; б) развитие индустриальных парков и инвестиционных площадок; в) расширение деятельности и числа региональных инновационных центров, функционирование фондов поддержки предпринимательства, венчурных и гарантийных фондов;

2. Повышение уровня инновационной активности территорий на основе интеграции научно-образовательной и инновационно-технологической деятельности: а) выделение опорных территорий и развитие их инновационной деятельности; б) развитие научно-исследовательских организаций; в) развитие учреждений начального, среднего, высшего профессионального образования; г) развитие инновационно-технологических организаций; д) формирование центров коммерциализации инноваций; е) формирование межрайонных инновационно-производственных комплексов [3, 27];

3. Развитие поддержки инновационной деятельности и малого инновационного бизнеса: а) создание и развитие бизнес-инкубаторов – отраслевых, вузовских, ассоциаций бизнес-инкубаторов; б) формирование центров трансфера инноваций на опорных территориях; в) развитие сети центров и фондов поддержки малого инновационного предпринимательства.

Список литературы

1. Анисимов Ю.П., Шапошникова С.В. (Свиридова С.В.) Процесс формирования и развития инновационно-производственных комплексов // Регион: системы, экономика, управление. 2009. № 3. С. 121-130.

2. Артеменко В.Б. Сущностное содержание и особенности сбалансированного развития инновационно-ориентированных экономических систем // Экономика и предпринимательство. – 2014. – № 1. – Ч. 1. – С. 179-184.

3. Зенина Г.Д. Особенности маркетинга инноваций в научно-технических организациях и на производстве // Инновационный Вестник Регион. – 2008. – № 2. – С. 27-29.

4. Фокина О.М. Развитие проектного финансирования с целью повышения инвестиционной привлекательности социально-значимых инвестиционных проектов / Фокина О.М., Ефремова Н.В. Регион: системы, экономика, управление. – 2010. – Т. 10. – № 3. – С. 120-132.

ВЛИЯНИЕ УЧЕТНОЙ ПОЛИТИКИ ОРГАНИЗАЦИИ НА НАЛОГОВЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА

Сухорукова А.В., Тополова И.С.

студентки 3-го курса факультета мировая экономика и право,
Сибирский государственный университет путей сообщения,
Россия, г. Новосибирск

Научный руководитель – канд. эконом. наук, доцент Байкалова Н.А.

В статье рассматривается учетная политика организации, обеспечивающая выполнение требований налогового законодательства. Приведены основные нормы и правила, которые необходимо учесть в целях оптимизации налогообложения.

Ключевые слова: бухгалтерский учет, налоговый учет, налогообложение, учетная политика.

Совокупность способов и методик ведения бухгалтерского учета фиксируется в учетной политике организации. На сегодняшний день важным моментом в управлении организацией является соответствие применяемой учетной политики налоговому законодательству с учетом поправок введенных с 1 января 2016 г., где особое внимание уделяется основным элементам, к которым относятся налогообложение прибыли и налог на добавочную стоимость.

Особое внимание в целях налогообложения прибыли уделяют признанию доходов и расходов в зависимости от выбранного метода – начисления или кассового ст. 271-273 НК РФ. Однако, необходимо учитывать, что кассовый метод доступен не всем. При выборе данного метода налогоплательщикам следует отслеживать величину выручки от реализации товаров, работ и услуг без учета НДС в среднем за предыдущие четыре квартала, которая не должна превышать 1 млн. р. за каждый квартал.

Следующей проблемой при налогообложении прибыли является отнесение расходов организации к прямым и косвенным. Так, согласно п. 1 ст. 318 НК РФ к прямым расходам, в частности, могут относиться: материальные затраты; оплата труда персонала, участвующего в процессе производства, и начисленные на нее обязательные страховые взносы; суммы начисленной амортизации по основным средствам, используемым в производстве. Перечень прямых расходов для целей налогообложения должен быть отражен в учетной политике, при этом он не может быть произвольным, несмотря на то, что нет положений в гл. 25 НК РФ, которые бы ограничивали налогоплательщика. При решении данного вопроса следует придерживаться требований Письма Федеральной налоговой службы от 24.02.2011 № КЕ-4-3/2952, которое указывает, что расходы, формирующие в налоговом учете стоимость произведенной и реализованной продукции, должны быть обоснованы.

Другой момент, заслуживающий внимания при формировании учетной политики является оценка остатков незавершенного производства. В ст. 319 НК РФ дается понятие незавершенного производства, однако отсутствуют правила его оценки. В этом случае налогоплательщик должен разработать порядок оценки самостоятельно на основании данных первичных учетных документов о движении и об остатках сырья и материалов, готовой продукции по цехам (производствам и прочим производственным подразделениям налогоплательщика) и данных налогового учета о сумме осуществленных в текущем месяце прямых расходов. При разработке порядка оценки незавершенного производства нужно помнить, что его применение должно быть в течение не менее двух налоговых периодов.

При выборе метода начисления амортизации налогоплательщикам необходимо соблюдать требования ст. 259 НК РФ и обращая внимание на то, что на объекты входящие в восьмую-десятую амортизационную группы амортизация начисляется только линейным способом. По объектам других

групп метод определяется самостоятельно и фиксируется в учетной политике, при этом учитывая, что перейти с нелинейного метода на линейный метод можно не чаще одного раза в пять лет.

На оптимизацию налоговых платежей оказывают влияние положения учетной политики как налогового, так и бухгалтерского учета. Налог на имущество организаций является ярким примером. Согласно ст. 375 НК РФ налогооблагаемая база определяется, как среднегодовая стоимость имущества, признаваемого объектом налогообложения. При определении стоимости используют данные бухгалтерского учета. Необходимо обратить внимание на изменения в стоимостной оценке основных средств. В настоящее время под основными средствами понимается часть имущества, используемого в качестве средств труда для производства и реализации товаров (выполнения работ, оказания услуг) или для управления организацией первоначальной стоимостью более 100 000 р. (ст. 257 НК РФ). Следовательно, положения, закрепленные в учетной политике, влияют на сумму начисленной амортизации, на размер остаточной стоимости имущества. Это отражается на величине налога на имущество организаций, и, соответственно, оказывают влияние на величину налога на прибыль.

Таким образом, из выше изложенного, можно сделать вывод, что учетная политика является важнейшим элементом налогового регулирования деятельности организации. Практически все положения, содержащиеся в учетной политике, имеют налоговые последствия и позволяют оптимизировать налоговые платежи.

Список литературы

1. Киселева И.А. Разрабатываем налоговую политику компании // Налоговое планирование. 2010. № 4. С. 17-24.
2. Зарипова Н.Д. Учетная политика организаций как инструмент налогового регулирования // Международный бухгалтерский учет. 2012. № 43. С. 49 – 54.

ВЛИЯНИЕ РАЗВИТИЯ ТЕХНОЛОГИЙ КОММУНИКАЦИИ НА МАРКЕТИНГ

Ткадлец Л.А.

студентка 4-ого курса направления подготовки «Маркетинг в торговой деятельности», Владивостокский государственный университет экономики и сервиса, Россия, г. Владивосток

Безусловно, технологии, как и наука, имеют тенденцию к развитию в современном мире, и, вполне естественно, это не может не сказываться на всех сферах деятельности человечества. В представленной научной статье определяется влияние инновационных технологий на маркетинг. Ведь маркетинг – это такая сфера деятельности, которая мгновенно реагирует на любые изменения, происходящие в мире с целью использования их для получения каких-либо выгод.

Ключевые слова: маркетинг, социальные медиа, social media, рекламная деятельность, рычаги спроса, средства массовой информации, СМИ, CRM-системы (англ. Customer Relationship Management).

Для того чтобы выяснить, каким образом непрерывное развитие технологий коммуникации влияет на маркетинговую сферу, уточним содержание понятия «маркетинг».

«Маркетинг – это набор эффективных современных инструментов, необходимых для функционирования предприятия в условиях высокой конкуренции» [1, с. 6]. Данное определение еще раз подтверждает, что максимальной эффективности от управления маркетинговой деятельностью невозможно добиться без использования современных инструментов.

По существу, управление маркетингом есть управление спросом. Оно направлено на решение задачи воздействия на уровень, временные рамки и структуру спроса таким образом, чтобы организация достигла поставленной цели.

Механизм управления спросом основан на использовании комплекса определенных средств и инструментов. К числу основных двигателей управлением спросом, подвластных предприятию, относятся инструменты (элементы) комплекса маркетинга: качество и свойства продукта, цена продажи продукта и позиция места продажи продукта. Однако также немаловажным рычагом формирования и регулирования потребительского спроса является комплекс маркетинговых коммуникаций предприятия, в структуре которого происходят непрерывные изменения, связанные с развитием технологий коммуникации. Рисунок как раз демонстрирует, какая доля воздействия на потребительский спрос возникает благодаря товарному продвижению [9]. Мы можем видеть, что определенная часть спроса формируется не только классическими видами продвижения, но и такими как интернет-реклама и e-mail рассылка.

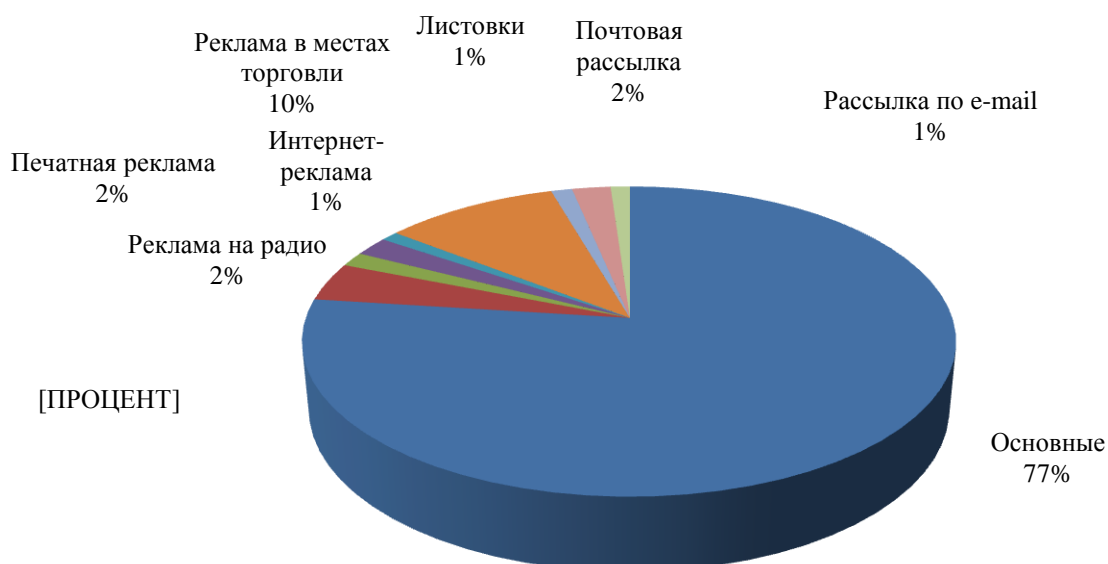


Рис. Рычаги спроса

Появление мобильных устройств связи, портативных компьютеров и планшетов, смартфонов, всё более обширное использование всемирной пау-

тины Интернет, CRM-системы (в пер. с англ. Customer Relationship Management – Управление отношениями с клиентами) и социальные медиа, существенным образом влияют на современный маркетинг. Коммуникации с помощью этих нововведений помогают предприятиям расти и развиваться, находить больше потребителей, позволяют людям быстро найти подробную информацию о них. Таким образом, они полностью меняют способы взаимодействия компаний с их потенциальными клиентами. Эти новые формы коммуникаций практически полностью меняют представление о средствах массовой информации (СМИ) и стратегиях продвижения, которые используют организации.

Рассмотрим несколько конкретных примеров влияния на маркетинг технологий коммуникации.

Прежде всего, поговорим о том, как развитие Интернет, в большой мере повлиявшее на все сферы человеческой деятельности, отразилось на маркетинге. Интернет предоставляет совершенно новый подход к интегрированным маркетинговым коммуникациям (англ. Integrated Marketing Communications). Если в традиционных медиаканалах коммуникация происходит обезличенно, то Всемирная сеть позволяет персонализировать сообщение, отслеживать этап коммуникации с потребителем, применять динамическое ценообразование. Всё чаще можно встретить тематические опросы на популярных сайтах, которые также упрощают сбор данных и увеличивают количество респондентов.

Теперь неотъемлемой функциональной областью современной комплексной информационной системы предприятия становится управление отношениями с клиентами, известное также как CRM или Customer Relationship Management [3]. Концепция CRM предполагает регулярный сбор и анализ информации о каждом клиенте, реальном и потенциальном: как клиент отреагировал на деловое предложение, доволен ли он качеством обслуживания, меняются ли его предпочтения со временем, насколько аккуратно он выполняет взятые на себя обязательства, и в конечном итоге, какой доход предприятию клиент приносит (или мог бы принести).

Отслеживаются все стадии отношений с клиентом. Тщательно улавливаются признаки опасного ухудшения отношений, поскольку, как известно, на конкурентном рынке затраты на привлечение нового клиента на порядок превышают затраты на удержание имеющегося клиента.

Концепция CRM предусматривает гармоничное сочетание формального подхода и индивидуального отношения к каждому клиенту. Но если количество активных клиентов предприятия измеряется в десятках или сотнях, а количество потенциальных клиентов – соответственно в сотнях или тысячах, то полная реализация концепции CRM приведет к накоплению огромных массивов информации, работать с которыми без привлечения специальных средств автоматизации будет просто невозможно.

Функциональные возможности конфигурации CRM позволяют предприятию успешно управлять отношениями с покупателями, поставщиками, смежниками и любыми другими контрагентами.

Рабочая обстановка типичного маркетолога также подверглась изменениям. Теперь исследования гораздо удобнее проводить в Интернет или посредством социальных сетей, таких как Facebook, Twitter, Вконтакте, Instagram и пр. [2, 4, 8].

Именно поэтому Social Media Marketing (SMM) набирает свои обороты. Social Media Marketing – процесс привлечения внимания к бренду или продукту через социальные платформы. Другими словами, это комплекс мероприятий по использованию социальных медиа в качестве каналов для продвижения компаний и решения других бизнес-задач.

SMM-реклама относится к нестандартным методам раскрутки и имеет ряд преимуществ [7].

Во-первых, продвижение в блогах, скрытая реклама в социальных сетях и реклама работают на территории, которую каждый пользователь полагает своим личным пространством, местом доверительных разговоров и проверенной информации «из первых рук». Соответственно, интересные факты даже рекламного характера охотно передаются друзьям и знакомым, процесс приобретает характер геометрической прогрессии: это явление называют вирусным маркетингом, именно так распространяется реклама в контакте.

Во-вторых, реклама в блогах и соцсетях оперативно находит своего читателя или зрителя. Продвижение корпоративного блога включает в себя грамотное создание и поддержание дискуссий, которые позволяют лучше любых соцопросов уловить, насколько заинтересованы ваши потенциальные клиенты в товарах и услугах, направить их мнение в нужное русло, оценить перспективы дальнейшей работы.

И, в-третьих, аудитория в социальных сетях доступна и открыта для новой информации. Пользователи объединяются в группы по интересам, предоставляют всем желающим сведения о себе, чем облегчают работу специалиста по продвижению, позволяя применять такие приемы, как вирусная реклама и скрытый маркетинг.

Плюсы такого метода работы в том, что комментарии, отзывы, пожелания потенциальных клиентов вы можете получать немедленно и, опираясь на эту обратную связь, корректировать политику продвижения [5, 6].

Итак, разобрав несколько конкретных примеров влияния технологического прогресса на маркетинговую деятельность, можно сделать некоторые выводы:

- с появлением доступа ко многим источникам информации и развитию интереса к интерактивным СМИ, теперь потребители могут собрать больше информации о каком-либо продукте самостоятельно.

- при помощи CRM организации могут скоординировать свои сообщения, чтобы построить бренд и развить сильные взаимоотношения с клиентами, также помогая им удовлетворить потребности.

- теперь с высоким технологическим прогрессом, связанным с устройствами связи, маркетологи сегодня сталкиваются с множеством новых возможностей для продвижения, которые нужно уметь использовать.

Какие бы изменения не затронули управление маркетинговой деятельностью в ближайшем и дальнейшем будущем, одно можно определить точно: поведение и привычки потребителей, меняемые под воздействием технологии, глобализации и других трендов, всегда будут задавать направление эволюции маркетинговых функций.

Список источников

1. Кметь, Е.Б., Ким, А.Г. Управление маркетингом [Текст]: учебник / Е.Б. Кметь, А.Г. Ким. – Владивосток: Изд-во ВГУЭС. 2015. – 308 с.
2. Кметь, Е.Б. Методика исследования медиапредпочтений целевой аудитории: полное погружение // Экономика и предпринимательство. 2014. N 12, С. 919-923.
3. Кметь, Е.Б. Маркетинговые коммуникации: учеб. пособ./ Е.Б. Кметь. – Владивосток: Дальрыбвтуз, 2005. – 191 с.
4. Кметь, Е.Б. Выделение поведенческих категорий пользователей социальных сетей как основа разработки контентной стратегии // Практический маркетинг. 2015. № 7 (221). С.9-15.
5. Вебер. Л. Эффективный маркетинг в Интернете. Социальные сети, блоги, Twitter и другие инструменты продвижения в Сети. – М. : Манн, Иванов и Фербер, 2010. – 320 с. – С. 165.
6. Маркетинг и современность: Сборник научных статей к научно- практическому круглому столу на тему: «Инновационные маркетинговые технологии в модернизации российской экономики» от 7 декабря 2010 года /Под общей редакцией С.В. Карповой. – М.: ООО «Эльф ИПР», 2010. – 341 с. – С. 109-116. – Режим доступа: <http://www.fa.ru/chair/mark/research/Documents/Modern.Marketing.2010.pdf>
7. Халилов Д. Маркетинг в социальных сетях. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2013. – 240 с. С. 61-67
8. Мартышенко С.Н., Мартышенко Н.С., Гусев Е.Г. Оптимизация календарного плана реализации программ на основе синергетического подхода // Проблемы теории и практики управления – 2008. – №6. С. 90–97.
9. Boundless. “Impact of Technology on Marketing. «Boundless Marketing». Boundless, 21 Jul. 2015. Retrieved 30 Jan. 2016 from <https://www.boundless.com/marketing/textbooks/boundless-marketing-textbook/the-marketing-environment-3/technology-32/impact-of-technology-on-marketing-170-7298/>

РОЛЬ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО КАПИТАЛА В СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОМ РАЗВИТИИ СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ

Урванцева С.Е.

доцент кафедры экономической теории, канд. экон. наук, доцент,
Московский государственный областной университет, Россия, г. Москва

Опалева О.И.

доцент кафедры экономической теории, канд. экон. наук, доцент,
Московский государственный областной университет, Россия, г. Москва

Статья посвящена важнейшей роли человеческого капитала в развитии экономики современной России. Инвестиции в человеческий капитал (наука, образование, здравоохранение, биотехнологии, информационные технологии) рассматриваются как стратегический фактор экономического роста.

Ключевые слова: человеческий капитал, инвестиции, экономический рост, вклад образования в социально-экономическое развитие.

Начиная с 2015 года, экономика России находится в условиях стагнации. По мнению крупнейшего российского ученого-экономиста академика А.Г. Аганбегяна, «в 2015 году ВВП сократится почти на 4%, инвестиции не менее чем на 6%, промышленность на 4%, строительство на 10%, конечное потребление домашних хозяйств снижается на 9%, розничный товарооборот снижается – на 10%, реальные зарплаты снижаются на 10%. Экономические показатели в рецессии 2015 года снижаются вдвое меньше, чем в кризис 2008-2009 годов. А указанные социальные показатели снижаются в два-три раза сильнее. К тому же впервые после 2005 года стала снижаться рождаемость и расти смертность, чего не было в предшествующий кризис. Единственное, что удалось, – сдержать большой рост безработицы. Она увеличилась только на 0,5 млн. человек, в то время как в кризис 2008-2009 годов – на 2 млн. человек. Зато намного выросла частичная безработица – неполная занятость на производстве. Чтобы выйти из стагнации, надо менять экономическую политику – от политики снижения инвестиций перейти к политике форсированных инвестиций» [1, с.5]. Одной из важнейших составляющих такой политики является изменение структуры экономики в условиях постиндустриального общества – развитие экономики знаний.

«Рост зависит от локомотивов в экономике. Главный локомотив – экономика знаний, инвестиции в человека: наука, образование, информационные технологии, биотехнологии и здравоохранение. Доля экономики знаний в создании валового продукта России – 15%. В свое время в СССР она составляла 20-25%, как в западных странах в тот период, но на Западе эта часть экономики росла в полтора-два раза быстрее ВВП. Сейчас доля экономики знаний в Западной Европе – 35%, в США – 40%, она растет быстрее валового продукта и тянет другие отрасли за собой. На 2/3 наш экономический рост, в конечном счете, зависит от того, что называется «человеческий капитал» в расширенном смысле слова – с учетом состояния тех отраслей, которые я назвал» [1, с.4]. Величина человеческого капитала в России, по оценке Мирового банка, составляет примерно \$200 тыс. на душу или \$30 трлн. на страну. «При этом с учетом наших особенностей (большая территория, много природных богатств) в России весьма низкая доля человеческого капитала в национальном богатстве – 50%, тогда как в США – 78%, в развитых странах, включая Европу – 79%, а во всем мире это 68%. Мы этот человеческий капитал недооцениваем, мы в него не вкладываем, а в последнее время просто сокращаем расходы на здравоохранение, образование, социальную сферу. У нас нечем толкать экономику вперед.... Надо по 8-10% в год наращивать человеческий капитал в России, для чего нужно обеспечить подъем сферы «экономика знаний» [1, с.5, с.8].

Человеческий капитал – это многогранное развивающееся понятие. Важнейшей составляющей человеческого капитала (в широком смысле), которая обеспечивает конкурентоспособность (личности, компании, региона,

экономики страны в целом), является интеллектуальный капитал (образование) [4, с.100]. Теория человеческого капитала (в узком смысле), прежде всего, взаимосвязывает образованность занятого населения (как индивидов, так и на уровне страны) и экономический рост. Результаты исследования, проведенного в РАНХиГС [2, с.38], показали, что в 2009 г., 2011г., 2013г. оценка потенциального вклада образования (на основе оплаты туда выпускников образовательных организаций) в социально-экономическое развитие России по абсолютной величине (всегда была больше величины произведенных бюджетных затрат) растет, однако относительно ВВП она падает (1.99%; 1.62%; 1.48%). Потенциальный вклад может в дальнейшем вырастать за счет повышения квалификации и переподготовки работников, а также и других факторов. Однако процент работников, занятых в российской экономике и участвующих в программах дополнительного образования, является очень низким (13,8% в 2013 г.), что ведет к снижению потенциального вклада образования в развитие России.

Становится очевидным, что возможность интенсивного развития экономики нашей страны, в большой степени, зависит от роста и отдачи инвестиций в человеческий капитал [3, с.20]. В связи с этим необходима стратегическая программа повышения качества системы образования и профессиональной квалификации, чтобы инвестиции в образование давали отдачу на всех уровнях: личности, компании, региона, экономики в целом. В качестве научной основы такой программы, можно использовать ценностно-целевой, стратегический, системный и нравственный подходы, актуальные для подготовки профессионалов в целях развития инновационной экономики современной России [5, с.38]. Их применение рассмотрено на примере экономического образования. Определены некоторые актуальные проблемы российской экономики, которые требуют, на наш взгляд, отражения в профессиональном экономическом образовании:

1. Цели бизнеса и экономическая эффективность предприятия/ организации.
2. Пути повышения экономической эффективности предприятий/организаций.
3. Профессионализм и постоянное обучение как важнейшие инструменты эффективной работы.
4. Профессионализм в области экономических знаний (включая социально-экономическую географию, экономику, финансы, маркетинг, менеджмент и т.д.).
5. Проектное и процессное управление.
6. Оценка профессионализма управления.
7. Проблемы подготовки профессиональных управленцев (экономический аспект).

Список литературы

1. Аганбегян А.Г. Чтобы выйти из стагнации, надо менять экономическую политику // Научно-практическая конференции «Российская экономика и российское бизнес-

образование: пути преодоления кризиса и возможности роста», РАБО. 2015. URL.: <http://www.e-executive.ru/finance/business/1984494> (дата обращения: 14.12.2015 г.)

2. Беляков С.А., Клячко Т.Л. Методология оценки вклада образования в социально-экономическое развитие Российской Федерации и ее субъектов. – М.: Издательский дом «Дело» РАНХиГС, 2015. 60 с.

3. Опалева О.И. Влияние человеческого капитала на модернизацию российской экономики // Вестник Московского государственного областного университета. Серия «Экономика». 2015. №1. С. 19-23.

4. Смирнов В. Т., Сошников И. В., Романчин В. И., Скоблякова И. В. Человеческий капитал: содержание и виды, оценка и стимулирование. – М.: Машиностроение-1, Орел: ОрелГТУ. 2005. Глава III. С. 95-125.

5. Урванцева С.Е. Современное экономическое образование как базовый фактор подготовки профессионалов для инновационной экономики России // Вестник Московского государственного областного университета. Серия «Экономика». 2015. №3. С. 37-44.

РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ОРГАНИЗАЦИИ ВНУТРЕННЕГО КОНТРОЛЯ ДОХОДОВ НА ПРИМЕРЕ ОАО «КУКМОРСКИЙ ЗАВОД МЕТАЛЛОПОСУДЫ»

Шишкина Е.В.

магистр 1 курса, Институт управления, экономики и финансов,
Казанский (Приволжский) федеральный университет, Россия, г. Казань

Система внутреннего контроля рассматривается как одно из перспективных направлений оптимизации работы предприятий. Хозяйственная деятельность любой организации – сложный и многоуровневый процесс, не способный самостоятельно контролировать обоснованность траты ресурсов. Построение системы внутреннего контроля направлено на нивелирование и предотвращение подобных рисков. В статье представлены рекомендации по организации внутреннего контроля на примере предприятия.

Ключевые слова: контроль, учет, внутренний учет, KPI, организационная структура предприятия, внедрение внутреннего контроля.

В современных условиях рыночной конкуренции и преимущественно интенсивных путей развития предприятий чрезвычайно актуальной является организация высококачественной системы внутреннего контроля в компании. На наш взгляд, возросшее значение идеи создания на предприятиях системы внутреннего контроля является следствием, прежде всего, постепенного повышения внимания собственников компаний к оптимальности ведения хозяйственной деятельности менеджментом и рациональности расходования ресурсов на всех уровнях управления предприятия. Зачастую поиск внутренних резервов улучшения финансовых показателей является одним из самых эффективных механизмов укрепления положения компаний на рынке. Внутренний контроль призван обеспечить эффективность и экономичность операций, достоверность финансовой отчетности, соответствие деятельности предприятия действующему законодательству.

Следует отметить, что создание системы внутреннего контроля является в большей степени превентивной мерой в создании внутренних условий

для эффективного осуществления хозяйственной деятельности. Данный факт является преимуществом создания системы внутреннего контроля перед ретроспективным анализом отклонений. Безусловно, анализ отклонений в деятельности организации является необходимым звеном осуществления контроля, однако для минимизации упущенных выгод необходимо подходить к вопросу с перспективной точки зрения [1, с.43] .

В ходе рассмотрения хозяйственной деятельности ОАО «КЗМ» нами было отмечено отсутствие четких механизмов внутреннего контроля операций, связанных с формированием доходов организации. В частности, было выявлено отсутствие ответственных лиц в части обеспечения системы внутреннего контроля на предприятии. Кроме того, мы проанализировали должностные инструкции работников и не обнаружили в них четких положений об ответственности за определенные контрольные действия. Учитывая вышеприведенные факты, мы построили пилотную модель системы внутреннего контроля доходов от обычных видов деятельности.

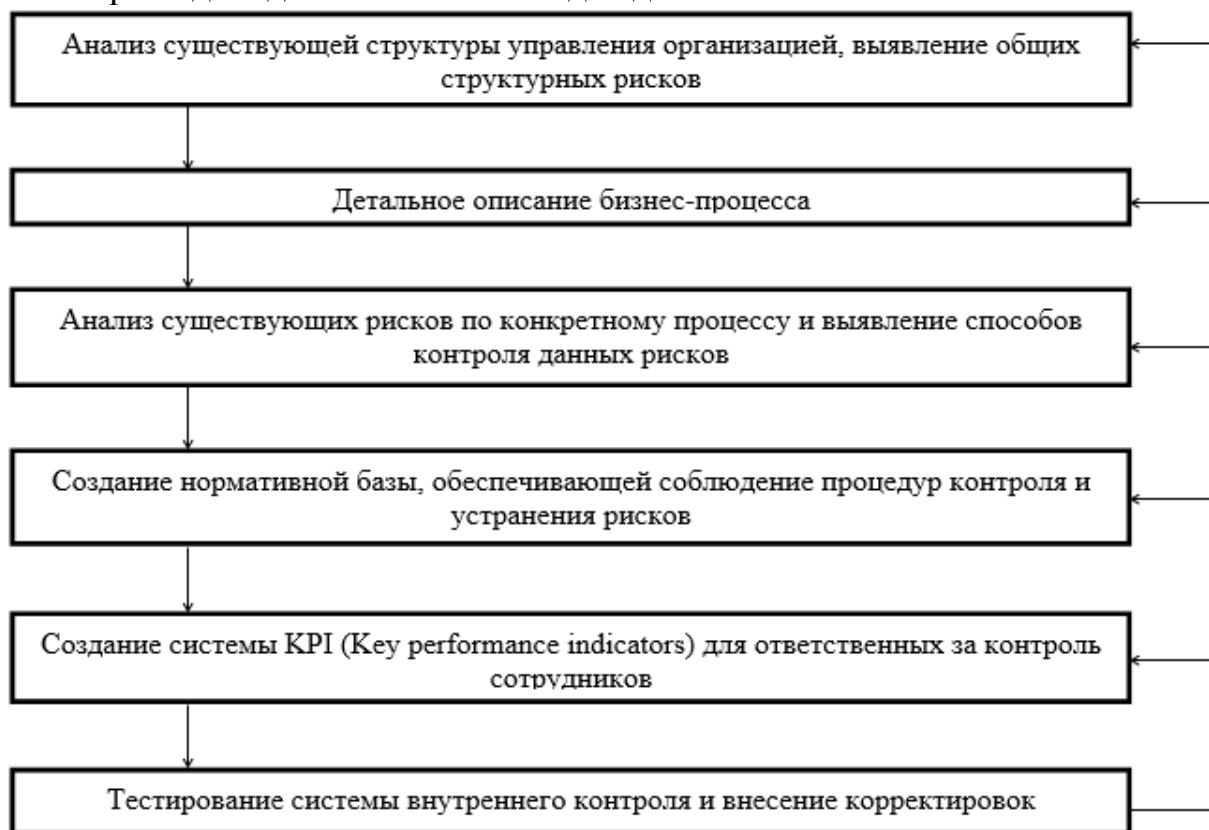


Рис. 1. Схема внедрения системы внутреннего контроля

Проанализировав подходы авторов к внедрению системы внутреннего контроля в организации, мы составили схему из нескольких этапов по созданию в организации системы внутреннего контроля доходов от обычных видов деятельности, отраженную на рис.1.

На первом этапе внедрения имеет смысл рассмотреть наиболее общую схему управления ОАО «КЗМ» (рис. 2.).

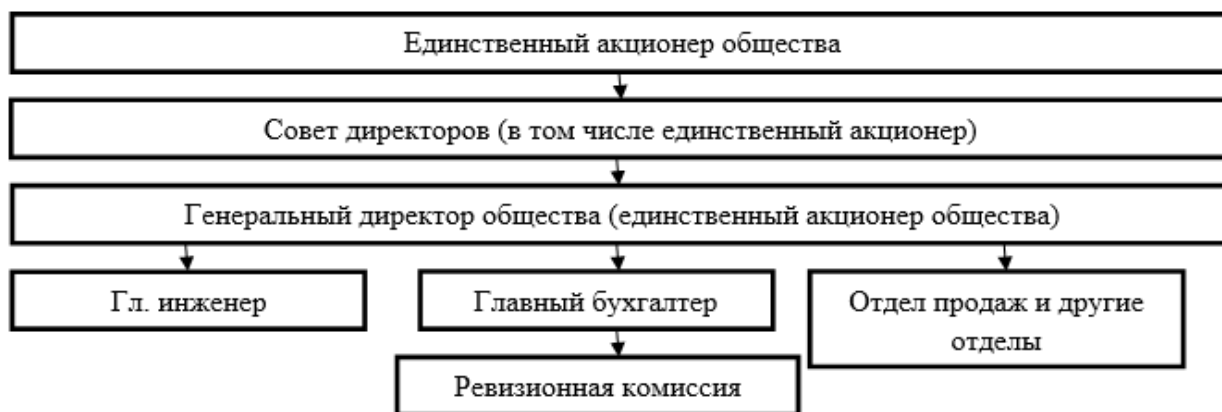


Рис. 2. Организационная структура ОАО «КЗМ»

В структуре управления ОАО «КЗМ» есть ряд особенностей. Во-первых, как во многих компаниях среднего бизнеса, функция владения и управления не разделена, что устраняет риск в части конфликта интересов исполнительного органа (генерального директора). Однако отрицательной стороной данной структуры является то, что ревизионный орган, как и бухгалтерия, подчинен напрямую главному бухгалтеру. В данном звене возникает существенный риск возникновения конфликта интересов у главного бухгалтера предприятия.

В данном случае целесообразно обратиться к материалу о создании эффективной организационной структуры для обеспечения функционирования внутреннего контроля. В частности, Роман Макеев, главный специалист службы внутреннего контроля и аудита ОАО «СУЭК», выделяет три принципа построения эффективной организационной структуры:

- вывести часть контролирующих функций из подчинения генерального директора, обеспечив тем самым независимые источники информации для совета директоров (владельца);
- обеспечить коллегиальное принятие ключевых для компании решений;
- разделить функции исполнения и учета.

Очевидно, в ОАО «КЗМ» не применим первый принцип в чистом виде. Однако, в данной ситуации можно сформулировать его следующим образом: создать контролирующий орган, подчиняющийся напрямую генеральному директору, чтобы обеспечить независимость от главного бухгалтера при контроле доходов организации. Учитывая размер предприятия и масштаб деятельности, рекомендуется создание отдела из 3 человек во главе с начальником службы внутреннего контроля. Следовательно, обновленная структура управления должна выглядеть следующим образом:

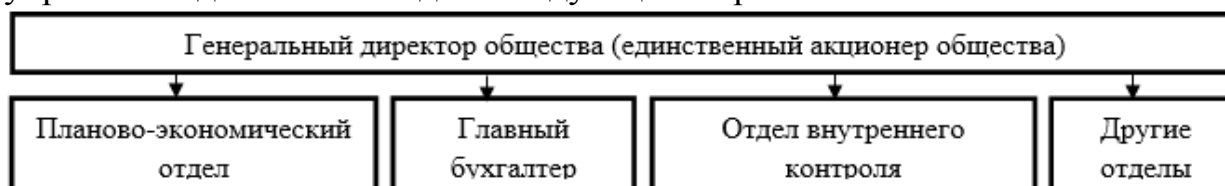


Рис. 3. Предлагаемая организационная структура ОАО «КЗМ»

На следующем этапе внедрения системы внутреннего контроля доходов от обычных видов деятельности необходимо подробно описать бизнес-процесс с момента инициации решения о продаже готовой продукции до момента отражения суммы выручки в учете и получения оплаты от покупателя. Так как создание детального описания процедуры является темой отдельного исследования, опишем процесс в виде этапов, указав ключевые моменты для дальнейшего анализа рисков. Рассмотрим процесс в том виде, в котором мы рекомендуем его организовать на предприятии.

На службу внутреннего контроля также должна быть возложена обязанность по периодическому контролю данного процесса. Контроль должен выполняться выборочно с соблюдением принципа внезапности [1, с.48]. Так как выше приведен процесс в том виде, в котором он учитывает имеющиеся риски, укажем в табличной форме проблемные зоны и способы, которыми данная схема процесса покрывает их (таблица).

Таблица

Покрытие рисков при признании дохода от обычных видов деятельности

Риск	Применимые процедуры	Отделы, участвующие в процессе
Совершение сделок на нерыночных условиях в пользу третьих лиц	Проверка условий договора поставки СВК	СВК, Отдел продаж
Отгрузка продукции ненадежным дебиторам с целью хищения	Проверка соблюдения лимита дебиторской задолженности, проверка контрагентов на предмет риска неуплаты; составление плана отгрузок на квартал.	СВК, Отдел продаж, ПЭО
Отгрузка товара отделом продаж без отражения в учете выручки от продаж	Визирование договора более, чем представителем 1 отдела	Отдел продаж, бухгалтерская служба
Преднамеренный выбор невыгодных для компании условий сделки в части предоставления скидок, коммерческих кредитов и бонусов	Проверка бухгалтерского расчета планово-экономическим отделом	Бухгалтерская служба, ПЭО
Проведение в учете лишних сумм выручки для выполнения целевых показателей по выручке	Сверка реестра отгрузок и карточки счета 90, актов сверки с контрагентами	Бухгалтерская служба, ПЭО
Отражение операций по бонусам и скидкам в неверном периоде	Проверка операций СВК. Отелживание сроков ДЗ отделом продаж.	Отдел продаж, СВК, бухгалтерская служба
Неверное определение момента признания выручки	Сверка реестра отгрузок и карточки счета 90, выгруженной из системы «1С: Предприятие»	Бухгалтерская служба, ПЭО
Сговор различных отделов при исполнении функций	Регулярная и внезапная проверка соблюдения порядка проведения операций СВК	СВК, прочие отделы

Безусловно, внедрение системы внутреннего контроля может быть эффективно лишь при создании соответствующей нормативной базы для исполнения полагающихся процедур. В качестве основных документов могут выступать устав организации и должностные инструкции работников. В уставе мы рекомендуем прописать основные положения системы внутренне-

го контроля, тогда как в должностных инструкциях должны быть подробно описаны обязанности каждого работника по соблюдению порядка проведения операций. Должностные инструкции могут ссылаться на отдельные инструкции, где процессы описаны более подробно. Для того, чтобы должностные инструкции работников соблюдались, необходимо ввести ответственность за несоблюдение правил [2, с.301]. На наш взгляд, наиболее оптимальный метод внедрения системы ответственности – введение ключевых показателей эффективности (KPI), за выполнение которых работникам полагается поощрение. Ключевые показатели эффективности могут быть проранжированы по важности и выражены в условном количественном выражении. От данных показателей могут зависеть бонусы и премии работников.

Таким образом, внедрение изменений в организационную структуру предприятия ОАО «КЗМ», а также в систему взаимодействия различных отделов в процессе признания выручки от продаж, на наш взгляд, должно обеспечить более объективное отражение информации в учете и отчетности. Кроме того, система внутреннего контроля частично способна предотвратить случаи материального и интеллектуального подлога при проведении операций, связанных с получением дохода от обычных видов деятельности. Внедренная система внутреннего контроля позволяет избежать искажения и фальсификации отчетности, которая может быть вызвана отражением выручки без учета скидок, отражением выручки в неправильном отчетном периоде или отражением доходов от фиктивных поставок товара. Безусловно, построение и внедрение модели внутреннего контроля является долгосрочным и трудоемким процессом, однако основные аспекты, описанные выше, на наш взгляд, способны стать моделью основы системы внутреннего контроля отдельного участка учета.

Список литературы

1. Макеев Р. Ключевые вопросы постановки системы внутреннего контроля / Р. Макеев // Финансовый директор. – 2007. – №4. – С. 40-53.
2. Садыкова Т.М. Методология внутреннего контроля и его организация в системе управленческого учета: автореферат диссертации на соискание ученой степени доктора экономических наук: специальность 08.00.12 / Садыкова Тамара Махмуговна [Сарат. соц.-эконом. Ин-т]. – Саратов: Б.и.: 2005. – 498 с.

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ
НАУКИ И ТЕХНОЛОГИЙ

2016 • № 1-10

Периодический научный сборник

*по материалам
X Международной научно-практической конференции
г. Белгород, 31 января 2016 г.*

Подписано в печать 11.02.2016. Гарнитура Times New Roman.
Формат 60×84/16. Усл. п. л. 8,14. Тираж 100 экз. Заказ 34.
ООО «ЭПИЦЕНТР»
308010, г. Белгород, ул. Б.Хмельницкого, 135, офис 1
ИП Ткачева Е.П., 308000, г. Белгород, Народный бульвар, 70а