

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ НАУКИ И ТЕХНОЛОГИЙ

ПЕРИОДИЧЕСКИЙ НАУЧНЫЙ СБОРНИК

ПО МАТЕРИАЛАМ XXII МЕЖДУНАРОДНОЙ
НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКОЙ КОНФЕРЕНЦИИ
Г. БЕЛГОРОД, 31 ЯНВАРЯ 2017 Г.

2017
№ 1-5



АГЕНТСТВО ПЕРСПЕКТИВНЫХ НАУЧНЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ
(АПНИ)

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ НАУКИ И ТЕХНОЛОГИЙ

2017 • № 1, часть 5

Периодический научный сборник

*по материалам
XXII Международной научно-практической конференции
г. Белгород, 31 января 2017 г.*

ISSN 2413-0869

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ НАУКИ И ТЕХНОЛОГИЙ

2017 • № 1-5

Периодический научный сборник

Выходит 12 раз в год

Свидетельство о регистрации средства массовой информации ПИ № ФС 77-65905 от 06 июня 2016 г. выдано Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор)

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 XXII Международной научно-практической конференции «Современные тенденции развития науки и технологий» (г. Белгород, 31 января 2017 г.).

Редакционная коллегия

Духно Н.А., д.ю.н., проф. (Москва); *Васильев Ф.П.*, д.ю.н., доц., чл. Российской академии юридических наук (Москва); *Датий А.В.*, д.м.н. (Москва); *Кондрашихин А.Б.*, д.э.н., к.т.н., проф. (Севастополь); *Котович Т.В.*, доктор искусствоведения, проф. (Витебск); *Креймер В.Д.*, д.м.н., академик РАН (Москва); *Тихомирова Е.И.*, д-р пед. наук, проф., академик МАН, академик РАН, Почётный работник ВПО РФ (Самара); *Алиев З.Г.*, к.с.-х.н., с.н.с., доц. (Баку); *Стариков Н.В.*, к.с.н. (Белгород); *Ткачев А.А.*, к.с.н. (Белгород); *Шановал Ж.А.*, к.с.н. (Белгород)

СОДЕРЖАНИЕ

СЕКЦИЯ «ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ»	6
<i>Абрамова Н.В., Днепровская И.В.</i> КОРПОРАТИВНЫЕ ИНСТИТУТЫ КАК РЕШЕНИЕ ПРОБЛЕМЫ НЕХВАТКИ КВАЛИФИЦИРОВАННЫХ РАБОЧИХ КАДРОВ	6
<i>Андреанова Е.В., Коновалова Л.В.</i> МИГРАЦИОННЫЕ ПРОЦЕССЫ КАК ИНДИКАТОР РАЗВИТИЯ РЕГИОНА (НА ПРИМЕРЕ АРХАНГЕЛЬСКОЙ ОБЛАСТИ).....	8
<i>Андреева М.В.</i> ПРИНЦИПЫ УПРАВЛЕНИЯ ПРОЕКТАМИ КАК ОСНОВА РЕГУЛЯРНОГО МЕНЕДЖМЕНТА.....	10
<i>Батурина А.В.</i> ПРАКТИЧЕСКОЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИНСТРУМЕНТОВ СТРАТЕГИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЕМ.....	13
<i>Бойкова А.В.</i> ИННОВАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ТОРГОВЛЕ	16
<i>Бурыкин А.Д.</i> ВЛИЯНИЕ ФАКТОРОВ ВНЕШНЕЙ И ВНУТРЕННЕЙ СРЕДЫ НА ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ СУДОСТРОИТЕЛЬНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ.....	18
<i>Бурыкин А.Д., Юрченко А.В.</i> ВИДЫ И ФАКТОРЫ НЕОПРЕДЕЛЕННОСТИ БИЗНЕС-СРЕДЫ	21
<i>Бурыкина Н.М., Бурыкин А.Д.</i> НЕОПРЕДЕЛЕННОСТЬ И ЕЕ ПРИЧИНЫ.....	25
<i>Бурыкина Н.М., Морозова А.А.</i> ФАКТОРЫ ВНЕШНЕЙ СРЕДЫ И ИХ ВЛИЯНИЕ НА ЭФФЕКТИВНОСТЬ ОРГАНИЗАЦИИ	27
<i>Волков В.В., Белова Т.В.</i> ОБЩЕСТВА ВЗАИМОПОМОЩИ РЕМЕСЛЕННЫХ РАБОЧИХ В ЕВРОПЕЙСКОЙ РОССИИ ВТОРОЙ ПОЛОВИНЫ XIX в. КАК ФЕНОМЕН ИНФРАСТРУКТУРЫ РЫНКА ТРУДА ПЕРЕХОДНОГО ТИПА.....	29
<i>Волков В.В.</i> РАБОЧАЯ ПОТРЕБИТЕЛЬСКАЯ КООПЕРАЦИЯ В СИСТЕМЕ РЫНКА ТРУДА ЕВРОПЕЙСКОЙ РОССИИ КОНЦА XIX – НАЧАЛА XX в.	33
<i>Гук О.В.</i> ПРОГНОЗИРОВАНИЕ ФАКТОРОВ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ УКРАИНСКОЙ ЭКОНОМИКИ НА ОСНОВЕ МОДЕЛИ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ ...	38
<i>Гукова И.Н., Горбунова Е.И.</i> ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ БАНКОВСКОГО ДЕЛА В РОССИИ	41
<i>Депутатова Е.Ю.</i> АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ КАЧЕСТВА И КУЛЬТУРЫ ОБСЛУЖИВАНИЯ СОВРЕМЕННОГО ПОКУПАТЕЛЯ НА РЫНКЕ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ.....	46
<i>Депутатова Е.Ю., Малых Т.В.</i> СОЦИАЛЬНАЯ РОЛЬ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ В ФОРМИРОВАНИИ ПОКУПАТЕЛЬСКОГО ПОВЕДЕНИЯ	49
<i>Дьякова С.С.</i> СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КОМПАНИИ.....	51
<i>Иваницкая И.И., Сандригайло Л.З.</i> ВЛИЯНИЕ РАЗЛИЧНЫХ ФАКТОРОВ НА ФОРМИРОВАНИЕ ЖЕЛАНИЯ ВЫПУСКНИКОВ СЫКТЫВКАРСКОГО ЛЕСНОГО ИНСТИТУТА РАБОТАТЬ В ЛЕСНОМ КОМПЛЕКСЕ РЕСПУБЛИКИ	55
<i>Иванов Ю.В.</i> ЗАТРАТЫ ВРЕМЕНИ СОТРУДНИКОВ ВЕТЕРИНАРНОЙ ЛАБОРАТОРИИ.....	59
<i>Кириллова С.С.</i> АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ДОСТИЖЕНИЯ ФИНАНСОВОЙ СТАБИЛЬНОСТИ МЕСТНЫХ БЮДЖЕТОВ	61

Кирьянова А.А. ОЦЕНКА ФИНАНСОВОГО СОСТОЯНИЯ НА ОСНОВЕ БУХГАЛТЕРСКОЙ ОТЧЕТНОСТИ ОАО «КРАСНОКАМСКИЙ ЗАВОД МЕТАЛЛИЧЕСКИХ СЕТОК».....	64
Колесникова О.С. ОЦЕНКА НАЛОГОВЫХ ПОТЕРЬ БЮДЖЕТА ОТ ТЕНЕВОЙ ЭКОНОМИКИ В ДЕНЕЖНЫХ ДОХОДАХ НАСЕЛЕНИЯ ЕВРЕЙСКОЙ АВТОНОМНОЙ ОБЛАСТИ	70
Кустова Ю.Ю., Макаренко Е.В. ТРУДОВЫЕ РЕСУРСЫ РОССИИ КАК ФАКТОР ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА	72
Лавин В.Н., Лавина Н.В. ИСТОРИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ СТАНОВЛЕНИЯ В РОССИИ СИСТЕМЫ НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ ТРАНСПОРТНЫХ СРЕДСТВ	77
Магомедов Г.Д., Кахриманова Д.Г. НАПРАВЛЕНИЯ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ФИНАНСОВЫХ РЕСУРСОВ ТОРГОВОГО ПРЕДПРИЯТИЯ И ПУТИ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ.....	88
Малявина А.А., Гребнева М.Е. УЛУЧШЕНИЕ ФИНАНСОВОГО СОСТОЯНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ ПОСРЕДСТВОМ АНАЛИЗА БУХГАЛТЕРСКОЙ ОТЧЕТНОСТИ.....	91
Морозов В.В. МАКРОЭКОНОМИЧЕСКИЕ ТЕНДЕНЦИИ ЕАЭС В ПЕРИОД КРИЗИСА 2014-16 гг.	94
Муракаев И.М., Цыбулевский С.Е. О ПРИМЕНЕНИИ МЕТОДА ДЕКОМПОЗИЦИИ РАННЕ ПОЛУЧЕННЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ НИОКР И ТР ДЛЯ ПОСЛЕДУЮЩЕГО ФОРМИРОВАНИЯ ИЗ НИХ МАТЕРИАЛЬНЫХ И НЕМАТЕРИАЛЬНЫХ АКТИВОВ, ИСПОЛЪЗУЕМЫХ В ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ ВЫСОКОТЕХНОЛОГИЧНЫХ ОТРАСЛЕЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ	97
Нетесова К.А. ИССЛЕДОВАНИЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ ВОРОНЕЖСКОЙ ОБЛАСТИ НА ПРИМЕРЕ АО «ТРИЕР».....	102
Николаева Л.Н., Савина И.С. ИСПОЛЬЗОВАНИЕ КОНЦЕПЦИИ СОЦИАЛЬНО-ЭТИЧЕСКОГО МАРКЕТИНГА В ИНДУСТРИИ МОДЫ	104
Пиль Э.А. ВЛИЯНИЕ КУРСА ВАЛЮТЫ НА ВВП СТРАНЫ.....	109
Плохов С.А. О ВЛИЯНИИ РОСТА ЧИСЛЕННОСТИ НАСЕЛЕНИЯ НА ПОКАЗАТЕЛЬ ВВП.....	115
Помазунова Т.Н., Котова Т.В., Болучевцева А.С. СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МЕТОДИКИ АНАЛИЗА ЗАТРАТ В СФЕРЕ МАГИСТРАЛЬНОГО ГРУЗОВОГО ЖЕЛЕЗНОДОРОЖНОГО ТРАНСПОРТА	118
Радина О.И., Щербачёва Л.Н. ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА ВЫБОР КАНАЛА ПРОДВИЖЕНИЯ МОБИЛЬНЫХ ПРИЛОЖЕНИЙ.....	124
Ромашкин Т.В. РАЗВИТИЕ СИСТЕМЫ ОБРАЗОВАНИЯ: ОПЫТ САРАТОВСКОЙ ОБЛАСТИ	126
Садовой А.В., Поваляева В.А., Лаврищева О.С. ПРИЕМЫ ОБНАРУЖЕНИЯ ФАЛЬСИФИКАЦИИ ВКУСОВЫХ ТОВАРОВ	130
Сахирова Н.П. КЕЙСЫ ПО СТРАХОВОМУ БИЗНЕСУ: ИНТЕРАКТИВНЫЙ ФОРМАТ И СОДЕРЖАНИЕ	132
Сурков А.А. НЕКОТОРЫЕ АСПЕКТЫ ОБЪЕДИНЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ПРОГНОЗОВ	141
Хапенков В.Н. СОЦИАЛЬНАЯ РОЛЬ ДИСТАНЦИОННОЙ ТОРГОВЛИ.....	143

Шаринов Т.Ф., Диденко Д.И., Коннова В.О., Кривоножкина А.А.

ИННОВАЦИОННАЯ ПОЛИТИКА РЕГИОНА В РАЗВИТИИ МАШИНОСТРОЕНИЯ
ОРЕНБУРГСКОЙ ОБЛАСТИ 145

Щербаков В.Н., Акимова Л.В. ПРОМЫШЛЕННЫЙ ПОТЕНЦИАЛ И ЕГО

ИННОВАЦИОННО-ИНВЕСТИЦИОННАЯ ОСНОВА 149

СЕКЦИЯ «ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ»

**КОРПОРАТИВНЫЕ ИНСТИТУТЫ КАК РЕШЕНИЕ ПРОБЛЕМЫ
НЕХВАТКИ КВАЛИФИЦИРОВАННЫХ РАБОЧИХ КАДРОВ*****Абрамова Н.В.***

Волгоградский государственный технический университет,
Россия, г. Волгоград

Днепроvская И.В.

доцент кафедры мировой экономики и экономической теории,
канд. экон. наук, Волгоградский государственный технический университет,
Россия, г. Волгоград

В статье рассматривается проблема нехватки квалифицированных рабочих кадров, представлены основные данные о трудоустройстве выпускников ВУЗов по своей специальности. В качестве решения поставленной проблемы предлагается создание корпоративных институтов.

Ключевые слова: корпоративные институты, рабочие кадры, ВУЗ, повышение квалификации, образование, экономика.

В настоящее время остро стоит проблема трудоустройства выпускников вузов по специальности, что предопределяет необходимость новых подходов и способов организации профессиональной подготовки. На сегодняшний день по данным портала трудоустройства выпускников Министерства образования и науки Российской Федерации – только 77% выпускников ВУЗов трудоустроены.

Проведя анализ данных о трудоустройстве выпускников по своей специальности, было выявлено, что самыми нужными являются медицинские работники, поскольку около 97% выпускников остаются работать по специальности. Специалисты IT заняли вторую позицию с данными 81%. Энергетики на третьем – с 77%. Что же касается гуманитариев и выпускников других направлений – данные разнятся, в среднем остаются работать по специальности около 63-68% всех выпускников.

На наш взгляд решением такой актуальной для нашей страны проблемы, может выступать развитие стратегии корпоративных институтов.

Корпоративные институты – не что иное, как специализированные подразделения, занимающиеся воспитанием менеджеров и сотрудников компании. При этом, цель корпоративного института – не только обучить сотрудника нужным знаниям и навыкам, которые ему пригодятся в работе, а также помочь найти мотивацию, привить единый стиль мышления – основанный на стремлении достижения успеха, как в своей отрасли, так и в других жизненных составляющих.

Знаменитейшим примером, и даже основоположником корпоративного института является Hamburger University, основанный в 1961 г. для подготовки

менеджеров сети McDonald's. В России существуют свои примеры создания корпоративных институтов успешными компаниями – например, Сбербанк или Газпром, а также Корпоративный институт РЖД.

Инфраструктура корпоративного института Сбербанка представлена библио- и медиа-текой, 15 коттеджами и почти 300 номерами, спортивным комплексом с бассейнами и открытыми площадками, двумя ресторанами, спортивным баром и спа-комплексом. Наверное, такому может позавидовать любой государственный университет. Сегментация программ представлена следующим образом:

- 15 уровневых обязательных программ;
- 23 программы развития корпоративных компетенций;
- 23 программы развития профессиональных компетенций;
- 20 специализированных программ по заказу функциональных блоков;
- 3 программы для внешних клиентов.

Эти программы преподают мировые эксперты и лидеры бизнеса, преподаватели ведущих бизнес-школ, члены правления и руководители Сбербанка, а также штатные преподаватели.

Все эти корпоративные институты (Сбербанк, Газпром, РЖД) предоставляют возможность повышения своей квалификации любым удобным способом: очно, заочно, с использованием дистанционных технологий, без отрыва от работы. А также существуют различные по времени курсы – однодневные, годовые или курсы от 2-3х лет. Но самое главное – это ценность предоставляемых знаний и навыков для своих сотрудников-слушателей. Все выпускники данных институтов – востребованные квалифицированные специалисты, причем действительно компетентные, так как обучение проходит только по тем специальностям, в которых нуждается данная компания, предприятие, либо отрасль хозяйства.

Безусловно, создание корпоративных институтов в России – не столь изведанная территория, однако, стоит прислушаться к данной стратегии улучшения образования, и возможно, уже через десять лет ситуация на трудовом рынке изменится. В компаниях и на предприятиях будут трудиться счастливые, запрограммированные на успех, грамотные сотрудники, а выпускники учебных заведений не будут сталкиваться с проблемами нахождения себя на профессиональной арене.

Список литературы

1. История создания корпоративных университетов. Вишневская А., Проскура Е. Бизнес Школа LERNER Журнал "Корпоративные Университеты" №50, 2014. [Электронный ресурс] Режим доступа: http://www.cfin.ru/education/corporate_unis.shtml
2. Кому в России выгодно работать по специальности/ [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://ibusiness.ru/blog/money/41970>
3. Корпоративные институты. Онлайн учебник. [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://uchebnik.online/kurs-mba-biznes/korporativnyie-institutyi-57260.html>
4. Сайт Министерства образования и науки. [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://graduate.edu.ru>

МИГРАЦИОННЫЕ ПРОЦЕССЫ КАК ИНДИКАТОР РАЗВИТИЯ РЕГИОНА (НА ПРИМЕРЕ АРХАНГЕЛЬСКОЙ ОБЛАСТИ)

Андрианова Е.В.

доцент кафедры экономики и предпринимательства, канд. экон. наук, доцент,
Северный (Арктический) федеральный университет имени М.В. Ломоносова,
Россия, г. Архангельск

Коновалова Л.В.

доцент кафедры экономики и управления, канд. экон. наук, доцент,
Северный государственный медицинский университет,
Россия, г. Архангельск

В статье рассматриваются миграционные процессы в северном регионе, так как миграция населения выступает своеобразным индикатором развития области и чутко реагирует на различные социальные и экономические факторы.

Ключевые слова: население, миграция, миграционный прирост, естественная убыль населения.

Миграция – это перемещение людей из одного региона (страны, мира) в другой. В ряде случаев большими группами и на большие расстояния.

В своих работах О.Д. Воробьева определяет миграцию населения, как «любое территориальное перемещение населения, связанное с пересечением как внешних, так и внутренних границ административно-территориальных образований с целью смены постоянного места жительства или временного пребывания на территории для осуществления учебы или трудовой деятельности независимо от того, под преобладающим воздействием каких факторов оно происходит – притягивающих или выталкивающих» [3].

Непрекращающаяся миграция и высокая смертность остаются основными причинами сокращения численности населения Архангельской области. Решающую роль в этом процессе играет миграционная убыль. Значительная часть малых городов Архангельской области на протяжении последних десятилетий «отдает» свое население крупным городам зачастую за пределами самой области.

Следует учитывать, что на миграцию населения влияют различные социальные и экономические факторы, которые могут быть выявлены при более глубоких качественных исследованиях. Наблюдается отток трудоспособного населения в наиболее привлекательные места для переезда. В Северо-Западном ФО это Санкт-Петербург, Ленинградская, Вологодская и Мурманская области (соответственно 34,6%, 16,7%, 19,7%, 12,5%). В Центральном ФО – Московская (26,8%) и Ярославская области (20,4%). Почти 65% мигрантов, выехавших в Южный ФО, выбрали новым местом жительства Краснодарский край.

В конкуренции за рабочую силу изначально оказываются более слабые позиции Архангельской области по сравнению с другими регионами, где более высокий уровень оплаты труда, больше возможности приобрести современные ключевые квалификации, престижную работу.

В основном уезжает молодежь в возрасте 20-29 лет, которая могла бы внести свой вклад в увеличение численного потенциала населения области.

Внутри области люди едут с севера на юг и из села в город. Миграционный прирост для городского населения за счет селян в 2011 году составил 4,5 тыс. человек, в то же время из городских поселений в сельские прибыли 3,7 тыс. человек.

Таблица

**Динамика изменения численности населения
в Архангельской области, включая Ненецкий автономный округ**

Наименование показателя	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Численность населения, тыс. чел.	1224,9	1213,5	1202,3	1191,8	1183,3	1174,1
Городское население, тыс. чел.	927,6	924,6	920,8	911,9	910,8	908,9
Сельское население, тыс. чел.	297,3	288,9	281,5	279,9	279,9	265,2
Миграционный прирост (убыль)	-9347	- 10244	- 9848	-7721	- 8018	-

Из таблицы видно, что общая численность населения Архангельской области с учетом НАО на 1 января 2013 года составляла 1202,3 тыс. человек. По сравнению с показателями на 1 января 2014 года наблюдается тенденция к сокращению населения области. За 2013 год население только по Архангельской области сократилось на 10,7 тыс. человек (на 0,9%); при этом в общей убыли населения 91,5% составил миграционный отток и 8,5% – естественная убыль. Естественная убыль населения за 2013 год составила 910 человек (в 2012 году – 1 296 человек).

Несмотря на общую тенденцию «на выезд», Архангельский Север остается привлекательным для мигрантов из других регионов, но число прибывших в Архангельскую область вдвое меньше числа покинувших её пределы. В 2011 году в Поморье приехали 8,7 тыс. человек, из них 77% – это мужчины и женщины трудоспособного возраста. Более 3 тыс. мигрантов прибыли в столицу Поморья и город корабелов из соседних Мурманской, Вологодской областей и Санкт-Петербурга. Также в качестве нового места жительства гости выбирают – Котлас, Коряжму, Мирный; около 8% – Ненецкий автономный округ.

Приезжают граждане из других стран. Но на долю международной миграции приходится всего лишь 1,7% внешней миграции. Она складывается в основном за счет прибывших на север выходцев из стран СНГ. Основания, по которым люди делают выбор места жительства в пользу Севера – причины семейного характера (43%), работа (28%), учеба (8%). Так наиболее популярными точками расположения и трудоустройства мигрантов на территории Архангельской области стали: Приморск, Северодвинск, Котлас, Архангельск и Плесецк. По гендерному признаку большинство мигрантов – молодые мужчины в возрасте от 18 до 40 лет. По факту прибытия и регистрации в регионе за последние несколько лет граждане Азербайджана занимают

первую строчку в списке (591 чел.), Украины на втором (488 чел.), граждане Узбекистана занимают третью строчку списка (270 чел.), Таджикистана – четвертую (228), далее идет Белоруссия (158 чел.) и Армения (126 чел.). Из-за обострения ситуации на юго-востоке Украины возрос поток граждан Украины в Архангельскую область [2].

Согласно общей статистике миграционных потоков Северо-Западного федерального округа, Архангельская область сильно уступает своим соседям по количеству прибывающих иностранных граждан. Все отмеченные особенности структуры мигрантов влияют на ухудшение возрастной структуры населения Архангельской области. За последние 5 лет число северян трудоспособного возраста сократилось на 81,5 тыс.

Исследуя миграционные процессы в Архангельской области можно сделать вывод, что миграция населения отражает недостаточную привлекательность региона с точки зрения качества жизни, обеспеченности жильем, объектами социальной инфраструктуры. Причины переезда северян это сложные экологические и климатические условия, демографическая ситуация, здоровье населения, неразвитая транспортная инфраструктура, низкий уровень освоенности территории [1].

Список литературы

1. Андрианова Е.В. Оценка уровня и качества жизни населения Архангельской области // Современные тенденции развития науки и технологий. 2016. № 9-4. С. 10-13.
2. База данных Федеральной службы государственной статистики: доклад о результатах и основных направлениях деятельности УФМС России по Архангельской области на 2013 год и плановый период 2014-2016 годы. [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://www.gks.ru/free_doc/new_site/population/trud (дата обращения 0.01.2017 г.).
3. Воробьева О.Д. Миграционные процессы населения вопросы теории и государственной миграционной политики // Проблемы правового регулирования миграционных процессов на территории Российской Федерации / Аналитический сборник Совета Федерации ФС РФ – 2003. – № 9 (202). – С. 35.

ПРИНЦИПЫ УПРАВЛЕНИЯ ПРОЕКТАМИ КАК ОСНОВА РЕГУЛЯРНОГО МЕНЕДЖМЕНТА

Андрианова М.В.

доцент кафедры менеджмента, к.э.н., доцент,
Одинцовский филиал МГИМО МИД России, Россия, г. Одинцово

Статья посвящена анализу возможности и эффективности использования основных принципов управления проектами в качестве основы для регулярного менеджмента с целью повышения качества управленческих решений и эффективности управленческой деятельности в целом. Особое внимание уделяется оценке целесообразности такого подхода в условиях кризисных явлений в экономике.

Ключевые слова: управление проектами, регулярный менеджмент, принципы управления, эффективность управленческой деятельности.

К числу системообразующих ресурсов, используемых в процессе производства, экономическая теория традиционно относит естественные, инвестиционные и трудовые ресурсы. Относительно новым экономическим ресурсом в этом ряду является предпринимательская способность. Учитывая такое свойство экономических ресурсов, как их ограниченность, управление в экономических системах следует рассматривать как рациональное использование экономических ресурсов в процессе производства таким образом, чтобы при минимуме затрат обеспечить получение максимального результата. С этой точки зрения особенную важность приобретает именно предпринимательская способность, вернее, способы ее реализации, которые и определяют эффективность использования ограниченных ресурсов, находящихся в распоряжении предприятия. В качестве одного из таких способов можно рассматривать подход, который принято называть «управление проектами». Это название не отражает в полной мере сущности данного понятия, потому что оно значительно шире, чем просто прикладной инструментарий для управления отдельными проектами, – скорее он представляет собой своеобразную философию управления.

Так, свод знаний по управлению проектами (Project Management Body of Knowledge, PMBoK), который является Американским национальным стандартом, трактует управление проектами как область деятельности, в ходе которой определяются и достигаются четкие цели проекта при балансировании между объемом работ, ресурсами, временем, качеством и рисками. В период кризисных явлений в экономике такой подход к управленческой деятельности является наиболее целесообразным. В сложных условиях затрудняется доступ к по определению ограниченным ресурсам (в первую очередь инвестиционным); начинает доминировать фактор времени – скорость реакции организации на происходящие изменения, а также скорость и качество адаптации к ним становятся определяющими в конкурентной борьбе; нарастает значение гибкости деятельности – как управленческой, так и производственной (под которой подразумевается как материальное, так и нематериальное производство), поэтому деятельность организации превращается по сути в последовательную и/или параллельную реализацию череды однотипных или диверсифицированных проектов. Упорядочить управленческую деятельность в подобных условиях возможно, опираясь на базовые принципы управления проектами. К числу основополагающих принципов можно отнести следующие:

- целенаправленность, конкурентоспособность и экономическая целесообразность – управление проектом всегда направлено на достижение конкретных целей, имеющих тесную связь с эффективностью деятельности и возможностями развития организации в высококонкурентной среде, за счет выбора экономически оптимального способа действий;

- системность, комплексность и выбор лучших практик – проект рассматривается как элемент организационной системы, поэтому учитывается их взаимное влияние и взаимные ограничения, которые они накладывают друг на друга, что и определяет способы реализации проекта в каждом конкретном случае с учетом его специфики;
- приоритетность, гибкость и дифференцированность – необходимость выбора приоритетов в управлении проектом заложена «тройным ограничением», поэтому в каждом конкретном случае приходится фактически разрабатывать специфические стандарты для реализации проекта для обеспечения максимальных результатов;
- обеспечение и ответственность – допустимо приступать к реализации только того проекта, который обеспечен необходимыми ресурсами, доступ к которым имеет четкую и прозрачную связь с ответственностью за их использование.

Таким образом, очевидно, что философия управления проектами представляет собой продуктивную технологию для практического осуществления управленческой деятельности, т.к. позволяет эффективно реализовывать полный цикл менеджмента в условиях современной экономической конъюнктуры. Более того, управление проектами можно трактовать и более широко – как методологию, ориентированную не только на продукт или процессы, но и на улучшение организации в результате реализации проектов за счет использования полученного опыта для развития организации. Такой подход характерен для японского менеджмента и нашел свое воплощение в руководстве по управлению инновационными проектами и программами предприятий (A Guidebook of Project and Program Management for Enterprise Innovation, P2M). Основным преимуществом P2M является выраженный акцент на выработку инноваций как подхода к управлению проектами и управление ожиданиями заинтересованных лиц, т.е. главным в этом подходе к управлению проектами является обязанность менеджера проекта создать ценность (продукт/услугу) в соответствии с целями проекта и миссией организации в целом. Подобный взгляд на управленческую деятельность представляется наиболее перспективным и продуктивным с точки зрения тех условий, в которых функционируют современные российские организации, и создает им наибольшее количество возможностей для развития в долгосрочной перспективе.

Список литературы

1. Грашина М., Дункан В. Основы управления проектами. – СПб.: Питер, 2006. – 208 с.
2. Макконнелл К.Р., Брю С.Л., Флинн Ш.М. Экономикс. – М.: Инфра-М, 2011. – 1010 с.

ПРАКТИЧЕСКОЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИНСТРУМЕНТОВ СТРАТЕГИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЕМ

Батурина А.В.

студентка кафедры корпоративного управления и финансов,
Новосибирский государственный университет экономики
и управления «НИНХ», Россия, г. Новосибирск

В современных условиях нестабильной внешней среды, предприятиям необходимо постоянно проводить анализ окружающей среды, подстраивать стратегию деятельности к текущей ситуации, чтобы оставаться конкурентоспособной компанией. В статье рассмотрены основные методы анализа внешней и внутренней среды, которые помогут реализовать эффективную стратегию управления предприятием. Проведен стратегический анализ ООО «Мастер и К» с помощью инструментов PEST и SWOT-анализа.

Ключевые слова: стратегическое планирование, PEST-анализ, SWOT-анализ.

Современные компании постоянно сталкиваются с проблемами, связанными с нестабильностью рыночной среды, что обязывает предприятия правильно расставлять приоритеты в конкурентных условиях и применять грамотное стратегическое управление.

Стратегическое планирование представляет собой специфический вид планирования на предприятии, с одной стороны содержащий комплекс действий, имеющих целью планирование одной или нескольких стратегий, с другой – как научную дисциплину, создающую методы, подходы, методики планирования стратегии как особого вида плановых документов, с помощью которых организация в будущем будет способна успешно осуществлять свою предпринимательскую деятельность [1, с. 7].

Необходимость применения стратегического управления определяется большим количеством условий. Самым важным из них является интенсивность изменения факторов внешней среды ближнего и дальнего окружения. Так в микроокружении предприятия значительное влияние на него оказывают конкуренты, покупатели и поставщики, которые диктуют свои правила и условия.

В макроокружении значительную роль играют в первую очередь инновационные факторы (НИОКР, НТП и т.д.) [2, с. 360], а также нестабильность государственной экономической политики и форм регулирования финансовой деятельности, изменения конъюнктуры рынка и пр. Все выше перечисленные факторы не позволяют эффективно управлять предприятием на основе традиционных методов управления и накопленного опыта.

На основе обобщения опыта отечественных и зарубежных авторов, можно представить основные методы внутреннего и внешнего анализа предприятия, приведенные в таблице 1.

Таблица 1

Методы анализа внешней и внутренней среды предприятия

Название метода	Характеристика метода
SWOT-анализ	Это метод стратегического планирования, используемый для оценки факторов и явлений, влияющих на проект или предприятие. Все факторы делятся на четыре категории: сильные стороны, слабые стороны, возможности и угрозы. Метод включает определение цели проекта и выявление внутренних и внешних факторов, способствующих её достижению
SNW-анализ	SNW-анализ – анализ внутреннего потенциала фирмы, который проводится с точки зрения влияния среды фирмы на реализацию стратегии её развития. На практике SNW-анализ применяется для более глубокого изучения внутренней среды организации после проведения SWOT-анализа
PEST-анализ	Анализ предназначен для выявления политических, экономических, социальных и технологических аспектов внешней среды, которые могут повлиять на стратегию компании. Важным при проведении PEST – анализа является требование системности стратегического анализ каждой из четырех указанных компонент, так как все эти компоненты тесным и сложным образом взаимосвязаны
Профиль среды	Данный метод удобно применять для составления профиля отдельно макроокружения, непосредственного окружения и внутренней среды. В таблицу профиля среды выписываются отдельные факторы среды. Каждому фактору экспертным образом дается оценка: важности для отрасли по шкале (3-1); влияния на организацию по шкале (3-1).
Матрица угроз и возможностей	Взвешивание фактора осуществляется от +5 (очень положительное) через 0 (нейтральное) к –5 (очень отрицательное). Воздействие фактора – от +15 (сильное воздействие, возможность) через 0 (отсутствие воздействия, нейтральное) к –15 (сильное воздействие, серьезная опасность). Влияние на стратегию компании получают умножением значения веса фактора на важность. Знак полученного результата зависит от отметки угроз или возможностей
Пять сил Портера	Описывает функционирование конкурентной среды в рамках пяти основных конкурентных сил: - угроза выхода на рынок новых компаний; - рыночная власть поставщиков; - рыночная власть покупателей; - угроза появления товаров-заменителей; - конкуренция между существующими компаниями в отрасли

Для проведения стратегического анализа возьмем ООО «Мастер и К» – один из ведущих производителей декоративных профильных изделий МДФ и межкомнатных дверей. Для анализа были выбраны инструменты: PEST-анализ и SWOT-анализ.

Анализ внешней среды предприятия помогает выявить основные факторы и степень их влияния на организацию. А также правильно скорректировать свою стратегию и противостоять угрозам внешней среды. Проанализируем факторы макроокружения ООО «Мастер и К» с помощью PEST-анализа. В таблице 2 приведены четыре группы факторов макроокружения предприятия: экономические, социальные, правовые и технологические. На

основе анализа можно сделать вывод что, отрасль строительно-отделочных материалов была всегда довольно развита, потребность в отечественных производителях возрастает, что открывает для компании новые горизонты.

Таблица 2

PEST-анализ ООО «Мастер и К»

Р (политические факторы)	Е (экономические факторы)
1.Выборы на всех уровнях власти. 2.Изменения законодательства. 3.Поддержка правительством среднего и малого бизнеса. 4.Влияние местных политических факторов.	1.Мировой финансовый кризис. 2.Снижение курса национальной валюты. 3.Снижение уровня инфляции. 4.Рост уровня безработицы. 5.Снижение уровня дохода. 6.Система налогообложения и качество экономического законодательства.
С (социокультурные факторы)	Т (технологические факторы)
1.Улучшение демографической ситуации. 2.Улучшение жизненного уровня населения. 3.Рост уровня образования. 4.Демографическая ситуация в стране. 6.Бренд. репутация компании, имидж технологий.	1.Расширение ассортимента оборудования. 2.Появление новых рекламоносителей (сайт, социальные сети и др.). 3.Технологические инновации. 4.Развитие НТП. 5.Наличие государственной поддержки НИОКР.

Помимо основных факторов макросреды предприятия необходимо также учитывать факторы непосредственного окружения организации. Для анализа ближнего окружения компании используем SWOT-анализ. Все факторы делятся на четыре категории: сильные стороны, слабые стороны, возможности и угрозы. SWOT-анализ компании ООО «Мастер и К» представлен в таблице 3.

Таблица 3

SWOT-анализ компании ООО «Мастер и К»

С (сильные стороны)	W (слабые стороны)
1.Высокая компетентность и квалификация персонала. 2.Высокое качество продукции. 3.Известность торговой марки. 4.Современное оборудование. 5.Гарантийные обязательства по качеству продукции.	1.Высокая себестоимость продукции. 2.Недостаток финансирования. 3.Наличие территориальных конкурентов. 4.Зависимость от курса доллара.
О (возможности)	Т (угрозы)
1.Наличие ресурсов в России. 2.Низкая активность конкурентов: группа компаний «Союз» и ООО «Кроностар».	1.Замедление роста рынка. 2.Появление альтернативных товаров (обои, пластиковые панели, плитка). 3.Появление новых законодательных ограничений по пожарной безопасности. 4.Рост цен на ресурсы. 5.Экспансия европейских и китайских производителей.

Из проведенного анализа можно сделать вывод что, компания развивается стабильно. Для ускорения и усиления процесса работы предприятия необхо-

димо усовершенствовать новые технологии, постоянно исследовать рынок, с целью выявления предпочтений потребителей, предлагать новый ассортимент, новые марки, сохраняя высокое качество продукции, что в дальнейшем поможет обеспечить лидирующее положение в отрасли. Также необходимо постоянно мониторить наличие ресурсов, находящихся в оптимальных границах относительно предприятия. Это поможет ООО «Мастер и К» еще больше расширить свою долю в уже освоенном рынке и выйти на новые.

Список литературы

1. Сироткин С.А., Кельчевская Н.Р. Стратегическое планирование на промышленном предприятии. – Екатеринбург, 2011.
2. Терешкина Н.Е. Оценка эффективности механизмов реализации инновационной стратегии: концептуальный подход // Актуальные вопросы экономики и финансов в условиях современных вызовов российского и мирового хозяйства Материалы II-й Международной научно-практической конференции. 2014. С. 359-362.

ИННОВАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ТОРГОВЛЕ

Бойкова А.В.

магистрант кафедры торговой политики,
Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова,
Россия, г. Москва

В современных условиях широкое распространение получили технологии, связанные с уровнем развития вычислительной техники. В статье рассматриваются автоматизированные технологии, применяемые как в традиционной, так и в электронной торговле.

Ключевые слова: торговля, розничная торговля, инновационные технологии в торговле, дистанционная торговля, электронная торговля.

Развитие информационных технологий в современном мире предопределяет новые тенденции развития всех отраслей экономики, в том числе и торговли. Высокий уровень конкуренции в торговой сфере вынуждает торговые организации изыскивать различные резервы роста эффективности своей хозяйственной деятельности, в том числе с использованием современных технологий.

Развитие торговой сферы во многом связано с процессами интеграции в торговле [6]. Происходит объединение торговых организаций различных форм деятельности, что, в свою очередь, ведет к повышению эффективности совместного использования ресурсов в торговле.

В свою очередь, объединение торговых организаций привело к возрастающей роли нематериальных ресурсов в торговле [3]. Покупательский выбор во многом определяется имиджем, деловой репутацией того или иного магазина. Развитие крупных торговых сетей во многом определило национальный характер имиджа того или иного магазина. Даже вдали от домашнего региона, в туристической поездке, ряд покупателей стремятся покупать товары в известных магазинах.

Большое развитие в современной торговле получили различные инновационные технологии реализации товаров. В настоящее время, в силу влияния процесса интеграции в торговле, ассортимент, а также возможности ценового стимулирования продаж ограничены для многих магазинов. В этой связи большую роль играет оказание дополнительных услуг покупателю. В стандартный пакет услуг обычно входят: доставка товаров (до ближайшего магазина или до дома), упаковка товаров и многие другие.

Тем не менее, в связи с увеличением уровня конкуренции торговым организациям целесообразно выискивать резервы предоставления покупателям более широкого перечня услуг [2]. Высокая роль имиджа в современной торговле обуславливает, в качестве одного из направлений современной торговли, оказание покупателю дополнительных услуг, направленных на повышение удобства совершения покупки. Современные электронные средства могут упростить процесс совершения покупки. Одним из таких направлений является внедрение “умных тележек”. Такие устройства могут подсказывать маршрут покупателю к нужному товару, отслеживать список и сумму покупки, выводить информацию о товаре и многие другие возможности.

Следует отметить, что проблемой многих современных форм торговли является высокий уровень злоупотреблений со стороны покупателей [10]. Касса самообслуживания потенциально может снизить затраты торговой организации, однако необходимость контроля за действиями покупателей приводит к снижению эффективности указанных мероприятий.

В силу особенностей поведения различных покупателей популярность набирают автоматизированные формы торговли. Использование автоматизированных форм торговли также позволяет снизить затраты торговых организаций, улучшить качество обслуживания.

Большое влияние на развитие современной торговли оказывают Интернет-технологии. Если ранее дистанционная торговля применялась в основном в товароснабжении удаленных регионов, выполняя важные социальные функции [5] то сегодня она приобрела новую форму – электронная торговля, которая составляет конкуренцию традиционным формам [4]. Интернет-технологии позволяют охватить большое количество покупателей по разным сегментам, создавая дополнительные удобства покупателям [1,9].

Если ранее электронная торговля подразумевала собой более высокий уровень развития дистанционной торговли, то в настоящее время возможности информационных технологий используются наиболее полно. Это не отменяет того, что в сфере Интернет-торговли также растет уровень конкуренции. Возможности современной техники по идентификации покупателя позволяют определять повторные покупки. Это определяет эффективность таких программ стимулирования, как, например, скидка, которая предоставляется покупателю в ограниченный период, увеличивая лояльность покупателя [7, 8].

В заключение необходимо отметить, что современные технологии позволяют улучшить уровень функционирования как электронной, так и традиционной торговли.

Список литературы

1. Алексина С.Б., Шипилова С.С. Повышение конкурентоспособности в электронной торговле // Современные научные исследования и инновации. 2016. № 2 (58). С. 429-432.
2. Баскаков В.А., Депутатова Е.Ю. Аспекты функционирования современного FCMG-рынка. В сборнике: Наука и образование в современном мире 2016. С. 268-270.
3. Лебедева И.С. Актуальные вопросы эффективной организации бизнеса в розничной торговле // Вестник Российского экономического университета им. Г.В. Плеханова. 2010. № 5. С. 65-72.
4. Лебедева И.С., Шипилова С.С. О конкурентоспособности социально-ориентированных торговых Интернет -проектов. В сборнике: Современные проблемы и тенденции развития экономики и управления. Сборник статей Международной научно - практической конференции: в 3 -х частях. 2016. С. 109-113.
5. Майорова Е.А., Никишин А.Ф. Влияние социальной ответственности на эффективность розничных торговых организаций // Сборник научных трудов SWorld. 2014. Т. 26. № 4. С. 23.
6. Никишин А.Ф., Алексина С.Б. Интеграция электронной и традиционной форм в современной торговле. В сборнике: Современные концепции развития науки Сборник статей Международной научно-практической конференции. 2016. С. 105-108.
7. Nikishin A.F., Ivanov G.G. Stimulation of sales in electronic trading. В сборнике: Humanities and Social Sciences in Europe: Achievements and Perspectives 9th International symposium. 2016. С. 306-308.
8. Никишин А.Ф., Иванов Г.Г. Формирование лояльности покупателей в электронной торговле. В сборнике: Роль инноваций в трансформации современной науки Сборник статей Международной научно-практической конференции. 2016. С. 114-117.
9. Никишин А.Ф., Панкина Т.В., Шипилова С.С. Услуга самовывоза как фактор развития электронной торговли // Проблемы экономики и менеджмента. 2015. № 10 (50). С. 36-39.
10. Zhurkina L.S., Ukhanova Ju.A., Nikishin A.F. Promotional activities in trade and different ways to improve them // Austrian Journal of Humanities and Social Sciences. 2015. № 5-6. С. 157-158.

**ВЛИЯНИЕ ФАКТОРОВ ВНЕШНЕЙ И ВНУТРЕННЕЙ СРЕДЫ
НА ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ СУДОСТРОИТЕЛЬНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ****Бурыкин А.Д.**

профессор кафедры экономики и менеджмента, д-р экон. наук, профессор,
Ярославский филиал ОУП ВО Академия труда и социальных отношений,
Россия, г. Ярославль

В статье рассматриваются факторы внешней и внутренней среды судостроительных предприятий, влияющих на эффективность их деятельности. Особое внимание уделено факторами группы конкурентной позиции, маркетинга, финансового менеджмента, «принципы деятельности».

Ключевые слова: судостроительные предприятия, факторы внешней среды, факторы внутренней среды, фактор маркетинга, фактор финансового менеджмента.

Рассматривая деятельность судостроительных предприятия в рыночной среде и изучая вопросы управления предприятием как сложной системой, необходимо выделить основные группы факторов влияния на данную систему и обуславливающие ее изменения (рис.).

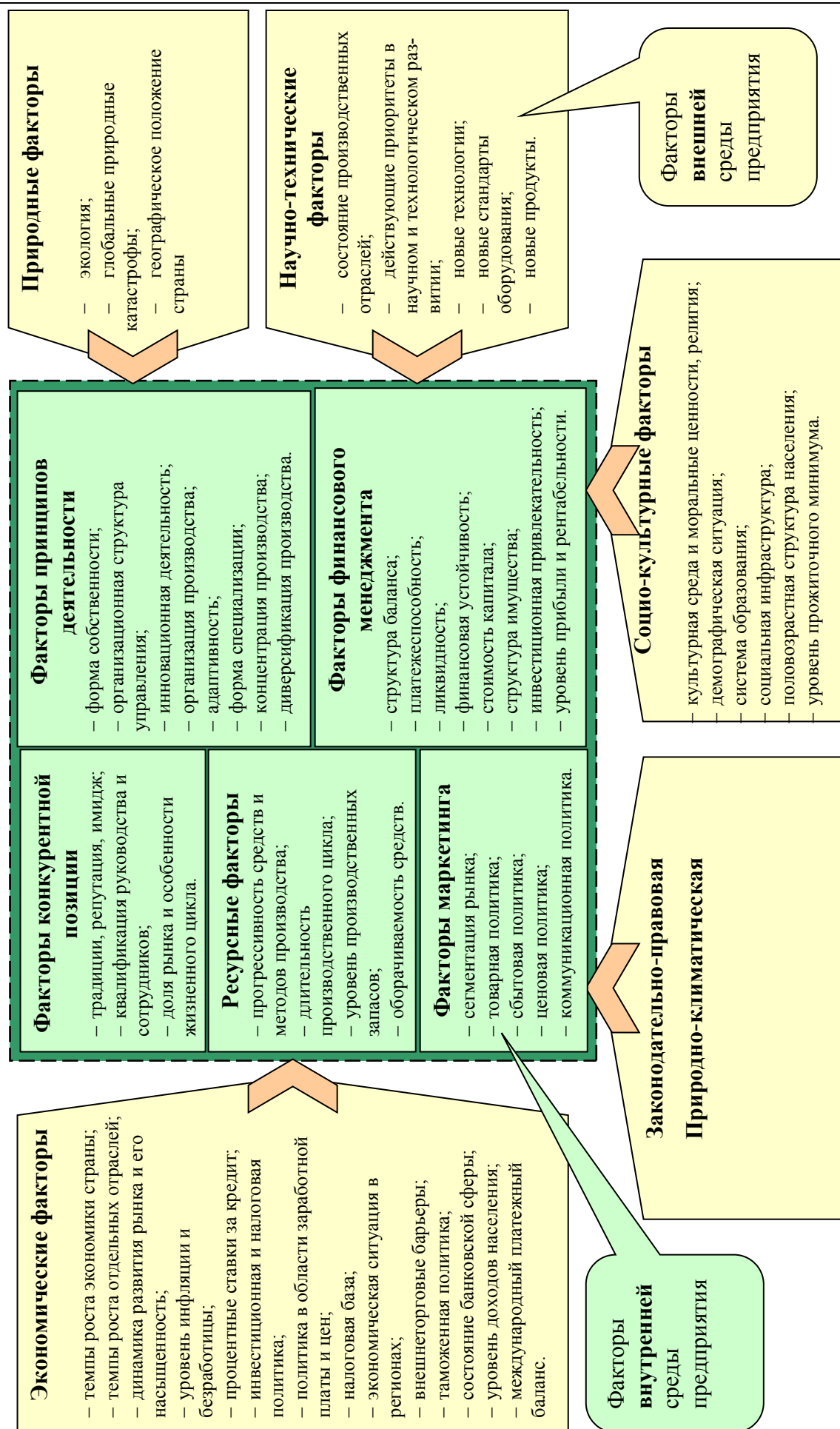


Рис. Факторы воздействия на промышленное предприятие в условиях неопределенности

Примерами факторов конкурентной позиции, негативно воздействующими на деятельность большинства российских судостроительных предприятий, являются историческая ориентированность российских предприятий на военное судостроение, в результате чего российское гражданское судостроение является продукцией не специализированных предприятий, а универсальных, со специфической производственной базой.

Факторами (проблемами) маркетинга являются преимущественная перевозка российских внешнеторговых грузов судами зарубежных перевозчиков: при общей стоимости фрахта более 10 млрд. долл., доля российских компаний не превышает 10%, при характерных для большинства зарубежных стран 50% и более [1, с. 65], производственные мощности российских предприятий судостроения не позволяют строить суда водоизмещением более 80 тыс. тонн, что существенно сужает потенциальные ниши, в которых Россия могла бы быть представлена на мировом рынке; в виду небольшого по мировым меркам объема заказов в сегменте гражданского судостроения, закупки стали со стороны отечественных судостроителей относительно нерегулярны и невелики по объемам и поэтому не могут заинтересовать российские металлургические предприятия так, как внутренние и экспортные поставки для других отраслей (машиностроение, и т.д.) [3, с. 87].

Это зачастую приводит к сбоям и необходимости поиска верфями альтернативных поставщиков. Ситуация усугубляется также неслаженной работой проектных бюро и запаздыванием в формировании закупочных ведомостей.

Факторами группы «принципы деятельности», определяющими характерные особенности российских судостроительных предприятий являются: большая доля участия государства в деятельности судостроительных предприятий; несоответствие масштабов и структуры производства, технического и технологического потенциала российской судостроительной отрасли платежеспособному спросу на внутреннем и внешнем рынке, особенно в сегменте гражданского судостроения [2, с. 84].

В качестве отдельных факторов финансового менеджмента, влияющих на деятельность судостроительных предприятий можно выделить: низкая скорость оборачиваемости средств; проблемы в области привлечения финансовых инвестиционных ресурсов; неликвидная структура имущества.

Таким образом, вырабатывая стратегию развития судостроительных предприятий, необходимо учитывать перечисленные выше факторы внешней среды, влияющих на эффективность деятельности предприятия.

Список литературы

1. Бурыкина Н.М., Бурыкин А.Д. Моделирование процессов управления предприятием // Экономика и управление: проблемы, решения. 2016. № 9. С. 62.
2. Сяский Д.Ю., Бурыкин А.Д. Принятие управленческого решения: синергетический подход // Интернет-журнал Науковедение. 2016. Т.8, № 3. С. 84.
3. Юрченко А.В., Бурыкин А.Д. Моделирование системы управления инновационными процессами на предприятии // Вестник Московского финансово-юридического университета. 2016. № 1. С. 88-98.

ВИДЫ И ФАКТОРЫ НЕОПРЕДЕЛЕННОСТИ БИЗНЕС-СРЕДЫ

Бурыкин А.Д.

профессор кафедры экономики и менеджмента, д-р экон. наук, профессор,
Ярославский филиал ОУП ВО Академия труда и социальных отношений,
Россия, г. Ярославль

Юрченко А.В.

доцент кафедры экономики и менеджмента, канд. воен. наук, доцент,
Ярославский филиал ОУП ВО Академия труда и социальных отношений,
Россия, г. Ярославль

В статье рассматривается неопределенность бизнес-среды, дана классификация в зависимости от источника возникновения и степени управляемости, от масштаба проявления, от основных причин возникновения. Особое внимание уделено взаимосвязи видов и факторов неопределенности в деятельности промышленного предприятия.

Ключевые слова: бизнес-среда, степени управляемости, внутренняя среда, внешняя среда, управляемая неопределенность, неуправляемая неопределенность.

По нашему мнению, неопределенность бизнес-среды может быть классифицирована в зависимости от источника возникновения и степени управляемости, от масштаба проявления и основных причин возникновения [2, с. 84]. С точки зрения информации о внутренней и внешней среде, в которых функционирует предприятие, существует точное и вероятностное знание. В большинстве случаев управленческие решения принимаются преимущественно на основе приблизительных и «поверхностных» оценок, которым соответствует вероятностное знание. Это обусловлено вероятностной природой любых будущих событий. Данный подход базируется на априорной и статистической вероятности. Априорная вероятность определяется общими, заранее заданными принципами, а значит, поддается однозначному измерению. Вероятностные суждения этого типа находятся на том же логическом уровне, что и математические теоремы. Статистическая вероятность определяется лишь эмпирически, она типична для деловой сферы и для её измерения в ряде случаев требуются многочисленные и регулярные наблюдения.

Однако часто решения в сфере бизнеса относятся, как правило, к настолько уникальным ситуациям, что их нельзя подвергнуть статистической группировке для определения примерной вероятности того или иного исхода. В ряде случаев понятие объективно измеримой вероятности для деловой сферы неприменимо. Проблема возникает из-за того, что на практике мы оцениваем обоснованность или надежность наших мнений, причем такая оценка по форме сходна с вероятностным суждением. Именно эта истинная неопределенность придает экономической организации характерную форму «предприятия» и объясняет существование специфического дохода предпринимателя [1, с. 67].



Рис. Взаимосвязь видов и факторов неопределенности в деятельности промышленного предприятия

Поэтому выделяется еще одна вероятность: «вероятность – оценки», особенность которой состоит в том, что здесь не существует никакого обоснованного критерия для классификации случаев. Именно этот третий тип вероятности и есть истинная неопределённость. Основное отличие данного типа от статистической вероятности заключается в том, что своей собственной оценке значения своего собственного суждения лицо придаёт гораздо больший вес, чем какому-либо другому виду расчёта. При этом в силу вступает элемент субъективного ощущения, уверенности, испытываемое субъектом, когда он принимает решения и делает тем самым предсказание событий.

С точки зрения управления промышленным предприятием, особый интерес представляет деление неопределенности на: управляемую и неуправляемую. Управляемой является неопределенность, на которую предприятие может воздействовать [3, с. 92]. С точки зрения анализа взаимосвязи различных факторов, влияющих на деятельность промышленного предприятия, и различных видов неопределенностей наиболее удобно использовать классификацию в зависимости от среды проявления неопределенности (см. рисунок). Как видно из рисунка, внешние факторы порождают различные виды неопределенности. При этом возможность управленческих воздействий на данные факторы, как и на обусловленную ими неопределенность, у предприятия практически отсутствует. В данном случае у предприятия, есть возможность только ее измерить и попытаться минимизировать возможные отрицательные воздействия на свою деятельность.

Таблица

Ключ к рисунку

Обозначение	Ключ
1	2
	Внешние факторы
1.	Природные факторы
1.1	– экология;
1.2	– глобальные природные катастрофы;
1.3	– географическое положение страны
2.	Научно-технические факторы
2.1	– состояние производственных отраслей;
2.2	– действующие приоритеты в научном и технологическом развитии;
2.3	– новые технологии;
2.4	– новые стандарты оборудования;
2.5	– новые продукты.
3.	Социо-культурные факторы
3.1	– культурная среда и моральные ценности, религия;
3.2	– демографическая ситуация;
3.3	– система образования;
3.4	– социальная инфраструктура;
3.5	– половозрастная структура населения;
3.6	– уровень прожиточного минимума
4.	Политико-правовые факторы
4.1	– политическая ситуация в стране и стабильность;
4.2	– лояльность властей;
4.3	– протекционизм в отраслях;
4.4	– наличие административных барьеров;
4.5	– система охраны собственности;

Окончание табл.

1	2
4.6	– политические международные связи;
4.7	– действующее законодательство.
5.	Экономические факторы
5.1	– темпы роста экономики страны;
5.2	– темпы роста отдельных отраслей;
5.3	– динамика развития рынка и его насыщенность;
5.4	– уровень инфляции и безработицы;
5.5	– процентные ставки за кредит;
5.6	– инвестиционная и налоговая политика;
5.7	– политика в области заработной платы и цен;
5.8	– налоговая база;
5.9	– экономическая ситуация в регионах;
5.10	– внешнеторговые барьеры;
5.11	– таможенная политика;
5.12	– состояние банковской сферы;
5.13	– уровень доходов населения;
5.14	– международный платежный баланс.
	Внутренние факторы
6.	Факторы конкурентной позиции
6.1	– традиции, репутация, имидж;
6.2	– квалификация руководства и сотрудников;
6.3	– доля рынка и особенности жизненного цикла.
7.	Ресурсные факторы
7.1	– прогрессивность средств и методов производства;
7.2	– длительность производственного цикла;
7.3	– уровень производственных запасов;
7.4	– оборачиваемость средств.
8.	Факторы маркетинга
8.1	– сегментация рынка;
8.2	– товарная политика;
8.3	– сбытовая политика;
8.4	– ценовая политика;
8.5	– коммуникационная политика.
9.	Факторы принципов деятельности
9.1	– форма собственности;
9.2	– организационная структура управления;
9.3	– инновационная деятельность;
9.4	– организация производства;
9.5	– адаптивность;
9.6	– форма специализации;
9.7	– концентрация производства;
9.8	– диверсификация производства.
10.	Факторы финансового менеджмента
10.1	– структура баланса;
10.2	– платежеспособность;
10.3	– ликвидность;
10.4	– финансовая устойчивость;
10.5	– стоимость капитала;
10.6	– структура имущества;
10.7	– инвестиционная привлекательность;
10.8	– уровень прибыли и рентабельности.

Список литературы

1. Бурыкин А.Д., Бурыкина Н.М. Моделирование процессов управления предприятием// Экономика и управление: проблемы, решения. 2016. № 9. С. 62-69.
2. Сяський Д.Ю., Бурыкин А.Д. Принятие управленческого решения: синергетический подход//Интернет-журнал Науковедение. 2016. Т. 8, № 3 (34). С. 84.
3. Юрченко А.В., Бурыкин А.Д. Моделирование системы управления инновационными процессами на предприятии// Вестник Московского финансово-юридического университета. 2016. № 1. С. 88-98.

НЕОПРЕДЕЛЕННОСТЬ И ЕЕ ПРИЧИНЫ***Бурыкина Н.М.***

доцент кафедры олигофренопедагогики, канд. пед. наук, доцент,
Ярославский государственный педагогический университет им. К.Д. Ушинского,
Россия, г. Ярославль

Бурыкин А.Д.

профессор кафедры экономики и менеджмента, д-р экон. наук, профессор,
Ярославский филиал ОУП ВО Академия труда и социальных отношений,
Россия, г. Ярославль

В статье рассматриваются факторы внешней и внутренней среды судостроительных предприятий, влияющих на эффективность их деятельности. Особое внимание уделено факторами группы конкурентной позиции, маркетинга, финансового менеджмента, «принципы деятельности».

Ключевые слова: судостроительные предприятия, факторы внешней среды, факторы внутренней среды, фактор маркетинга, фактор финансового менеджмента.

Современные социально-экономические системы порождают процессы со столь сложной динамикой, что условия деятельности данных систем не являются постоянными и в полной мере определенными [2, с. 11]. Кроме того, отмечаются тенденции роста факторов деловой среды, которые необходимо принимать во внимание, их динамичности и взаимосвязанности между собой. И здесь неопределённость стала неотъемлемой характеристикой социально-экономической деятельности и всех процессов, протекающих как на отдельных предприятиях, в субъектах Федерации и отраслях, так и в целом по национальной экономике.

Рассматривая подходы к определению понятия «неопределенность» следует отметить, что единого подхода к нему нет.

В словаре С. И. Ожегова «неопределённость» рассматривается как «неопределённое положение» или «точно неустановленное», «не вполне отчётливое, уклончивое» [1, с. 67].

Анализ литературы (табл.) [3, с. 122] указывает в первую очередь на то, что неопределённость в экономической сфере связана с несоответствием информации её качественным характеристикам: полноте, понятности, достоверности и надёжности.

Таблица

Характеристика понятия «неопределенность»

Автор	Понятие
А. С. Шапкин	Неопределенность – это неполное или недостаточное представление о значениях различных параметров в будущем, порождаемых различными причинами и, прежде всего, неполнотой или неточностью информации об условиях реализации решения, в том числе связанных с ними затратах и результатах.
С. Филин, Ю. Панкратова	Неопределённость – неясная, точно не известная обстановка, неполнота или неточность информации, что обуславливает частичную или полную неопределённость конечных результатов экономической деятельности хозяйствующих субъектов и связанных с ней затрат.
Е. Р. Орлова	Неопределённостью называется неполнота и неточность информации об условиях деятельности предприятия, реализации проекта.
В. В. Царёв	Неопределённость – это неустранимое воздействие рыночной среды на бизнес, которое обусловлено тем, что на рыночные условия оказывают своё одновременное воздействие весьма большое количество факторов различной природы и направленности, по которым невозможно получить совокупную (обобщающую) его оценку.
Э. А. Уткин, Д. А. Фролов	Неопределённость – состояние, при котором невозможно проводить какие-либо исследования с целью получения каких-либо количественных или качественных характеристик и/или конкретных результатов.
М. Х. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури	Неопределённость среды – это функция количества информации, которой располагает организация (или лицо) по поводу конкретного фактора, а также функция уверенности в данной информации.

В целом анализ экономической литературы позволяет выделить следующие причины (природу) неопределённости:

- свободы и разнообразия экономических отношений в условиях рыночной экономики;
- усложнение хозяйственной практики в результате развития экономических отношений;
- изменчивость условий и явлений во времени (фактор времени);
- спонтанность природных процессов и явлений, случайный характер большинства социально-экономических и технологических процессов;
- наличие противоборствующих тенденций, столкновение противоречивых интересов (несовпадение интересов, войны и недобросовестная конкуренция);
- вероятностный и неоднозначный характер научно-технического прогресса;
- низкое качество информации об изучаемом объекте, ограниченность возможностей человека в сборе и переработке информации, её постоянная изменчивость;
- невозможность однозначного познания объекта при сложившихся в данных условиях уровнях и методах научного познания;
- относительная ограниченность сознательной деятельности человека;
- неравномерность расположения ресурсов и их ограниченность;

– необходимость выбора новых инструментов воздействия на экономику и несбалансированность основных компонентов хозяйственного механизма;
– многоаспектность и альтернативность большинства явлений и процессов.

При этом часть оснований для возникновения неопределённости носит объективный характер (изменчивость во времени, естественные события, ограниченность ресурсов и т. п.), а вторая часть субъективный характер (выбор альтернатив, интуитивное определение вероятности исхода, выработка выводов, решений и т. п.), третья – субъективно-объективный характер как комбинирование сочетание личностных и внешних факторов (принятие решений с учётом объективно существующих условий).

Список литературы

1. Бурыкин А.Д., Бурыкина Н.М. Моделирование процессов управления предприятием // Экономика и управление: проблемы, решения. 2016. № 9. С. 62-69.
2. Бурыкина Н.М., Бурыкин А.Д. Региональная экономика и ее особенности с позиции экономической безопасности // Актуальные проблемы социально-гуманитарного знания. Военная академия г. Минск Республика Беларусь, 10-11.04.2014. Т. 2. С.13-17.
3. Кваша В.А., Бурыкина Н.М., Бурыкин А.Д. Современная система образования: проблемы и пути их решения в регионе // Социально-экономические процессы развития региональной экономики. Ярославль: Изд-во «Канцлер», 2014. С. 112-125.

ФАКТОРЫ ВНЕШНЕЙ СРЕДЫ И ИХ ВЛИЯНИЕ НА ЭФФЕКТИВНОСТЬ ОРГАНИЗАЦИИ

Бурыкина Н.М.

доцент кафедры олигофренопедагогики, канд. пед. наук, доцент,
Ярославский государственный педагогический университет им. К.Д. Ушинского,
Россия, г. Ярославль

Морозова А.А.

аспирант кафедры олигофренопедагогики,
Ярославский государственный педагогический университет им. К.Д. Ушинского,
Россия, г. Ярославль

В статье рассматриваются факторы внешней среды организации, влияющие на эффективность ее деятельности. Особое внимание уделено экономическим, политико-правовым, социокультурным, научно-технологическим, природным факторам.

Ключевые слова: факторы внешней среды, экономические факторы, политико-правовые факторы, социокультурные факторы, научно-технологические факторы, природные факторы.

Внешнюю среду можно условно разделить на две части: макроокружение и микроокружение [2, с. 16]. На макроокружение нам трудно оказывать значительное влияние или контролировать его процессы, поэтому динамика

микроокружения может напрямую зависеть от выбора стратегии любой организации, в том числе образовательной.

Возьмем, к примеру, экономические факторы в рыночной среде, которые должны постоянно оцениваться, т. к. состояние экономики влияет на деятельность организации и способы достижения ее целей. К экономическим факторам мы можем отнести темпы инфляции, международный платежный баланс, уровни занятости населения, ставки кредитования бизнеса и т.д. Каждый из них может представлять либо угрозу, либо новую возможность.

Политико-правовые факторы. Для большинства организаций имеет большое значение политическая стабильность в обществе. От этого зависит уровень притока инвестиций и другого рода ресурсов в определенный регион. Отношение административных органов власти к бизнесу выражается в установлении различных льгот или пошлин, которые либо развивают бизнес в регионе, либо вытесняют его, создавая неравноправные условия для различных организаций. Также используются приемы лоббирования интересов определенных промышленных групп в правительственных учреждениях, что также оказывает влияние на весь бизнес в целом.

Изменения в законодательстве прямо воздействует на многие виды деловой активности. Эти изменения происходят и на достаточно высоком уровне (так, введение налогового учета в России оказало сильное влияние на деятельность предприятий, которым пришлось организовывать введение дополнительного учета), и в области конкретной отраслевой проблематики (например, круг вопросов, связанных с введением тех или иных санкций и правил, изменениями в законодательстве о труде и в работе).

Социокультурные факторы. При организации деятельности нельзя не учитывать ту культурную среду, в которой она происходит. Речь идет, прежде всего, о преобладающих в обществе жизненных ценностях и традициях. На этой основе базируется стандарт поведения. Известно принципиальное отличие американского и японского стандартов. В первом случае стандарт выражен в "индивидуалистическом" подходе к организации, а во втором – в "семейном" подходе. Отсюда нормой поведения в одном случае является стремление к карьерному росту с регулярной сменой мест работы (в США считается, что человек должен менять работу раз в несколько лет [3, с. 117]), в другом – человек работает в организации всю жизнь, относясь к начальнику как к отцу, которого надо слушать.

Научно-технологические факторы. Эти факторы определяет возможность повышать эффективность производства, а, следовательно, эффективность способов удовлетворения конечных потребителей предприятий. Для того чтобы организация могла быть конкурентоспособной, необходимо собирать, хранить и распределять большие объемы информации о новациях, возникающих в среде деятельности. В последнее время появились совершенно новые технологии обработки ресурсов и информации: компьютерная и лазерная техника, робототехника, спутниковая связь, биотехнологии и т. д. Исследователи говорят о высокой скорости изменения технологий, и эта тенденция сохраняется [1, с. 64].

Природные факторы. В настоящее время все большее число компаний уделяет внимание состоянию окружающей среды. Поэтому круг вопросов, связанных с ее защитой, играет важную роль при стратегическом планировании деятельности любой организации.

В целом все воздействие факторов на организацию, как сложную систему можно охарактеризовать следующим образом:

- существует взаимосвязь факторов среды или сила воздействия, с которой изменение одного фактора будет действовать на другие;
- среда представлена большим количеством разнообразных факторов, влияющих на организацию, что показывает ее сложность;
- среда характеризуется большой степенью изменчивости или подвижности.

Таким образом, большое количество факторов и их изменчивость приводят к тому, что теряется точность информации о процессах, происходящих в среде, что повышает неопределенность среды и усложняет процесс принятия решений.

Список литературы

1. Бурыкин А.Д., Бурыкина Н.М. Моделирование процессов управления предприятием // Экономика и управление: проблемы, решения. 2016. № 9. С. 62-69.
2. Бурыкина Н.М., Бурыкин А.Д. Региональная экономика и ее особенности с позиции экономической безопасности // Актуальные проблемы социально-гуманитарного знания. Военная академия г. Минск Республика Беларусь, 10-11.04.2014. Т. 2. С. 13-17.
3. Кваша В.А., Бурыкина Н.М., Бурыкин А.Д. Современная система образования: проблемы и пути их решения в регионе // Социально-экономические процессы развития региональной экономики. Ярославль: Изд-во «Канцлер», 2014. С. 112-125.

ОБЩЕСТВА ВЗАИМОПОМОЩИ РЕМЕСЛЕННЫХ РАБОЧИХ В ЕВРОПЕЙСКОЙ РОССИИ ВТОРОЙ ПОЛОВИНЫ XIX в. КАК ФЕНОМЕН ИНФРАСТРУКТУРЫ РЫНКА ТРУДА ПЕРЕХОДНОГО ТИПА

Волков В.В.

ст. преподаватель кафедры гуманитарных и социально-экономических дисциплин Военного института (Железнодорожных войск и военных сообщений), доцент, канд. филос. наук, Военная академия материально-технического обеспечения им. генерала армии А.В. Хрулева, Россия, г. Санкт-Петербург

Белова Т.В.

доцент кафедры истории и теории литературы, доцент, канд. филол. наук, Тверской государственный университет, Россия, г. Тверь

В статье рассматривается становление такой специфической формы развития гражданского общества в сфере трудовых отношений, как общества взаимопомощи русских рабочих. Делается вывод о том, что в России в исследуемый период начался переход к третьей стадии обеспечения восстановления рабочей силы капиталистического рабочего.

Ключевые слова: рабочий, общество взаимопомощи, ремесленник, касса.

С развитием капитализма и ростом производства благотворительность по отношению к пролетариату сменяется взаимопомощью рабочих с участием или без участия государства. В России эта тенденция начала реализовываться в связи с созданием касс и обществ взаимопомощи.

В великорусских губерниях зачинателями движения обществ взаимопомощи явились типографские рабочие. Первая их организация возникла в Петербурге в 1838 г. – «Вспомогательная касса для типографов, словолитчиков, литографов, ксилографов и фотографов». Первоначально средства кассы собирались с помощью еженедельных взносов по 15 коп. За счет этого касса выдавала больным в течение 16 недель по 4 рубля еженедельно, в течение следующих 16 недель – по 2 руб.; на похороны – 50 руб., проезжавшим наборщикам – по 8 руб. на дорогу. В 1841 г. в кассе появился свой врач. С 1855 г. пособие выдавалось уже на отрезки по 20 недель, с 1865 г. на срок до одного года: полгода по 5 рублей в неделю и полгода по 3 рубля. Рабочим, потерявшим трудоспособность стали выдавать вначале по 2 руб. в неделю, а затем – по 10 руб. Было введено пособие вдовам – по 5 руб. в месяц. В результате возросшей нагрузки в кассе возник дефицит. Поэтому с 1873 г. ее члены стали вносить по 1 руб. в месяц, а с 1880 г. – по 1 руб. 25 коп. [6].

Далее учреждаются: в 1851 г. «Вспомогательная касса при типографии Императорской академии наук», в 1854 г. «Вспомогательная касса общества Санкт-Петербургских типографчиков», в 1866 г. «Вспомогательная касса наборщиков в Петербурге», в 1869 г. «Вспомогательная касса типографов в г. Москве», в 1881 г. «Общество взаимного вспоможения наборщиков в г. Харькове», в 1884 г. «Общество взаимного вспоможения тружеников печатного дела г. Одессы, в 1885 г. «Общество взаимного вспоможения книгопечатников г. Казани» и т.д. – всего до 1905 г. около 20 обществ [5, с. 10-12].

В России рассматриваемого периода наибольшее распространение получили общества взаимопомощи купеческих приказчиков. Первое было открыто в Риге в 1852 г., а в 1898 г. в России (без Польши, Финляндии и Прибалтики) действовало уже 98 обществ. Многие из них были весьма многочисленными по составу. Так, например, московское общество в конце XIX века насчитывало 2726 действительных членов, петербургское – 659, казанское – 562, нижегородское – 513, одесское – 400 членов. На первом съезде представителей обществ вспоможения частному служебному труду в 1896 г. в Нижнем Новгороде число членов представленных обществ было равно около 10 000 чел., а на втором съезде в 1898 г. в Москве – около 20 000 чел. [1, с. 28, 43, 153; 2, с. 122, 171, 198]

Внутреннее устройство этих обществ можно представить на примере общества купеческих приказчиков в Москве. Его общая касса складывалась из взносов действительных членов в размере 25 рублей при поступлении и 12 рублей ежемесячно или же 240 рублей единовременно. Из собранной суммы общество выдавало приказчикам, потерявшим работу, по 10 руб. в месяц в течение 12 месяцев, при этом помогая им устроиться на работу. Члены, пробывшие в обществе 25 лет, имели право на пожизненную пенсию в размере 120 руб. в год. На погребение члена выделялось 60 руб. Общество

выдавало также ссуды, пособия семьям умерших членам, на воспитание их детей, пособия невестам. Общество харьковских приказчиков не имело, как московское кассы вспоможения на случай смерти, но, зато, в нем предоставлялась бесплатная медицинская помощь постоянным членам. Общество приказчиков в Петербурге выдавало пособие безработным членам, помогало им в поиске работы, оказывало бесплатную медицинскую помощь [5, с. 13-14].

Общества купеческих приказчиков не ограничивались только взаимопомощью своих членов. На съездах и в повседневной деятельности они ставили вопросы профессионального характера: установления воскресного отдыха для приказчиков, сокращения времени торгового дня в будни, издания профессиональной газеты, организации периодических съездов, урегулирования отношений между служащими и хозяевами, введения расчетных книжек, организации справочного бюро для приискания занятий [1; 2].

В великорусских губерниях общества взаимопомощи ремесленников стали возникать в 1860-х годах. Первым было основано общество немецких ремесленников в Санкт-Петербурге «Пальма». В нем функционировали: вспомогательная касса, ночлежный приют для проезжавших ремесленников и общество содействия членам по приисканию занятий. С 1864 г. стала действовать вспомогательная касса садовников Петербурга. В 1867 г. открылась вспомогательная касса петербургских ремесленников и ссудо-сберегательная касса артели петербургских портных-подмастерьев [5, с. 18].

Точное число подобных организаций, действовавших тогда в России, назвать затруднительно. По примерным подсчетам С.С. Муравьева в 1871 г. в России насчитывалось более 35 обществ ремесленников [3, с. 45]. В 1898 г. похоронных касс и обществ взаимопомощи на случай смерти было 54 [5, с. 21].

Большой интерес представляют особенности ремесленных организаций взаимопомощи.

Во-первых, наряду с чисто профессиональными обществами (например, петербургское общество взаимного вспоможения поваров и кондитеров) существовали и такие, в состав которых входили ремесленники различных профессий (например, взаимно-вспомогательное общество ремесленников г. Москвы).

Во-вторых, в учреждении некоторых обществ большую роль играла инициатива хозяев заведений, как, например, в артели безместных булочников г. Москвы или в Московском обществе официантов.

В-третьих, наряду с действительными членами, в состав обществ входили почетные члены и члены соребнователи.

В-четвертых, в этих обществах функции взаимопомощи (денежные пособия больным, оказание медицинской помощи, выдача пособий на похороны, пособий и ссуд инвалидам, вдовам, сиротам и нуждающимся) переплетались с задачами профессиональных союзов (выдача дорожных денег, поддержка безработных деньгами, помещениями и «столом», содействие им в поиске работы, организация юридических бюро по вопросам фабричного законодательства).

В-пятых, от профессиональных союзов их отличала только одна особенность – они не организовывали забастовки. Несмотря на это, деятельность ремесленных обществ безоблачной не была. До 1862 г. для открытия каждой кассы взаимопомощи требовалось высочайшее утверждение. С 1862 г. это право было предоставлено министру внутренних дел, однако и при этом утверждение уставов затягивалось на 2 года и более. В некоторых районах России местные власти, боясь любых форм самоорганизации населения, иногда закрывали успешно действовавшие общества [4; 7, с. 29-34].

Кроме обществ взаимопомощи в ремесленной среде Санкт-Петербурга и Москвы действовала оригинальная форма самоорганизации ремесленников – воскресные сходки в трактирах представителей мастерских определенных профессий, в ходе которых шел обмен информацией о ходе дел, о наличии свободных мест, принимались общие постановления [5, с. 23].

Как известно, классическая схема социально-экономического развития рабочих по отношению к обеспечению восстановления их рабочей силы, то есть всего, что было для этого необходимо помимо получения заработной платы включает три стадии: стадию пришлого работника, восстанавливающего силы в деревне; стадию работника, переселившегося на фабрику вместе с семьей и получавшего патерналистскую помощь от благотворительной кассы, в которую он по указанию хозяина делал взносы, но не имел никакого отношения к ее деятельности; стадию рабочего, имевшего свободную частную жизнь и потому создававшего общества взаимопомощи рабочих.

В России рассматриваемого периода были представлены все эти формы, которые функционировали параллельно, но в этих условиях все большую силу приобретал переход к созданию обществ взаимопомощи, как специфического института гражданского общества в сфере рыночных отношений переходного типа. Анализ особенностей ремесленных организаций взаимопомощи показывает, что они во многом уже решали задачи профессиональных союзов, не развивая, однако, их протестного потенциала.

Список литературы

1. Всероссийский съезд представителей обществ вспоможения частному служебному труду. Труды бывшего в Нижнем Новгороде в 1896 году Съезда представителей обществ вспоможения частному служебному труду, приказчиков и сидельцев, взаимопомощи и других, однородных по идее и цели. Нижний Новгород, 1897.
2. Всероссийский съезд представителей обществ вспоможения частному служебному труду. Труды 2-го Всероссийского съезда представителей обществ вспоможения частному служебному труду и других, однородных по идее и цели. В Москве. М., 1900.
3. Муравьев С.С. Ссудо-сберегательные товарищества, общества взаимного вспоможения и рабочие артели в России. Их устройство и назначение. СПб., 1871.
4. Nemo. Неожиданные затруднения в учреждении обществ взаимопомощи // Северный курьер. 1900. № 155.
5. Прокопович С.Н. К рабочему вопросу в России. СПб., 1905.
6. Пятидесятилетие существования Вспомогательной кассы для типографов, словолитчиков, литографов, ксилографов и фотографов в С.-Петербурге. СПб., 1890.
7. Я. Московское общество взаимопомощи лиц интеллигентных профессий // Мир божий. 1901. VII.

РАБОЧАЯ ПОТРЕБИТЕЛЬСКАЯ КООПЕРАЦИЯ В СИСТЕМЕ РЫНКА ТРУДА ЕВРОПЕЙСКОЙ РОССИИ КОНЦА XIX – НАЧАЛА XX в.

Волков В.В.

ст. преподаватель кафедры гуманитарных и социально-экономических дисциплин Военного института (Железнодорожных войск и военных сообщений),
доцент, канд. филос. наук, Военная академия материально-технического обеспечения им. генерала армии А.В. Хрулева, Россия, г. Санкт-Петербург

В статье рассматривается процесс становления организаций рабочей потребительской кооперации в контексте становления отношений капиталистического типа на рынке труда Европейской России конца XIX – начала XX в. Делается вывод о том, что рабочая потребительская кооперация, пройдя этап патриархальной кабальной зависимости, встала на путь создания больших независимых кооперативных союзов.

Ключевые слова: потребительская кооперация, рабочие, цена, рынок труда, Россия.

Важным элементом становления инфраструктуры рынка труда является возникновение такого обеспечения воспроизводства рабочей силы, которое, с одной стороны, было бы не связано с побочными занятиями наемного работника, а, с другой – свободно от влияния предпринимателя или благотворительных обществ, ибо только самостоятельное независимое потребление благ рабочим способствует изжитию патерналистских или кабальных отношений на производстве, формированию адекватной рыночной стоимости рабочей силы. Большой вклад в этот процесс в свое время во всем мире внесла рабочая потребительская кооперация.

В России с падением крепостного режима и отменой натуральных форм продовольствования рабочих стала постепенно складываться обстановка, благоприятствующая развитию потребительской кооперации. В середине 1860-х годов она появляется в виде городских всесословных и специальных фабрично-заводских или железнодорожных потребительских обществ. В 1865 г. были утверждены уставы «Первого рижского потребительского общества», ревельского общества и общества «Бережливость» в Санкт-Петербурге. В следующем году подобные общества возникли в Дерпте, Митаве, Пернове, Харькове, Нарве, Пскове и Курске, в 1867-1869 гг. – в Либаве, Киеве, Чернигове, Таганроге, Варшаве, Николаеве и других городах. Учредителями обществ являлись деятели городского и земского самоуправления, а их членами были служащие, лица свободных профессий и рабочие.

Первый опыт устройства рабочего потребительского общества принадлежал Кыновскому заводу на Урале. В 1864 г. после удачной совместной «выписки» чая из Нижнего Новгорода работники завода стали производить закупку и других товаров, которые на первых порах просто делились между участниками коллективной подписки. В 1867 г. устраивается общественная лавка. Продажные цены в ней были с надбавкой 10%, которая шла на покрытие расходов и на образование запасного капитала. Для заведывания лавкой

избирался распорядитель, который торговал в лавке в свободное время, получая за это вознаграждение в размере 1% с вырученной суммы. В 1868 г. руководители дела получили от владельца завода Строгонова ссуду в размере 6 тыс. руб., благодаря которой оборот лавки повысился в 1869 г. до 15 тыс. 380 руб. Из чистой прибыли 50% отчислялось в неприкосновенный капитал и 50% делились номинально между членами сообразно числу ответственных паев, на которые был разделен запасной капитал, и сумме закупок из лавки. Последние считались как бы членскими взносами, не подлежащими выдаче до 1881 г., что дало возможность через 10 лет уплатить долг заводу. В 1870 г. лавка превратилась в общество с утвержденным уставом. В 1874 г. сверх платы за ответственный пай была введена вступительная плата в размере 10 руб., которая потом повысилась до 25 руб. Это замедлило приток новых членов, но обеспечило его большую устойчивость [5, т. II, с. 262-263].

В 1871 г. на Александровском механическом заводе в Санкт-Петербурге возник рабочий кооператив «Общая польза», а на Невском механическом заводе крупное потребительское общество. В 1872 г. появляется первое потребительское общество железнодорожных служащих в Бологом на Николаевской железной дороге. Вслед за этим возник целый ряд подобных организаций при различных предприятиях. Всего в 1890 г. их насчитывалось 96. В 1899 г. в России насчитывалось 307 потребительных обществ, которые включали 370 тыс. человек. В это же время в Англии действовало 1469 потребительных товариществ с 1 465 564 членами [4].

Главным препятствием на пути их роста в этот период явилось существование на большинстве фабрик и заводов продовольственных лавок, принадлежавших хозяевам и подрядчикам или зависимым от них, и выдававшим продукты в долг. «Рабочие имеют возможность получать продукты в кредит, — отмечалось в исследовании Екатеринославского губернского земства, — в счет будущего и имеющегося заработка» [6, с. 375-376]. «Только на очень немногих фабриках и заводах все покупки производятся на наличные деньги» — читаем мы в отчете фабричного инспектора Владимирской губернии П.А. Пескова [8, с. 103]. Чаще всего использовались книжки или какие-нибудь другие бумажные знаки, по которым производился забор товаров в лавках [8, с. 102]. Цены в фабричных лавках одной и той же местности сильно варьировались и в целом отличались от рыночных на 20-80% [5, т. II, с. 264-265] (табл.). То же явление присутствовало и в горной промышленности: «Приходится пожалеть, что, отпуская в кредит продукты, кладовая рудника продает их по более возвышенным ценам, сравнительно с ценами тех же продуктов на местных рынках, берет довольно высокий % за капитал в товарах, идущий в кредит и не поступает своими утилитарными стремлениями в пользу рабочих, хотя бы в виду того, что контора рудника сама кредитруется на значительную сумму у них без всякого %» [6, с. 376].

Таблица

Цены за июль 1885 г. на пяти фабриках (в руб.)

Продук- ты	Фабрика №135, По- дольский уезд	Фабрика №134, Сер- пуховской уезд	Фабрика №139, Серпухов- ской уезд	Фабрика №142, Сер- пуховской уезд	Фабрика №143, Сер- пуховской уезд	Цены на вольном рынке в Серпухове
Хлеб рж.	1,10 – 1,15	1,05	0,80	0,76	0,76	0,70
Соль	1,0	0,80	0,80	0,60	0,50	0,47-0,55
Сало топл.	9,23	10,0	10,0	9,60	8,20	0,23-24 за фунт
Масло конопл.	7,20	8,20	8,0	7,20	7,20	6,80

Источник: Пажитнов К.А. Положение рабочего класса в России. Л., 1924. Т. III. С. 264.

Хозяева наживали от 8 до 10 тыс. рублей чистого барыша от лавочной торговли. Причем иногда они сдавали свои лавки в аренду лавочникам с условием выплаты им определенной суммы [13, с. 176-177].

Расплата с рабочими продуктами питания и долговыми расписками практиковалась не только в России, например, «truckshitem» в Англии. Однако к началу XX века в большинстве буржуазных государств натуральный способ оплаты труда был воспрещен. В России по ст. 99 закона от 3 июня 1886 г. расплата с рабочими вместо денег купонами, условными знаками, хлебом, товарами и иными предметами также была запрещена и каралась по ст. 55 штрафом в размере от 50 до 300 рублей. Однако законодательство не запрещало устройство фабричных лавок, в которых хозяин мог установить цены совершенно произвольные [7; 10, с. 113; 12, с. 163].

Министерство финансов разъяснило своим циркуляром, что расплата натурой только тогда преследуется уголовным законом, когда она имеет принудительный характер. Следовательно, такая юридическая лазейка предоставляла предпринимателям возможность без особого труда нарушать норму ст. 99. Кроме того, ст. 100 предоставляла хозяину право взыскания с заработной платы стоимости забранных в лавке товаров, что вело к узаконенной возможности для работодателей продолжать прежнюю практику натуральной оплаты работников [2, с. 46].

После издания закона от 3 июня 1886 г., затруднившего деятельность продовольственных лавок прежнего типа, условия для проявления самостоятельности рабочих стали более благоприятными. Голод 1891 г. и рост цен дали новый толчок развитию потребительской кооперации. Если с 1865 г. по 1891 г. было утверждено всего 277 обществ, то с 1892 г. по 1905 г. – 1530, из которых 245 были созданы рабочими.

Отличительными чертами развития рабочих потребительских кооперативов в этот период являлись: замкнутость (членами общества могли быть лишь рабочие и служащие завода или заводского округа, причем пай в большинстве случаев был очень высоким – 20-25 руб.); зависимость от заводоуправлений (с одной стороны, общества получали даровые помещения, ссуды под оборотный капитал, их члены – гарантированные кредиты от заводоуправления, с другой стороны, взамен представители завода участвовали в

работе правлений обществ); распространение перекупки и барышничества; появление фактов закабаления кредитом членов кооператива [1, с. 44-71; 9, с. 3-13; 3, с. 5-33; 11, с. 12].

События 1905 года открыли новую веху в истории кооперативного движения. Первой тенденцией стало стремление рабочих к ослаблению или устранению духа зависимости фабрично-заводских потребительных обществ. Эта борьба выражалась в различных формах: в превращении закрытых обществ в открытые, в расширении прав управляющих органов, в их обновлении (вместо ставленников администрации на выборных рабочих), в борьбе против продажи в кредит и ордерной системы. Вторая тенденция – это зарождение независимой рабочей кооперации. Первая попытка в этом направлении была осуществлена в Санкт-Петербурге, где 21 июня 1906 г. рабочими фабрики Глебова, Пиншта и А. Коппеля был основан первый независимый рабочий кооператив. Рабочие собрали чуть более 1000 руб., открыли хлебопекарню и лавку с вывеской «Потребительская лавка от рабочих». В уставе общества содержались некоторые отступления от нормального устава. Например, не допускалось выдача дивиденда на пай, а выдача на заборный рубль ограничивалась 10%. Особо подчеркивалось, что в члены общества не должен вступать «никто, кроме рабочих». 21 июня был утвержден устав и другого общества. Оно было организовано синдикалистами и получило название «Трудовой союз». В августе состоялось его учредительное собрание, на котором присутствовало 29 рабочих от Александровского, Семяниковского и Обуховского заводов. В октябре была открыта первая лавка, приобретена механическая хлебопекарня. К концу года открылись еще две лавки, а число членов общества возросло до 500. С 1907 г. Трудовой союз расширил свой состав за счет рабочих и других фабрик и заводов Санкт-Петербурга. К концу года кооператив уже насчитывал около 9 тыс. членов и имел 19 отделений; его паевой капитал достигал 75 тыс., рублей, а оборот – 1 миллиона рублей. Организация союза была построена на демократических началах: пай равнялся 10 рублям, которые можно было вносить по частям или погашать из прибылей, вступительный взнос был равен 50 коп.; каждый член, внесший вступительную плату, пользовался решающим голосом; кроме правления и ревизионной комиссии устав предусматривал организацию совета, в который каждые 100 членов посылали одного представителя; районные лавки пользовались автономией. Прибыль по постановлению совета распределялась следующим образом: 1) на пай – 1%, 2) отчисление на вознаграждение служащих и выборных лиц, работающих бесплатно, 3) из оставшейся суммы – 25% на образовании фонда для безвозмездной выдачи предметов первой необходимости безработным и больным членам общества, 4) 40% – на расширение собственного производства. «Трудовой союз» пользовался большой популярностью среди рабочих и наплыв новых членов перерос в стихийное движение, с которым руководство организации справиться не смогло и в 1910 г. она была закрыта министерством внутренних дел [5, т. III, с. 186-188].

С осени 1915 г. началась новая волна кооперативного объединения. В это время мелкие рабочие кооперативы стали вливаться в потребительское общество «Торгово-промышленный служащий», переименованное затем в общество «Вперед». К маю 1917 г. оно имело уже 25 тыс. членов и 17 отделений. Кроме того, в мае 1916 г. в Петрограде возник «Союз рабочих потребительных обществ» и к 1 июля 1917 г. в него входило 69 кооперативов и 149398 членов.

С 1905 по 1917 г. рабочая потребительская кооперация развивалась по пути расширения прав уже существовавших потребительских обществ, образования независимых рабочих кооперативов и их объединения в большие кооперативные союзы.

Таким образом, рабочая потребительская кооперация в Европейской России конца XIX – начала XX в., пройдя начальный этап, для которого были характерны замкнутость организаций, зависимость от заводууправлений, распространение перекупки, барышничества и кабалы, пошла по пути расширения прав уже существовавших потребительских обществ, образования независимых рабочих кооперативов и их объединения в большие кооперативные союзы. Тем самым была заложена одна из основ развития гражданского общества в сфере трудовых отношений страны.

Список литературы

1. Балабанов М.С. История рабочей кооперации в России: Очерки по истории рабочего кооперативного движения / 4-е изд., доп. М., 1928.
2. Канель В.Я. Рабочий договор. М., 1907. Часть I.
3. Меркулов А.В. Исторический очерк потребительной кооперации в России. Иркутск, 1919.
4. М.Ф. Общества потребителей в России // Северный курьер. 1899. № 30.
5. Пажитнов К.А. Положение рабочего класса в России. Л., 1924.
6. Сборник статистических сведений по Екатеринославской губернии. Екатеринослав, 1886. Выпуск третий. Славяносербский уезд. Глава IV.
7. ПСЗ РИ. Собр. 3-е. Т. VI. Отд. I. № 3769;
8. Фабричный быт Владимирской губернии. Отчет за 1882-1883 гг. фабричного инспектора над занятиями малолетних рабочих Владимирского округа П.А. Пескова. СПб., 1884..
9. Хейсин М.Л. Долой кредит в потребительных обществах. СПб., 1914.
10. Шелымагин В.П. Фабрично-трудовое законодательство в России (II половина XIX века): Диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук. М., 1941.
11. Шестаков П.М. Рабочие на мануфактуре Т-ва «Эмиль Циндель» в Москве. Статистическое исследование. М., 1900.
12. Цитульский В.Ф. Становление и развитие отношений социального партнерства в сфере труда в Российской империи: Монография. М., 2012.
13. Эрисман Ф.Ф. Пища рабочих на фабриках Московского уезда // Шестой губернский съезд врачей Московского земства [Протоколы заседаний и труды]. Февраль март 1882 г. М., 1882.

ПРОГНОЗИРОВАНИЕ ФАКТОРОВ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ УКРАИНСКОЙ ЭКОНОМИКИ НА ОСНОВЕ МОДЕЛИ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ

Гук О.В.

аспирант, Государственный научно-исследовательский институт
автоматизации и экономического моделирования Министерства
экономического развития и торговли, Украина, г. Киев

Устойчивое развитие сегодня – залог качественной жизни завтра. А, соответственно, конкурентоспособность экономики является инструментом реализации модели устойчивого развития. Таким образом, стойкая национальная конкурентоспособность в условиях устойчивого развития оказывается в стойкости экономической системы в условиях колебаний внешних финансовых рынков, изменения структуры производств, изменения социальных и политических обстоятельств, установления новых условий и ограничений экономической деятельности и тому подобное. Поэтому существенное значение приобретает прогнозирование ключевых факторов конкурентоспособности.

Ключевые слова: принципы устойчивого развития экономики, факторы национальной конкурентоспособности, действия по повышению конкурентоспособности.

Устойчивое развитие национальной экономики становится стратегическим направлением экономической политики. Оно является целой системой действий власти, населения и предпринимательства относительно поддержки стабильных показателей развития, постоянного роста производительности труда, минимизации колебаний доходов секторов экономики, совокупного спроса, высокого качества социальных и экологических условий жизни, ресурсосбережения и удовлетворения потребностей населения в товарах, услугах и рабочих местах. Что в свою очередь будет способствовать реализации условий для оптимального сочетания процессов повышения уровня конкурентоспособности и обеспечения устойчивого развития, которое представляется возможным именно на основе построения, отражение факторных взаимозависимостей между системой условий для устойчивого развития (через конкурентоспособность) и его непосредственными целями (качество жизни) с дальнейшим переходом к основам "зеленой" экономики.

Достижение конкурентоспособной экономики в условиях устойчивого развития может определяться возможностью государства обеспечивать равные экономические условия для стимулирования развития национального производства и экспорта (повышение уровня валового производства, добавленной стоимости), интенсификации экономической и предпринимательской активности с интенсивным применением инновационных решений и одновременно поддерживать и повышать в течение длительного времени реальные доходы населения, стимулировать социальное развитие общества, включая поддержку образования, здравоохранения, культуры и спорта и обеспечивать максимальную энергоэффективность и экологичность в реальном секторе экономики и обществе. Соответственно, конкурентоспособность национальной экономики предопределена как экономическими, инновационно-

технологическими, общественно-политическими, социальными и энерго-экологическими факторами, которые осуществляют существенное влияние на международное положение страны.

Для анализа и прогнозирования уровня конкурентоспособности государства в будущем выполним проекцию-прогнозы ключевых факторов ее развития за некоторыми индикаторами.

Стоит отметить, что Украина является наиболее отсталой по производству реального валового внутреннего продукта [1]. В подобной ситуации необходимо предпринимать решительные шаги для изменения ситуации, создавать соответствующие условия, в том числе лоббировать интересы наших экспортеров на мировых рынках. На ВВП государства влияют объемы производства и реализации промышленных предприятий. Падение промышленного производства на 10,2 % было зафиксировано в 2014 г. Состоялось снижение объемов производства на добывающих предприятиях и сфере разрабатывания карьеров (13,7%), уменьшился объем поставок электроэнергии, газа, пары и кондиционированного воздуха (6,6 %). Негативная тенденция была вызвана падением производственной деятельности на 31,5 % и 42 % соответственно в 2014 г. в Донецкой и Луганской областях. Причиной снижения объемов производственной деятельности в текущем году является уменьшение спроса в связи со снижением уровня потребления среди жителей регионов.

К наиболее острым факторам, которые способствовали глубокому падению отечественной промышленности, принадлежат [2]:

1. Падение платежеспособности предприятий. Имеющиеся финансовые ресурсы многих субъектов хозяйственной деятельности аккумулированы в запасах готовой продукции, цена и спрос на которую уменьшаются (в частности, цены на металлопродукцию за последний год уменьшились в 2-3 раза, химическую – на 20-40 %, продукцию вагоностроения – 15-25 %. Из-за дефицита ликвидных средств усложняется процесс расчетов с контрагентами).

2. Уменьшение объемов кредитования экономики. Осложнение доступа к дешевым деньгам на мировых рынках, стремительное сужение ресурсной базы внутри страны, спровоцированное паникой вкладчиков, привело к тому, что отечественные банки практически заморозили кредитование как сектору домохозяйств, так и сектору нефинансовых корпораций.

Значительное влияние на динамику производства, доходов, формирования инвестиционного климата, покупательной способности имеют и инфляционные факторы. За 2014 г. и часть 2015-го года процент инфляции в Украине сложил 46%. Это антирекорд за всю историю независимости. Причина такого состояния покупательной способности денег – повышение стоимости услуг ЖКХ. Инфляционные процессы в Украине усиливаются несбалансированностью государственных доходов и расходов, значительным дефицитом бюджета, который покрывается внутренними заимствованиями. В итоге увеличивается денежная масса в экономике, которая в условиях невозможности быстрого роста темпов производства провоцирует общий рост стоимости продукции и услуг, что вызывает рост процентных ставок и падение покупательной способности.

Другим важным фактором национальной конкурентоспособности является также динамика прямых иностранных инвестиций (ПИИ). Постепенно набирающий тренд роста объемов прямых иностранных инвестиций в 2010-2013 гг. перетек в стадию резкого спада, стал даже ниже уровня в 2010 г. Динамика прямых инвестиций в акционерный капитал зарубежных стран не имела стойкой стадии роста, а варьировалось от года в год, находясь на достаточно низком уровне. Все это свидетельствует о том, что за последние годы украинская экономика постепенно теряет свою привлекательность, которая тянет за собой серьезные проблемы связаны с оттоком капиталов, ряда банкротств предприятий, отсутствия финансовых средств для дальнейшей модернизации и инноватизации. Существенными для Украины факторами, которые тормозят развитие, также есть: несогласованность в развитии родственных отраслей экономики, в т.ч. финансового и реального секторов, межрегиональная и межотраслевая структурная разбалансированность, отсутствие долгосрочной стратегии реформ, направленных на создание оптимального режима для развития экономики.

Одной из проблем социально-экономического развития Украины есть ошутимое обострение демографической ситуации. Для современной демографической ситуации в Украине характерные: резкое уменьшение рождаемости, увеличение смертности и отсутствие естественного прироста; увеличения "нагрузки" на работоспособную его часть; сокращение продолжительности жизни как мужчин, так и женщин; ухудшение здоровья нации; интенсификация миграционных процессов, влияние которых на демографические и социально-экономические показатели противоречиво и нередко негативно [3].

Наиболее вероятными есть два сценария развития страны: оптимистичный (позитивные сдвиги в намеченных тенденциях, улучшение ситуации), пессимистический (отсутствие существенных изменений в социально-экономической жизни государства, инерционное продолжение существующих тенденций). При позитивных сценариях должен ускориться процесс превращений и переход к постоянной конкурентной экономике. За нормализации ситуации будет храниться основа для перехода экономики на этапы развития и роста. При негативном развитии ситуации конкурентоспособность украинских товаров и услуг на внутреннем и внешнем рынках будет постепенно снижаться.

Для повышения конкурентоспособности экономики необходимо: создание и поддержание в долгосрочной перспективе стабильной макроэкономической среды; устранение препятствий и упрощении регуляторно-правового поля для деятельности частного сектору; устранение препятствий относительно свободы международной торговли и движения капиталов; создание фискальных и экономических стимулов относительно устремления инвестиций частного сектору в главные структурные и инфраструктурные направления, которые усиливают "естественные" конкурентные преимущества предприятий и отраслей экономики [4]. Для выравнивания негативных социально-эколого-экономических процессов необходимым является внедрение мероприятий относительно развития производственно-предпринима-

тельской среды, стимулирования финансовой активности и обеспечения инновационности и энергоэффективности производства.

Карта мероприятий относительно повышения (стимулирования) конкурентоспособности в условиях необходимости достижения устойчивого развития будет включать:

1. Стимулирование развития предпринимательской и инвестиционной активности путем программ поддержки предпринимательства, лицензирования и субсидирования перспективных и приоритетных отраслей народного хозяйства страны. 2. Обеспечение финансовой стабильности экономики и финансовой поддержки предпринимательства. 3. Стимулирование инновационности и энергоэффективности промышленного производства. Для выравнивания негативных социально-экономических процессов необходимым является внедрение мероприятий относительно развития производственно-предпринимательской среды, стимулирования финансовой активности и обеспечения инновационности и энергоэффективности производства, которое в целом даст толчок к тенденции дальнейшего роста номинального ВВП, что в свою очередь приведет к возрастанию социо-экономического эффекта и роста доходов населения, которое и является индикатором повышения конкурентоспособности.

Список литературы

1. Лазоренко К. П. Сравнительная конкурентоспособность Украины / К. П. Лазоренко // Экономические известия. – 2012. – № 35.
2. Забезпечення конкурентоспроможності національної економіки України Електронний ресурс . Режим доступу: http://www.rusnauka.com/33_NIEK_2008/Economics/37418.doc.htm
3. Комплексная оценка экономической ситуации в Украине в 2014-2015 гг. (часть 1: Общая оценка макроэкономической ситуации) [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://iac.org.ua/kompleksna-otsinkaekonomichnoyi-situatsiyi-v-ukrayini-u-2014-2015-rr-chastina-1-zagalna-otsinka makroekonomichnoyi-situatsiyi/>
4. Юрпалов С. Конкурентоспособность территориальной системы: сущность и методы оценки / С. Юрпалов // Интеграция: власть, наука, производство. – 2015. – № 4.

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ БАНКОВСКОГО ДЕЛА В РОССИИ

Гукова И.Н.

ст. преподаватель кафедры культурологии и политологии, канд. полит. наук,
Белгородский государственный национальный исследовательский университет,
Россия, г. Белгород

Горбунова Е.И.

магистрант кафедры финансов, инвестиций и инноваций Института экономики,
Белгородский государственный национальный исследовательский университет,
Россия, г. Белгород

В данной статье систематизируются и раскрываются теоретические направления в исследовании банковского дела в Российской Федерации. Освещаются наиболее перспек-

тивные теоретические направления в исследовании банковского дела в России на современном этапе.

Ключевые слова: Банковское дело в России, банк, экономика, теория банков.

Проблема развития банковского дела в России на современном этапе достаточно востребована в научном сообществе. Однако в отечественной научной экономической литературе до настоящего времени пока не сложилось единого определения понятия «банковское дело».

Одни ученые в определении понятия сосредотачивают внимание на отраслевом аспекте и считают, что банковское дело – это отрасль финансово-кредитной деятельности, ступень развития кредитного дела, на которой кредитные, денежные и расчетные операции в их совокупности концентрируются в едином центре – банке [2].

Другие исследователи считают, что банковское дело – это наука, отображающая особую специфическую деятельность кредитных учреждений, систематически обновляется [1].

Также существуют мнения, в соответствии с которыми банковское дело связывается лишь с технологическим аспектом осуществления банковских операций и подразумевает проведение платежей и предоставление кредитов и капитала частным лицам, фирмам и государству [6]. На наш взгляд, это определение является наиболее универсальным и часто используемым в современной экономической литературе, так как широко охватывает сферы деятельности банков на всех уровнях как первого (Центральный банк Российской Федерации), так и второго (коммерческие банки).

В условиях рыночных отношений банки, как механизм для осуществления финансовых операций, являются основообразующим элементом финансового рынка и финансовой системы государства, так как они выполняют ряд важнейших экономических функций, среди которых аккумуляция денежных средств, трансформация ресурсов, регулирование денежного оборота и др. Анализ основных макроэкономических показателей за последние 5 лет (таблица) показывает, что до 2014 года экономическое развитие России имело положительную тенденцию. ВВП, ВНД и валовое накопление в России в течение последних пяти лет возрастали. Это означало увеличение прожиточного минимума, а также повышение минимальной заработной платы и пенсий.

Таблица

**Основные макроэкономические показатели России
за 2011 – 2015 гг., млрд. руб. [25, 25, 26]**

Показатели	2011	2012	2013	2014	2015
Валовый внутренний продукт (ВВП)	59698,1	66926,9	71016,7	77945,1	80804,3
Валовый национальный доход (ВНД)	57929,3	64821,4	68470,2	75371,6	78648,6
Валовое накопление	11534,9	13192,3	13978,1	14372,5	17667,8
Прямые инвестиции					
За границу	66851	48822	86507	57082	22188
В Россию	55084	50588	69219	22031	6478

Введение экономических санкций по отношению к России со стороны западных стран оказало негативное влияние на важнейшие макроэкономические показатели РФ, в том числе на прямые инвестиции как за границу, так и в Россию. Сегодня недостаток инвестиций негативно сказывается не только на развитии реального сектора национальной экономики, но и на развитии ее отдельных отраслей, в том числе банковской сферы. Так за последние три года (2014-2016) под санкционный режим попали такие банки как «Россия» и «Собинбанк». Эмитированные этими банками пластиковые карты Visa и MasterCard перестали обслуживаться во всем мире. Американским компаниям и гражданам запретили выделять кредиты на срок более чем на 90 дней таким российским банкам, как «Внешэкономбанк», «Газпромбанк», «Банк Москвы», «ВТБ», «Россельхозбанк» и «Азия Банк». Норвегия ввела запрет на торговлю ценными бумагами со сроком погашения 90 дней «Сбербанку», «ВТБ», «Газпромбанку», «Внешэкономбанку» и «Россельхозбанку». Швейцария ограничила доступ «Сбербанку», «ВТБ», «Газпромбанку», «Внешэкономбанку» и «Россельхозбанку» к своим рынкам капитала. Европейским компаниям и гражданам стран Евросоюза вследствие введения санкций против России запрещено совершать операции с ценными бумагами данных банков сроком обращения свыше 30 дней. Также компаниям ЕС запрещены операции со счетами в европейских банках, инвестиционные консультации, управление портфельными инвестициями и организация размещения ценных бумаг [27].

В сложившихся условиях Российская Федерация стремится найти альтернативные пути повышения эффективности функционирования банковского сектора и это относится к одной из основных целей финансовой политики государства. В этом направлении сегодня работают как экономисты-практики, так и научное сообщество. Реалистичный сценарий выхода из создавшейся сложной ситуации возможен только на основе научных знаний.

В отечественной науке проблемой развития банковского дела в современных условиях занимаются многие исследователи. В массиве теоретических исследований можно выделить несколько групп.

Первая группа включает исследования, которые ведутся в контексте универсальных теорий банковского дела. Среди них работы Г.Н. Белоглазовой, О.И. Лаврушина, В.И. Колесникова, С.В. Сплошнова, Е.И. Шохина [4, 13, 14, 20, 22]. Эти работы объединяет мысль о том, что именно банковская система содействует развитию реального сектора экономики, что особенно актуально для современной российской действительности.

Ко второй группе можно отнести исследования, которые раскрывают отдельные аспекты функционирования и развития банковского дела в России.

Проблема профессионального разделения труда в банковском деле освещена в работах таких ученых как В.А. Москвин, Р.К. Шакиров, Н.А. Толстоброва, Ю.Н. Буланов, В.Ю. Буланов [7, 17, 21]. Авторы акцентируют внимание на разделении труда в банковской сфере. Так В.А. Москвин утверждает о том, что в коммерческих банках не хватает квалифицированных

специалистов по управлению рисками. Автор отмечает, что у российских банковских специалистов до настоящего времени нет своей собственной банковской профессии, которая объединяла бы основные банковские специальности. Р.К. Шакиров и Н.А. Толстоброва рассматривают проблемы международного разделения труда.

Исторические аспекты исследования банковского дела в России рассматриваются в трудах Н.Н. Калининой, Е.А. Кошечевой, Н.И. Парусимовой. [9, 10, 18] Авторы данного направления исследуют теории формирования отечественного кредита, традиционную теорию банков и современные тенденции в банковском деле, а также ступени трансформации банковского дела в исторической ретроспекции.

Законодательные основы банковского дела в РФ рассматриваются в научных трудах таких авторов как Ю.А. Колесников, М.Е. Лебедева, Л.А. Молова, А.Н. Савенков [12, 15, 19]. В рамках данного направления анализируются федеральные законы РФ в области защиты прав потребителей финансовых услуг, эмпирических основ финансового мониторинга в банковской системе Российской Федерации, а также уголовной политики в сфере защиты кредитных организаций от киберпреступности.

По нашему мнению, наиболее перспективным направлением в исследовании банковского дела является проблема, связанная с введением инноваций в работе банковских систем РФ. В настоящее время эта проблема исследуется А.И. Ахметшиной, А.А. Байчуриной, Д.Р. Насретдиновой, С.В. Белозеровой, И.И. Белозеровым, А.В. Гетмановой, В.А. Якушиной [3, 5, 8, 23]. Ученые данной группы теоретических исследований изучают макросы обработки данных об операциях; настройки уведомлений из сети Internet о публикациях, касающихся заемщиков, конечных бенефициаров бизнеса, менеджмента организации и др. В орбиту данных исследований также вовлекается процесс совершенствования информационных систем в банковском деле как на современном этапе развития, так и в перспективе.

В условиях продления действия экономических санкций относительно России со стороны западных государств ситуация в банковском секторе продолжает оставаться достаточно напряженной. В связи с этим отечественная банковская система приобретает новые свойства и тенденции, которые требуют дальнейшего научного осмысления [16].

Список литературы

1. Лаврушин О.И. Банковское дело: учебник. 2-е изд., перераб. и доп. М.: Финансы и статистика, 2005. 672 с.
2. Финансово-кредитный энциклопедический словарь / под ред. А.Г. Грязновой. М.: Финансы и статистика, 2002. 1168 с.
3. Ахметшина А.И., Байчурина А.А., Насретдинова Д.Р. Роль маркетинга в банковском деле // Начало в науке. 2015. С. 130-132.
4. Белоглазова Г.Н. Банковская система России на пути преодоления кризиса // Межвузовская научно-практическая конференция «Финансово-кредитные институты Санкт-Петербурга: исторический опыт и современность». 2009. С. 6-9.

5. Белозерова С.В., Белозеров И.И. Практические аспекты применения инноваций в банковском деле // *Альтернативы развития и инновации в педагогике, экономике, праве, культурологии и социологии*. 2015. С. 17-19.
6. Блэк Дж., Осадчая И.М. Экономика. Толковый словарь / под общ. ред. И.М. Осадчей. М.: ИНФРА-М, 2000. 356 с.
7. Буланов Ю.Н., Буланов В.Ю. Материальное стимулирование и учет рисков при формировании фонда оплаты труда в банке // *Банковские услуги*. 2012. № 8. С. 38-42.
8. Гетманова А.В., Спирина С.Г. Причины развития инноваций в современном банковском деле // *Теоретические и практические проблемы развития современной науки*. 2014. С. 74-75.
9. Калинина Н.Н. У истоков теории отечественного кредита // *Экономические науки*. 2012. № 88. С. 166-168.
10. Кашеева Е.А. Традиционная теория банков и современные тенденции в банковском деле // *Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия 5. Экономика*. 2006. № 3. С. 101-112.
11. Кныш С.В., Гукова И.Н. Приграничное сотрудничество регионов: гуманитарный аспект // *Интеграционные модели приграничного и межрегионального сотрудничества*. 2015. С. 213-218.
12. Колесников Ю.А. О совершенствовании российского законодательства в области защиты прав потребителей финансовых услуг // *Право и управление. XXI век*. 2016. № 1(38). С. 13-18.
13. Колесников В.И. Социальная ответственность агробизнеса как механизм развития сельских территорий // *Вестник университета Туран*. 2015. № 2(66). С. 178-183.
14. Лаврушин О.И. Системные эффекты банковской структуры России // *Системный анализ в экономике – 2014*. 2015. С. 23-24.
15. Лебедева М.Е., Молова Л.А. Анализ законодательной базы и эмпирических основ финансового мониторинга в банковской системе Российской Федерации // *Финансы и бизнес*. 2015. № 2. С. 115-123.
16. Меркулова Н.И., Потомова С.А. Современные проблемы и тенденции развития банковского сектора в России // *Бизнес. Образование. Право. Вестник Волгоградского института бизнеса*. 2014. № 3(28). С. 200-204.
17. Москвин В.А. К вопросу о профессиональном разделении труда в банковском деле // *Деньги и кредит*. 2009. № 9. С. 26-28.
18. Парусимова Н.И. Ступени трансформации банковского дела // *Вестник Оренбургского государственного университета*. 2006. № 1-1 (51). С. 135-143.
19. Савенков А.Н. Уголовная политика в сфере защиты кредитных организаций от киберпреступности // *Бизнес в законе. Экономико-юридический журнал*. 2016. № 4. С. 103-108.
20. Сплошнов С.В., Давыдова Н.Л. Факторы сберегательной активности населения // *Банковская система: устойчивость и перспективы развития*. 2016. С. 38-41.
21. Шакиров Р.К., Толстоброва Н.А. Определение тенденций в развитии международного разделения труда на основе оценки участия стран g-20 в торговле услугами // *Фундаментальные исследования*. 2015. № 12-5. С. 1071 – 1077.
22. Шохин Е.И. Финансовые ресурсы и корпоративные финансы // *Корпоративные финансы: теория, методология, практика*. 2010. С. 154-159.
23. Якушина В.А. Информационные системы в банковском деле // *Современные инструментальные системы, информационные технологии и инновации*. 2014. С. 381-383.
24. Валовой внутренний продукт годовые данные (в текущих ценах) URL: http://www.gks.ru/free_doc/new_site/vvp/vvp-god/tab1.htm (дата обращения: 22.11.16).
25. Консолидированные счета, в текущих ценах URL: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/accounts/# (дата обращения: 22.11.16).

26. Официальный сайт Центрального Банка Российской Федерации: прямые инвестиции Российской Федерации по секторам экономики URL: <http://www.cbr.ru/statistics/?prtid=svs> (дата обращения: 22.11.16).

27. Санкции против России. Список. URL: <http://www.aif.ru/dontknows/actual/1159761> (дата обращения: 22.11.16).

АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ КАЧЕСТВА И КУЛЬТУРЫ ОБСЛУЖИВАНИЯ СОВРЕМЕННОГО ПОКУПАТЕЛЯ НА РЫНКЕ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ

Депутатова Е.Ю.

старший преподаватель, канд. экон. наук,
Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова,
Россия, г. Москва

В статье рассматриваются качество и культура обслуживания на предприятиях розничной торговли как важные факторы конкурентоспособности торгового предприятия на отечественном рынке. В связи с активным ростом пользователей сети Интернет, многие специалисты отмечают тенденцию приобретения товаров и услуг он-лайн. Несмотря на комплексную разработку стандартов обслуживания и реализации достойного качества предоставления торговых услуг, розничным торговым предприятиям приходится учитывать новые веяния в поведении покупателей и совершать «подстройку» под них.

Ключевые слова: качество обслуживания, культура обслуживания, покупка товаров онлайн, методы обслуживания.

В возрастающей конкурентной борьбе за потребителя отечественные и зарубежные розничные компании все чаще предлагают покупателям новые виды товаров и услуг и активно внедряют современные торговые форматы и методы обслуживания. Торговое обслуживание является инструментом конкурентоспособности предприятия, оказывает влияние на настроение и степень удовлетворенности покупателей, желание приходить вновь. Если покупателю предоставляется возможность с наименьшими затратами времени и наибольшими удобствами приобрести в торговом зале необходимые товары, то можно говорить о качественном торговом обслуживании [2, 3, 4]. Однако создание благоприятных условий, уютной атмосферы в торговом зале и высокий уровень профессионализма сотрудников мотивируют посетителей тратить большее количество времени на нахождение в магазине, и как следствие, выбор товаров.

Согласно общепринятому определению, «качество – это совокупность характеристик объекта, относящихся к его способности удовлетворять установленные и предполагаемые потребности» [6].

По определению ГОСТ Р, Торговля. Термины и определения: «торговое обслуживание – деятельность продавца при непосредственном взаимодействии с покупателем, направленная на удовлетворение потребностей покупателя в процессе приобретения товара и услуги». «Качество торгового обслуживания – совокупность характеристик процесса и условий торгового обслуживания покупателей» [1].

Как отмечают многие авторы, «высокое качество осуществления торговых процессов по удовлетворению спроса покупателей при должном уровне культуры обслуживания – это основная задача торгового обслуживания» [2, 4, 5, 7].

Безусловно, разграничение в понятиях качества торгового обслуживания на какой-то территории и качество обслуживания на конкретном предприятии торговли присутствует. Так, критериями для оценки *качества торгового обслуживания на территории* могут выступать: степень обеспеченности населения торговой площадью (в кв.м. на 1 тыс. чел.); коэффициент плотности торгового предприятия в районе обслуживания; среднее количество потенциальных покупателей на 100 м торговой площади, человек на 100 кв.м; уровень специализации торговой сети; средний размер предприятия торговли по масштабам торговой площади (кв.м на одно предприятие); затраты времени покупателей на совершение покупки в зависимости от месторасположения торговых предприятий и др. [4].

Качество обслуживания на *отдельном предприятии торговли* можно оценивать с помощью следующих критериев: устойчивость и широта ассортимента; соблюдение технологии обслуживания покупателей, которая оказывает влияние на время, затрачиваемое покупателями на приобретение товаров в конкретном магазине; издержки потребления – затраты времени покупателя на дорогу в магазин и обратно; затраты времени на повторное посещение магазина или нескольких магазинов в случае отсутствия необходимого товара, расчет за покупку и получение необходимого товара с использованием новых технических средств; организация торговой рекламы и информации, в т.ч. с использованием новых технических средств [2, 4].

Однако с появлением и активным развитием Интернета как мощного коммуникативного средства, когда все большая часть активных потребителей пользуется покупками онлайн достоверно оценивать качество и культуру обслуживания на предприятиях торговли становится сложнее [3, 7, 9]. Известное правило, что 2/3 всех решений о покупке покупатель принимает непосредственно в розничном торговом предприятии может быть пересмотрено: теперь покупатель выбирает не просто сам товар, а более выгодный ему канал. Как отмечает представитель компании GFK Rus, М. Безуглова, у покупателя появились новые требования:

- свобода как удобство: при совершении покупок через электронные устройства, для него важна простота использования, интуитивно понятный интерфейс, технологии, которые легко освоить;

- ускорение: терпение потребителей быстро иссякает. За последние десять лет устойчивое внимание человека снизилось с 12 минут до 5 минут. А привлечение внимания – с 12 секунд до 8 секунд.

- близость: большинство людей ценит свое время и мало, кто поедет за покупкой на другой конец города – скорее, покупатель закажет привезти ее на дом. В том числе, в связи с этим, очень сильно выросло многоканальное поведение при поиске и покупке товаров и услуг – теперь эта цифра достигла порядка 34 % по всем категориям [10].

Сеть SELA для удержания клиентов использует персональные рассылки. «База клиентов компании – 1 млн. человек, и 84% из них имеют скидочные карты, а значит, внесены в базу и получают персонализированные рассылки. Например, мама, купившая 6-летнему ребенку куртку, на следующий сезон получит выгодное предложение на покупку новой куртки для подросткового школьника. Если 70% рассылок проходит через смс, что недешево обходится компании, то в будущем SELA планирует перейти на e-mail рассылки, что гораздо выгоднее [10].

Важным достоинством Интернет-торговли является возможность ознакомиться с заказываемым товаром: информационные технологии предоставляют покупателю больше нужной информации. При этом, дополнительную информацию можно почерпнуть на форумах и гостевых книгах [7]. Социальные сети способствуют формированию покупательских сообществ, что позволяет покупателям становиться более компетентными и избирательными при выборе товаров, что безусловно затрудняет оценку инвестиционных рисков в продвижении своих товаров многими компаниями [7, 8].

Получается, качество торгового обслуживания для современного покупателя определяется соотношением его ожиданий, возросших требований в качестве оказания услуг и альтернативных каналов продажи товаров. Культура торгового обслуживания опосредована совокупностью характеристик предоставления достоверной и полной информации о товарах, условий процесса торгового обслуживания, определяемых профессионализмом обслуживающего персонала и качеством.

Список литературы

1. ГОСТ Р 51303-2013 Торговля. Термины и определения.
2. Иванов Г.Г., Майорова Е.А. Нематериальные активы в повышении эффективности розничной торговли. Статья // Экономика. Бизнес. Банки. – 2016. – №3 (16) – С.68-80.
3. Ильяшенко С.Б. Дополнительные услуги как фактор увеличения продаж в электронной торговле в сборнике: взаимодействие науки и общества: проблемы и перспективы. Сборник статей международной научно – практической конференции. ответственный редактор: Сукиасян Асатур Альбертович. Уфа, 2016. С. 60-62.
4. Калугина С.А., Макаров А.А. Аспекты оценки работы персонала торговой организации в контексте культуры обслуживания // Современные тенденции развития науки и технологий. 2016 г. №11-11. С.52-55
5. Красюк И.Н., Калугина С.А. Месторасположение розничного торгового предприятия в контексте обеспечения его конкурентоспособности // Regional socio-humanitarian researches: history and contemporary. Materials of the V international scientific conference on January 25-26, 2016. – Prague: Sociosfera-CZ, 2016
6. Лифиц И.М. Товарный менеджмент: учебник для прикладного бакалавриата / И.М. Лифиц, Ф.А. Жукова, М.А. Николаева. – М.: Издательство Юрайт, 2014. – 405 с.
7. Никишин А.Ф., Иванов Г.Г. Социальная эффективность дистанционной торговли // Современные тенденции развития науки и технологий. 2016 г. №9-4. С.84-86
8. Урясьева Т.И. Инвестиционные риски в маркетинге: учебное пособие. – М.: ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2014 (Вузовский учебник).
9. Mayorova E.A., Nikishin A.F., Pankina T.V. INTERNET AS A FACTOR OF DEVELOPMENT OF REGIONAL GOODS DISTRIBUTION / Sustainable economic development of regions. Vienna, 2016. С. 24-33.
10. www.retail.ru

СОЦИАЛЬНАЯ РОЛЬ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ В ФОРМИРОВАНИИ ПОКУПАТЕЛЬСКОГО ПОВЕДЕНИЯ

Депутатова Е.Ю.

старший преподаватель, канд. экон. наук,
Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова,
Россия, г. Москва

Малых Т.В.

старший преподаватель,
Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова,
Россия, г. Москва

Розничная торговля осуществляет важнейшую функцию – взаимодействие с потребителями на разных уровнях: культурном, экономическом, эстетическом, определяя тем самым уровень качества жизни российских потребителей. Оказывая влияние на формирование спроса покупателей, она определяет важную социальную роль. В статье рассматривается социальная роль розничной торговли и то, как предпочтения российских потребителей обеспечивают ее трансформацию.

Ключевые слова: социальная роль торговли, социальный эффект, покупательское поведение, качество обслуживания.

Вопросам социальной роли и оценке эффективности отечественной торговли в рыночной торговле посвящено много работ, поскольку она оказывает существенное влияние на качество жизни потребителей, обеспечивая их товарами и услугами. Торговое обслуживание оказывает влияние на эмоциональное состояние покупателей и если покупателю предоставляется возможность с наименьшими затратами времени и максимально комфортными условиями приобрести в магазине необходимые товары, то можно говорить о высоком уровне обслуживания и выполнении социальной роли торговли [3, 5, 7, 8]. При этом, большинство авторов сходятся во мнениях, что оценка ее социальной эффективности сложна и объективно невыполнима по ряду причин:

- социальный эффект сложно измерить в связи с тем, что некоторые параметры нуждаются в качественной оценке, например, высокий или низкий уровень культуры обслуживания сотрудниками магазина, степень завершенности покупки и т.д.;
- доходы и платежеспособность населения, уровень цен, качество самих товаров, информирование потребителей, виды маркетинговых коммуникаций обуславливают социальный эффект, а от самой сферы торговли он может и не зависеть;
- отсутствие интегрального показателя, с помощью которого можно оценить социальный эффект [4, 6, 7].

Под социальным эффектом торговли потребительскими товарами принято понимать ее высокую результативность для всех членов общества: удо-

влетворение платежеспособного спроса населения, экономия времени на выборе товаров, сокращение издержек потребления [4].

В качестве основных показателей качества обслуживания покупателей, способов их оценки авторы предлагают следующие (таблица).

Таблица

**Система показателей качества обслуживания покупателей
на предприятиях розничной торговли**

Показатель	Способы оценки
Устойчивость и широта ассортимента	Коэффициент стабильности товара за определенный отрезок времени в соответствии с типом магазина
Соблюдение технологии обслуживания покупателей	Соответствие фактической технологии обслуживания норматива определенного магазина
Профессиональные качества и навыки сотрудников магазина	Уровень компетенций сотрудников торгового зала магазина, периодичность повышения квалификации, прохождения тренингов и тематических семинаров по культуре обслуживания.
Степень завершенности покупки	Доля покупателей, совершивших покупки к общей численности посетителей отдела за определенный промежуток времени
Качество обслуживания покупателей	Оценка качества обслуживания по результатам (анкетного) опроса покупателей

Глобальные изменения маркетинговой среды оказывают огромное влияние на формирование потребностей потребителей, их трансформацию. То, что сегодня потребитель избалован обилием однотипных товаров, является результатом стремления розничных операторов экономить на издержках производства и предложить потребителю достойные по качеству товары по привлекательной цене. С другой стороны, желание потребителей быть современными, идентифицированными известными брендами, подталкивает последних выбирать некоторые категории товаров преимущественно с иностранными названиями. Многие сетевые операторы на рынке одежды представлены иностранными брендами (SELA, Zolla, Zarina и др.), хотя зарегистрированы на территории РФ, а пошивом одежды занимаются в Китае, Бангладеше или Корее, где производство дешевле. Социальные сети, играющие важную социальную роль, также способствуют их продвижению [7, 8, 10]. Факторы, которые обуславливают данные переменные, рассмотрены в работе авторов [3, 6, 9]. Безусловно, высокий уровень профессионализма сотрудников розничных торговых предприятий и приятная атмосфера в торговом зале магазина вызывают желание посетителей подольше находиться в торговом зале магазина и приятно проводить там время, и как следствие, совершать больше покупок. С другой стороны, достоинства дистанционной торговли, заключающиеся в отсутствии необходимости каких-либо логистических операций до совершения отгрузки товаров, связывают и с определенными недостатками – дополнительными затратами времени на выбор товаров и совершение покупки [2, 3, 4, 7].

Таким образом, утверждение, что «высокое качество осуществления торговых процессов по удовлетворению спроса покупателей при должном

уровне культуры обслуживания – это основная задача торгового обслуживания и выполнение ее социальной роли в обществе» абсолютно справедливо и практически доказано [1, 4, 6, 7].

Список литературы

1. ГОСТ Р 51303-2013 Торговля. Термины и определения.
2. Ильяшенко С.Б. Особенности продвижения товаров и услуг в социальных сетях. В сборнике: Стратегии устойчивого развития национальной и мировой экономики. Сборник статей Международной научно-практической конференции. Ответственный редактор: Сукиасян Асатур Альбертович. 2016. С. 147-150.
3. Калугина С.А., Макаров А.А. Аспекты оценки работы персонала торговой организации в контексте культуры обслуживания // Современные тенденции развития науки и технологий. 2016 г. №11-11. С. 52-55.
4. Никишин А.Ф., Иванов Г.Г. Социальная эффективность дистанционной торговли // Современные тенденции развития науки и технологий. 2016. №9-4. С.84-86.
5. Перельман М.А. Качество обслуживания как фактор конкурентоспособности предприятий розничной торговли. В сборнике: Современная наука: теоретический и практический взгляд. Сборник статей Международной научно-практической конференции: в 4-х частях. 2016. С. 253-258.
6. Рамазанов И.А., Парамонова Т.Н., Урясьева Т.И. Влияние маркетинговой среды на традиции потребления россиян // Практический маркетинг. №11 (225). 2015. С. 21-27.
7. Урясьева Т.И., Николаева Т.И. Маркетинговые стратегии российских предприятий при спаде покупательской активности // Практический маркетинг. 2016. № 11 (237). С. 34-39.
8. Шальнова О.А., Зинцова М.В. Влияние современных тенденций рынка одежды на ассортиментную матрицу торговых предприятий // Практический маркетинг. 2016. №4 (232). С. 26-32.
9. Mayorova E.A., Nikishin A.F., Pankina T.V. INTERNET AS A FACTOR OF DEVELOPMENT OF REGIONAL GOODS DISTRIBUTION / Sustainable economic development of regions. Vienna, 2016. С. 24-33.
10. www.retail.ru

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КОМПАНИИ

Дьякова С.С.

Новосибирский государственный университет экономики
и управления «НИНХ», Россия, г. Новосибирск

В статье проводится сравнительный анализ наиболее распространенных показателей VBM-концепции: EVA, SVA и MVA, изучаются достоинства и недостатки каждого показателя, а также выявляются критерии их сравнения.

Ключевые слова: эффективность деятельности компании, EVA, SVA, MVA, VBM-концепция.

Для того чтобы оценить эффективность деятельности компании и рассчитать ее стоимость в 80-90-е гг. XX века было разработано множество по-

казателей, основывающиеся на экономической прибыли. В настоящее время наиболее распространены три, а именно:

1. Показатель экономической добавленной стоимости (Economic Value Added, EVA);
2. Показатель акционерной добавленной стоимости (Shareholder Value Added, SVA);
3. Показатель рыночной добавленной стоимости (Market Value Added, MVA).

Каждый показатель применяется с определенной целью, подразумевает свои способы расчета, имеет достоинства и недостатки.

Показатель экономической добавленной стоимости (EVA) является одним из широко используемых методов оценки стоимости предприятия, а также играет важную роль в оценке эффективности бизнеса. Показатель EVA разработан и зарегистрирован как торговая марка консалтинговой фирмой США «Stern Stewart & Co». Фактически EVA «определяется как разница между чистой операционной прибылью после налогов и альтернативной стоимости инвестированного капитала» [9]. Рассчитывается по формуле:

$$EVA = NOPAT - WACC \cdot IC \quad (1)$$

где NOPAT (Net Operating Profit After Taxes) – чистая операционная прибыль после налогообложения;

WACC (Weighted Average Cost of Capital) – средневзвешенная стоимость капитала;

IC (Invested Capital) – сумма инвестированного капитала.

Показатель акционерной добавленной стоимости (SVA) так же применяется для определения стоимости бизнеса и эффективности инвестиционных решений. Показатель SVA является зарегистрированной торговой маркой консалтинговой компании «L.E.K. Consulting». Определяется как «прирост между двумя показателями – стоимостью акционерного капитала после некоторой операции и стоимостью того же капитала до этой операции» [8]. Рассчитывается по формуле:

$$SVA = PV \cdot NOPAT - PV \cdot IC \quad (2)$$

где PV (Present Value) – текущая стоимость компании.

Показатель рыночной добавленной стоимости (MVA) является частным случаем EVA. Авторские права на него так же принадлежат компании «Stern Stewart & Co». Показатель MVA «равен дисконтированной стоимости будущих ожидаемых EVA» [9]. Показатель MVA позволяет определить величину превышения рыночной капитализации компании над стоимостью собственного капитала.

MVA = Рыночная стоимость акций –

балансовая стоимость собственного капитала компании (3)

Для проведения сравнительного анализа показателей были выявлены критерии сравнения, приведенные в таблице.

Таблица

Сравнительный анализ показателей VBM-концепции

Критерии сравнения	EVA	SVA	MVA
Расчёт стоимости компании	+	+	–
Определение эффективности компании в целом	+	–	+
Определение эффективности компании по отдельным отраслям	+	–	–
Определение эффективности инвестиционных решений	–	+	–
Определение величины превышения рыночной капитализации над стоимостью собственного капитала	–	–	+
Оценка стратегий	–	+	–
Цель применения – увеличение стоимости компании	+	+	–
Стимулирование менеджеров к улучшению показателей	+	+	–
Определение вознаграждений	+	+	–
Ограниченность периода прогнозирования	–	+	+
Использование большого количества поправок при расчетах	+	–	–
При расчетах учитывается фактор риска	+	–	–
Влияние факторов	+	+	+

На основании таблицы можно сделать выводы, что с помощью показателя EVA можно рассчитать стоимость компании (при этом учитывается фактор риска), определить эффективность компании, как в целом, так и по отдельным отраслям [6].

Кроме того, показатель EVA стимулирует менеджеров принимать решения, которые будут приносить выгоду, как в краткосрочной, так и в долгосрочной перспективе. EVA также является показателем для измерения качества управленческих решений [2]. Положительное значение показателя говорит об увеличении стоимости компании, отрицательное же значение указывает о снижении ранее созданной стоимости [3]. Руководство может увеличивать стоимость компании, используя факторы, включенные в модель EVA.

Несколько вариантов увеличения стоимости:

1. За счет сокращения величины затрат и увеличения дохода от реализации.

2. За счет расширения бизнеса, то есть через инвестирование в проекты, рентабельность которых будет превышать затраты на капитал, привлеченный в реализацию проекта.

3. С помощью повышения эффективности управления активами, что подразумевает продажу убыточных, непрофильных активов, уменьшение сроков оборачиваемости дебиторской задолженности и запасов и т.д.

4. Путем управления структурой капитала, ведущего к снижению средневзвешенной стоимости капитала, а, следовательно, к наращению стоимости компании.

Следует отметить, что показатель EVA может выступать в качестве более эффективного инструмента мотивации компании, нежели прибыль [4]. Например, в некоторых странах система вознаграждения менеджеров зависит от колебаний показателя EVA. Такая система мотивирует сотрудников на це-

литься на результат, ведь положительные значения показателя выгодны, как для менеджеров, так и для собственников компании.

Однако, применяя показатель EVA на практике, можно столкнуться с некоторыми трудностями в расчете. Так, при расчете показателя NOPAT применяется большее 160 корректировок, не все из которых можно применить к российским компаниям. Кроме того, для вычисления показателя WACC требуется рассчитать рыночную стоимость компании, но многие фирмы используют стоимость компании, основанную на бухгалтерских данных, а это является нарушением при использовании WACC. Поэтому показатель EVA необходимо адаптировать к российским компаниям и детально изучить расчет всех его составляющих [5].

В свою очередь, показатель SVA также определяет стоимость компании. Но преимуществом является то, что с помощью показателя SVA оценивается рыночная стоимость инвестированного капитала, и нет необходимости использовать множество поправок при расчете чистой операционной прибыли (NOPAT) и инвестированного капитала (IC).

Акционерная добавленная стоимость позволяет оценить эффективность стратегических планов развития компании, определить вознаграждение CEO (осуществляется «привязка» вознаграждений менеджеров к конкретным результатам реализации стратегии) [1].

Последний исследуемый показатель – показатель MVA. Он применяется для определения величины превышения рыночной стоимости акций фирмы над стоимостью собственного капитала, т.е. «дополнительная» стоимость компании, созданная для ее акционеров сверх привлеченного капитала.

При расчете показателя MVA следует учитывать, что разница между рыночной и балансовой стоимостью компании отражает факт «добавления» рыночной стоимости, которая не указывается в финансовой отчетности. Как следствие, максимизация добавленной стоимости – одна из важнейших стратегических целей компании в рамках MVA [7].

Если эффективность деятельности компании будет оцениваться с помощью показателя MVA и при этом система стимулирования менеджеров будет привязана к нему, то управленческий персонал может начать принимать решения, которые оказывают краткосрочное влияние на стоимость акций, при этом будет наблюдаться увеличение стоимости, но эти решения будут нести разрушающий характер в долгосрочной перспективе.

Так же следует отметить, что MVA не учитывает альтернативные издержки инвестиционного капитала, промежуточные денежные поступления акционеров и не может быть рассчитана для отдельной отрасли.

В заключение следует сказать, что выбор наилучшего показателя для оценки эффективности деятельности компании зависит от целей исследования. EVA используется для длительного прогнозирования и наблюдения динамики развития компании, SVA – для оценки эффективности осуществляемых инвестиционных проектов, а MVA позволяет определить величину превышения рыночной капитализации компании над стоимостью собственного капитала.

Список литературы

1. Берлин С.И., Зими́на Н.О. Сравнительный анализ методов VBM-подхода // Современная научная мысль. 2016. №2. С. 105-111.
2. Водзинская Э.В., Рахтиенко Я.Е. Теоретические аспекты показателя EVA в рамках концепции управления стоимостью компании // Современные тенденции развития науки и технологий. 2016. №3-9. С. 32-35.
3. Водзинская Э.В. Оценка стоимости компаний российского рынка разработки программного обеспечения методами DCF и EVA // Экономические исследования и разработки. 2016. № 4. С. 163-168.
4. Дасени В.Б., Самолина С.А., Стрельникова Ю.С. Особенности применения показателя EVA в расчете рыночной стоимости компании // В сборнике: Инновационная наука: прошлое, настоящее, будущее сборник статей Международной научно-практической конференции: в 5 частях. 2016. С. 131-135.
5. Дьякова С.С. Использование показателей EVA и ROE при проведении инвестиционного анализа в интересах стейкхолдеров компании // Современные тенденции развития науки и технологий. 2016. № 10-9. С. 26-31.
6. Дьякова С. С., Красовская А. Н. Новые подходы к расчету показателя EVA в российской практике // Современные тенденции развития науки и технологий. 2016. № 4-9. С. 46-49.
7. Стришко Д.Н. Оценка рыночной стоимости компании как один из показателей качества финансового менеджмента организации // Вестник Ростовского государственного экономического университета (РИНХ). 2011. № 34. С. 90-97.
8. Степанов Д. Value-Based Management и показатели стоимости [Электронный ресурс] URL: http://www.cfin.ru/management/finance/value-based_management.shtml (дата обращения: 08.12.2017).
9. Stern Stewart & Co [Электронный ресурс] URL: <http://www.sternstewart.com> (дата обращения: 08.12.2017).

**ВЛИЯНИЕ РАЗЛИЧНЫХ ФАКТОРОВ НА ФОРМИРОВАНИЕ
ЖЕЛАНИЯ ВЫПУСКНИКОВ СЫКТЫВКАРСКОГО ЛЕСНОГО
ИНСТИТУТА РАБОТАТЬ В ЛЕСНОМ КОМПЛЕКСЕ РЕСПУБЛИКИ**

Иваницкая И.И.

заведующая кафедрой менеджмента и маркетинга, канд. экон. наук, доцент,
Сыктывкарский лесной институт, Россия, г. Сыктывкар

Сандригайло Л.З.

доцент кафедры менеджмента и маркетинга, канд. экон. наук, доцент,
Сыктывкарский лесной институт, Россия, г. Сыктывкар

В статье рассматриваются проблемы в обеспечении кадрами лесной отрасли Республики Коми, а также оценка желаний и готовности работать в отрасли студентов старших курсов лесных направлений обучения Сыктывкарского лесного института.

Ключевые слова: кадры, качество обучения, лесной комплекс, выпускники вузов, трудоустройство.

Лесные ресурсы являются конкурентным преимуществом республики Коми, которые могли бы обеспечить ей стратегическое преимущество как на

российском пространстве, так и на мировом рынке. Республика располагает крупнейшей в России лесосырьевой базой. Покрытая лесом площадь составляет более 29 млн. гектаров. Запас спелых и перестойных насаждений составляет 1,49 млрд. куб. м., 80% лесного фонда республики – ценные хвойные леса. разрешенный годичный отпуск древесины из лесного фонда составляет свыше 26 млн. куб. м. по рубкам главного пользования. Стабильно-оптимистичным назвал состояние лесной отрасли Коми заместитель председателя правительства республики – министр промышленности, природных ресурсов, транспорта и энергетики Николай Герасимов. Сегодня из 8,5 миллиона заготавливаемых кубов практически вся древесина проходит в республике глубокую переработку. 90% производимой отраслью продукции идет на экспорт. По выпуску практически всех продуктов лесного комплекса, согласно прогнозу, ожидается рост примерно на 10% в год [3].

Возможность такого устойчивого развития лесной отрасли можно достичь, имея квалифицированных специалистов. В Республике Коми систематически проводятся исследования в области развития лесопромышленного комплекса, и особое внимание уделяется разработке рекомендаций по формированию кадровой политики в отрасли. Так два года назад проведенный анализ общего уровня квалификации сотрудников предприятий лесной отрасли Республики Коми выявил, что у 43 % компаний работники не имеют достаточной квалификации для достижения целей своей организации. У 31% компаний наличие данной проблемы возможно, однако в целом руководство удовлетворено результатами работы и выполнением поручений и заданий сотрудниками. 26% компаний из опрошенных, по результатам анализа, имеют персонал достаточной квалификации для эффективного выполнения своих функций [4].

В республике разработана Государственная программа «Развитие лесного хозяйства», где утверждены контрольные цифры потребности в трудовых ресурсах, Общая потребность в трудовых ресурсах в отрасли должна возрасти за 5 лет на 15 %, а с высшим образованием в 3 раза [1].

Проблемы подготовки кадров для лесной отрасли стоят остро не только в Республике Коми, но и в целом по стране. Заместитель председателя НМС по лесному хозяйству, доцент МФ МГТУ им. Н.Э. Баумана Щербаков Е.Н., выступая на 8 международном форуме «Лес и человек» в Москве в октябре 2016 года отметил, что в 2016 году принято на бюджет по всем вузам РФ на лесные специальности 3195 чел., на контракт – 82 чел., доля принятых бакалавров на платные места всего 2,5 %, что говорит о низкой заинтересованности молодежи идти учиться по этим направлениям [2].

Ректор Санкт-Петербургского государственного лесотехнического университета имени С. М. Кирова Беленький Ю.И. отметил, что более 50 % выпускников не работают по полученной в университете специальности. При этом более 50% руководящих кадров всех уровней лесной, деревообрабатывающих и мебельных предприятий в СЗТО (включая все малые предприятия и собственников частного бизнеса) не имеют специального образования (хотя при этом они имеют необходимые для работы знания, умения, компетенции).

Это говорит о дисбалансе потребности и предложения специалистов с образованием лесотехнического профиля. Исследования показали, что менее 30% студентов выбирали обучение в СПбГЛГУ, имея намерение работать по специальности. к окончанию обучения этот показатель уменьшается наполовину [2].

Однако выпускники Сыктывкарского лесного института сталкиваются с сложностями по трудоустройству по специальности. В ноябре 2016 года в Сыктывкарском лесном институте был проведен опрос студентов с целью оценки их желаний и готовности работать в лесной отрасли республики Коми. В опросе участвовали 103 студента дневного отделения, которые обучаются по следующим образовательным программам бакалавриата в области подготовки кадров для лесной отрасли: Технологические машины и оборудование (профиль Машины и оборудование лесного комплекса – МиОЛК); Химическая технология (профиль Технология и оборудование химической переработки древесины – ТиОХПД); Лесное дело (профиль Лесное хозяйство – ЛХ); Технология лесозаготовительных и деревоперерабатывающих производств (профиль Технология деревообработки – ТД); Ландшафтная архитектура – ЛА.

При ответе на вопрос «Связываете ли вы свою будущую профессиональную деятельность с лесным комплексом?» «ДА» ответили 70 человек или 68%. А на вопрос «Готовы ли вы остаться работать в республике?» положительно ответили 87 человек или 84 %. Можно констатировать, что студентов старших курсов нацелены на выбранные профессии и хотят участвовать в развитии лесной отрасли, а не просто поступили ни имеющиеся бюджетные места.

При проведении исследований были осуществлены попытки выявить причины, по которым не все будущие специалисты проявляют желание и готовность работать в отрасли. Как выяснилось при устных беседах, часть студентов опасались, что в отрасли кризис и поэтому вакансий не бюджет в ближайшее время, что и потребует от них поиска работы в других сферах деятельности. В связи с этим в процессе исследований наряду с прямыми вопросами были заданы вопросы по оценке состояния лесного комплекса Республики Коми. Как достаточно устойчивое оценили 39 человек или 40%, как нестабильное, но с перспективами роста – 50 человек или 49 %, и только 14 человек отметили, что лесной комплекс находится в глубоком кризисе. Таким образом большинство студентов все-таки верят в перспективное развитие лесного комплекса республики.

Под инновационным развитием лесной отрасли студенты в первую очередь понимают рациональное и комплексное использование лесных ресурсов, изменение технологий лесозаготовки и переработки и использование современных информационных технологий.

На первое место по важности среди направлений развития лесного комплекса Республики Коми студенты поставили строительство лесных дорог, затем формирование новой государственной концепции в управлении лесным комплексом, а также внедрение мирового опыта в лесопользовании.

При этом студенты не считают таким же важным освоение новых рынков и принципиальное изменение в подготовке кадров для отрасли. Когда же студентов попросили оценить качество их подготовки как специалистов и выделить наиболее актуальные вопросы в обучении, то практически все отметили как очень значимую проблему приобретения практических навыков и способность выполнять требуемые на предприятиях профессиональные функции. Студенты отметили, что готовность работы по своей специальности выросла бы, если бы они лучше знали отрасль, производственную специфику, компетенции по выбранной специальности. Для этого, считают студенты, надо приблизить обучение к профессиональной деятельности за счет переноса части занятий на производство, увеличить количество часов по производственным практикам, чаще привлекать руководителей и специалистов к проведению занятий в институте. И это действительно единственно правильный путь повышения качества подготовки кадров для лесной отрасли – соединение теоретического обучения в вузе с производственным на рабочем месте на предприятиях лесного комплекса.

Надо помнить, что в реальной жизни не экономика тащит образование, а образование должно тащить экономику. Экономика, отвергающая знания, имеет в результате кризис. Сегодня же сложилась ситуация, что студент с багажом знаний не нужен, руководители на рабочих местах требуют от выпускников выполнения простейших операций. В России восприятие учебы как серьезного труда выпало из сферы общественного понимания. Получение диплома – вот цель. Нарботанное наукой не используется практикой.

Несколько лет назад в Сыктывкарском лесном институте опрашивали руководителей и сотрудников предприятий лесной отрасли, как строится у них обучение персонала, и выводы, которые были получены не потеряли актуальности. Так было выявлено, что обучение проходят в основном среднее и низовое звено, а высшее звено, топ-менеджеры, практически никогда не повышают квалификацию, оно не направлено на решение конкретных бизнес-задач предприятия, нет увязки: проблемы предприятия – обучение для их решения. Работа с резервом на выдвижение не всегда понятна сотрудникам, решения о продвижении по службе носят закрытый характер, не всегда связаны с квалификацией работника, чаще с его лояльностью к начальству. Не организована передача опыта на ключевых должностях, нет коучинга, наставничества.

Одновременно с этим опросом мы просили высказаться студентов заочной формы обучения Сыктывкарского лесного института, как они оценивают отношение руководства их компаний к образованию. После обработки данных оказалось, что многие студенты крайне недовольны тем, как их руководители относятся к образованию вообще, и к вопросам обучения их сотрудников в частности. Вот наиболее часто встречающиеся высказывания студентов: руководители не дают возможности полноценно обучаться заочникам, не позволяют своим сотрудникам выполнять курсовые и дипломные работы на материалах предприятия, не пускают студентов ВУЗов на практику, закрывают всю информацию, не поощряют тех, кто повышает квалифи-

кацию, учиться в вузе, не разрешают выходить в оплачиваемый отпуск, грозя увольнениями, то есть не только не создаются условия для приобретения обучающимися сотрудниками необходимых профессиональных компетенций, но, наоборот, зачастую чинятся препятствия для дальнейшего профессионального роста.

Невостребованность бизнесом инновационных идей в лесной отрасли во многом объясняется инертностью, стереотипами, отсутствием гибкости и адаптивности к изменяющимся условиям у существующих руководителей и специалистов, что требует обновления кадров, более активного использования потенциала молодых специалистов, уже готовых к инновациям или, по крайней мере, способных быстро обучиться всему новому.

Таким образом, необходимо использовать новые подходы для повышения привлекательности лесного образования.

Список литературы

1. Государственная программа в редакции от 16.12.2017 г. №583 «О внесении изменений в постановление Правительства Республики Коми от 28 сентября 2012 г. № 415 «Об утверждении Государственной программы Республики Коми «Развитие лесного хозяйства». <http://mpr.rkomi.ru/page/14474/>.
2. 8-ой международный форум «Лес и человек». г. Москва 26.10.2016. <http://www.mgul.ac.ru/news/2016/news131.shtml>.
3. В лесопромышленном комплексе Коми прогнозируется ежегодный 10% рост. <https://www.bnkomi.ru/data/news/57251>
4. Оганезова Н.А. Формирование механизмов устойчивого развития лесной отрасли (на примере Республики Коми): дис. канд. экон. наук. Сыктывкар 2014. 120 с. <http://www.smtu.ru/rus/nauka/dissovvet/persons/oganezova/dissertacija.pdf>

ЗАТРАТЫ ВРЕМЕНИ СОТРУДНИКОВ ВЕТЕРИНАРНОЙ ЛАБОРАТОРИИ

Иванов Ю.В.

профессор кафедры экономики, д-р экон. наук, доцент,
Международный университет природы, общества и человека,
Россия, г. Дубна

В статье рассматриваются вопросы изучения затрат рабочего времени сотрудников ветеринарной лаборатории. Они изучаются методом самофотографии сотрудников. На основе полученных результатов разработана классификация затрат рабочего времени.

Ключевые слова: ветеринарная лаборатория, сотрудники, производственный отдел самофотография, классификация, затраты времени.

В настоящее время продолжается восстановление и развитие существовавших до 1991 года методов организации производства и труда работников предприятий и организаций. Существенное место среди них занимают методы управления персоналом [1].

Нормирование труда сотрудников ветеринарных лабораторий представляет собой актуальную задачу. Существующие методические материалы

не дают возможность установить близкие к реальности нормы затрат труда на проводимые ветеринарные исследования, так как слабо учитывают специфику труда сотрудников [2]. Для разработки методик нормирования труда необходимо изучение затрат и потерь рабочего времени сотрудников. Для этого используются три источника:

- регламенты проведения исследований;
- существующие методические материалы;
- результаты фотографий рабочего времени сотрудников.

В рамках договора были проведены исследования в одной из ветеринарных лабораторий Россельхознадзора. Основными задачами лаборатории являются лабораторные исследования, направленные на диагностику и профилактику болезней животных и птиц; лабораторные исследования по показателям безопасности и качества животноводческой и растениеводческой продукции и кормов и некоторые другие.

Затраты и потери рабочего времени сотрудников изучались методом самофотографий рабочего времени [3]. Самофотография рабочего времени проводится самим работником. При этом выявляются и фиксируются только потери рабочего времени, не зависящие от работника, отмечаются причины их возникновения. Метод требует тщательной подготовки и обязательного инструктажа наблюдателей-участников. В ходе инструктажа подробно поясняются задачи и техника проведения наблюдения.

Наилучшие результаты метод самофотографии показывает при изучении затрат и потерь рабочего времени специалистов и служащих. В этом случае они записывают все виды выполняемых работ и потерь рабочего времени. При обработке самофотографий изучаются работы, выполняемые работником, сравниваются с должностными инструкциями. На основе самофотографий делается анализ трудовых процессов работника, подразделения, состав работ оптимизируется. На этой основе, в дальнейшем, выполняются расчеты необходимой численности работников данного подразделения.

В процессе исследования изучались затраты и потери времени сотрудников трех производственных отделов. Всего было проведено и обработано более 200-т самофотографий 30-и сотрудников, проводимых в течение двух недель.

Основные виды затрат и потерь рабочего времени ветеринарных работников приведены в таблице.

Таблица

**Классификация затрат рабочего времени
ветеринарного работника производственного отдела**

Виды затрат времени	Содержание затрат времени	Индекс
1	2	
Время оперативной работы	Проведение лабораторных и других исследований Заполнение журналов и электронных таблиц	ОП-1 ОП-2
Время организационно-технического обслуживания рабочего места в начале, в течение и конце рабочей смены	Организационное обслуживание Подготовка и уборка рабочего места в начале и конце рабочей смены; надевание и снятие спецодежды и обуви; перемещение работника по лаборатории; проверка правильности выполненной работы	ОО-1

Окончание табл.

1	2	
	Техническое обслуживание Проверка технических средств; подготовка бланков Информационное обслуживание Консультации и обсуждения в процессе выполнения задания; производственные совещания; ведение внутреннего учета	ОО-2 ОО-3
Подготовительно-заключительное время на выполнение задания	Получение задания на работу; получение и ознакомление с документацией; подготовка и уборка рабочего места для каждой работы; обсуждение результатов законченной работы; приготовление лабораторных растворов; мытье лабораторной посуды	ПЗ
Время непроизводительной работы	Время на исправление неправильно выполненной работы Другие работы, не входящие в должностные обязанности	НР
Время перерывов, не зависящих от работника	Ожидание и поиск руководителя, соисполнителя, консультанта, ожидание задания, проб, нормативно-справочной документации, необходимых материалов, реактивов, ремонта оборудования, приборов, компьютерного обеспечения	ПО
Время на отдых и личные надобности	Отдых Личные надобности	ОТЛ

Затраты и потери рабочего времени сотрудников ветеринарной лаборатории позволяют определить резервы рабочего времени и после проведения необходимых мероприятий повысить производительность их труда. Кроме того полученные материалы в дальнейшем могут использоваться для нормирования труда работников лаборатории.

Список литературы

1. Иванов Ю.В. Новые методы управления персоналом // www.reges.ru «Проблемы региональной экономики», Дубна, № 28, 2014.
2. Методические рекомендации по нормированию труда ветеринарных сотрудников: инструктивно-методическое издание. – М.: ФГБНУ «Росинформагротех», 2015.
3. Пашуто В.П. Организация, нормирование и оплата труда на предприятии: учебно-практическое пособие / В.П. Пашуто. – 5 изд., стереотип. – М.: КНОРУС, 2009.

АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ДОСТИЖЕНИЯ ФИНАНСОВОЙ СТАБИЛЬНОСТИ МЕСТНЫХ БЮДЖЕТОВ

Кириллова С.С.

доцент кафедры «Финансы и кредит», канд. экон. наук, доцент,
Мичуринский государственный аграрный университет, Россия, г. Мичуринск

Статья посвящена рассмотрению основных предложений по достижению стабильного социально-экономического развития муниципальных образований в условиях финансовой неопределенности.

Ключевые слова: местный бюджет, муниципалитет, финансовая самостоятельность, местные налоги, доходы бюджета, налоговый потенциал.

Состояние финансов местных бюджетов на протяжении последних десятилетий классифицируется как кризисное. При этом на всех уровнях госу-

дарственного управления признают важность для страны органов местного самоуправления. Во всех развитых странах муниципалитеты формируют основы экономической безопасности страны. Однако в России они стали наиболее проблемным звеном бюджетной системы. Устранить это противоречие возможно только путем окончательного упорядочения ситуации в области доходных возможностей и расходных полномочий. Бюджетное законодательство четко определяет разграничение доходов и расходов по уровням бюджетной системы. Однако действующее распределение нельзя признать полностью справедливым. Прежде всего, не в полной мере отвечают своему предназначению местные налоги, установленные законодательством. Их роль в формировании доходов муниципалитетов, к сожалению, не велика. Причем возможности роста налогового потенциала по данным видам поступлений сдерживаются установленными полномочиями. В частности, не определены права местных органов самоуправления в области регулирования сроков постановки на учет объектов недвижимости физических лиц, не установлены полномочия по привлечению к ответственности недобросовестных собственников, не все земли городов и муниципальных районов могут потенциально приносить доход в виде налоговых поступлений.

Финансовая стабильность предполагает уверенность в поступлении финансовых ресурсов в достаточно отдаленной перспективе. Основные же доходообразующие источники муниципалитетов (налог на доходы физических лиц, единый налог на вмененный доход) не достаточно надежны в правовом аспекте. Полагаем, что стабильность должна быть основана на собственной производственной базе. Рассмотрим возможности муниципалитетов на примере бюджета города Мичуринска Тамбовской области. Городу присвоен статус наукограда Российской Федерации. «Появление наукоградов в России связано с необходимостью комплексного решения вопросов социально-экономического развития муниципальных образований с высокой концентрацией научно-технического потенциала» [2, с. 65]. В рамках данной деятельности в городе проводится активная работа по разработке продуктов питания лечебного и профилактического направления. Подготовлены опытные образцы, получены в ряде случаев патенты и одобрение ведущих научно-исследовательских институтов страны на внедрение их в производство. Однако отсутствие реальных инвесторов сдерживает процесс доведения до населения данных продуктов. К сожалению, опытные образцы не получают внедрения в массовое производство. Для города это стало бы первым шагом на пути достижения финансовой стабильности и поддержания статуса города как уникального научно-производственного комплекса, способного решать задачи продовольственной безопасности государственного уровня. Привлечь инвесторов возможно путем тиражирования опыта мичуринских ученых на территории Тамбовской области, близлежащих областей и на всей территории страны. Регулярное проведение различных конференций и круглых столов дает возможность продемонстрировать достижения науки города Мичуринска и показать перспективы внедрения новейших разработок. Особенно эффективно проведение ежегодной Всероссийской выставки «День садово-

да», в рамках которой происходит обмен теоретическими наработками, практическим опытом, подписываются контракты. Исследования, проводимые мичуринскими учеными, могут приносить реальную прибыль. Интеграция усилий научного сообщества, административного корпуса и производственного сектора – база долгосрочного развития муниципалитета, в основе которого будет сформирован реальный сектор экономики. Большие перспективы в данном направлении открываются в связи с созданием в городе Федерального научного центра имени И.В. Мичурина. Именно за ним закреплены полномочия по изучению промышленного спроса на научные исследования. Ученые признают первичность производства и готовы заниматься теми исследованиями, которые будут востребованы реальным производителем. Однако реализация амбициозных планов ученых может быть осуществлена только в условиях роста доходов муниципалитетов и укрепления их финансовых основ. Динамика доходов бюджета города Мичуринска (таблица 1) показывает, что необходима комплексная работа по укреплению финансовых основ муниципалитетов. В противном случае произойдет сужение налогового потенциала и, как следствие, снижение фактических налоговых поступлений.

Таблица 1

**Динамика доходов бюджета города Мичуринска Тамбовской области
за 2012 – 2016 годы**

Показатели	2012 год		2013 год		2014 год		2015 год		2016 год		Откл. в структуре 2016 года от 2012 года, п.п.
	сумма, млн. руб.	уд. вес, %	сумма, млн. руб.	уд. вес, %	сумма, млн. руб.	уд. вес, %	сумма, млн. руб.	уд. вес, %	сумма, млн. руб.	уд. вес, %	
1.Налоговые доходы	339,2	38,9	353,8	36,7	285,0	24,0	313,2	24,0	336,9	22,2	-16,7
2.Неналоговые доходы	55,7	6,4	48,4	5,0	52,8	4,5	56,5	4,3	55,3	3,7	-2,7
3.Безвозмездные перечисления	476,0	54,7	561,9	58,3	848,8	71,5	937,6	71,7	1119,4	74,1	+19,4
Доходы, всего	870,9	100,0	964,1	100,0	1186,6	100,0	1307,3	100,0	1511,6	100,0	X

Из данных таблицы видно, что наблюдается резкое сокращение собственных доходов бюджета города Мичуринска за последние пять лет. Причем снижение прослеживается как в структуре поступлений, так и в абсолютных суммах. Вопреки определенным приоритетам в области укрепления доходов муниципалитетов, происходит сокращение их финансовой самостоятельности. Аналогичная ситуация сложилась в отношении большинства муниципалитетов Тамбовской области (таблица 2).

Таблица 2

**Динамика собственных доходов муниципальных образований Тамбовской области
за 2013-2015 годы, млн. руб.**

Показатели	2013 год	2014 год	2015 год	Отклонение 2015 года от 2013 года (+, -)
В среднем по городам	601,8	563,2	581,0	-20,8
В среднем по муниципальным районам	123,8	129,3	145,1	+21,3
В среднем по всем муниципальным образованиям	235,3	230,6	246,8	+11,5

Следовательно, по-прежнему «...муниципальные образования не полагают реальными возможностями по формированию за счет собственных средств финансовой базы, способной обеспечить выполнение возложенных на них полномочий» [3, с. 65]. Полагаем, что финансовая устойчивость местных бюджетов может стать необходимым фундаментом, обеспечивающим поступательное социально-экономическое развитие России в условиях нестабильности.

Список литературы

1. Бюджетный кодекс Российской Федерации от 31.07.1998 № 145-ФЗ // Информационно-правовое обеспечение «Гарант». – [Электронный ресурс]. – Электрон. прогр. – М., 2017. – Режим доступа: <http://www.garant.ru/>
2. Кириллова С.С., Родюков С.В. Возможности укрепления финансовых основ муниципальных образований с градообразующим научно-производственным комплексом // Финансы и кредит. 2012. № 16. С. 63-67.
3. Родюков С.В. Проблемные вопросы формирования финансовой базы муниципальных образований // Региональная экономика: теория и практика. 2012. № 46. С. 63-66.

ОЦЕНКА ФИНАНСОВОГО СОСТОЯНИЯ НА ОСНОВЕ БУХГАЛТЕРСКОЙ ОТЧЕТНОСТИ ОАО «КРАСНОКАМСКИЙ ЗАВОД МЕТАЛЛИЧЕСКИХ СЕТОК»

Кириянова А.А.

магистрант кафедры «Менеджмент и маркетинг»,
Пермский национальный исследовательский политехнический университет,
Россия, г. Пермь

В статье проведена оценка финансового состояния предприятия. На первом этапе анализа рассмотрены состав и структура активов и пассивов, а также их динамика. После чего рассчитаны показатели финансовой устойчивости предприятия. В завершении работы дана оценка ликвидности и платежеспособности.

Ключевые слова: финансовый анализ, финансовое состояние, бухгалтерская отчетность.

Финансовый анализ является неотъемлемым элементом успешного управления предприятием. Он предшествует принятию управленческих решений: на основе полученных данных, а также позволяет принять наиболее правильное решение, учитывая все возможные факторы. Именно от качества проведенного финансового анализа, в конечном итоге, зависит качество принимаемых управленческих решений, а, следовательно, и качество управления всем предприятием в целом. В процессе анализа выявляются причины и факторы, оказывающие положительное или отрицательное влияние на финансовое состояние.

Целью данной работы является оценка финансового состояния деятельности предприятия ОАО «Краснокамский завод металлических сеток» – торговая марка ROSSET (ОАО «КЗМС»).

Основной продукцией предприятия выступают: тканые синтетические

сетки; тканые металлические сетки из проволоки сплавов цветных металлов, коррозионно-стойкой и низкоуглеродистой стали;

Для достижения поставленной цели необходимо выдвинуть ряд задач:

- 1) провести анализ состава, структуры и динамики активов и пассивов;
- 2) провести анализ финансовой устойчивости;
- 3) провести анализ ликвидности и платежеспособности.

Предметом исследования является финансовое состояние деятельности предприятия.

В качестве объекта исследования выступает пермское предприятие ОАО «КЗМС», функционирующее на рынке промышленных сеток.

Информационной базой, при написании работы, послужила бухгалтерская отчетность предприятия ОАО «КЗМС».

Рассмотрим различные определения финансового состояния, встречающиеся в работах ученых. Например, Е. А. Маркарян и Г. П. Герасименко определяют это понятие так: «Финансовое состояние предприятия – это совокупность показателей, отражающих его способность погасить свои долговые обязательства» [4]. Весьма узкое понятие финансового состояния предприятия предлагает А. И. Ковалев. Он понимает его как «совокупность показателей, отражающих наличие, размещение и использование финансовых ресурсов» [2].

Таким образом, финансовое состояние предприятия можно охарактеризовать наличием и использованием средств, т.е. активов предприятия, и источников их финансирования, т.е. пассивов.

Анализ финансового состояния можно разделить на три этапа.

1 этап. Анализ состава, структуры и динамики активов и пассивов

Для проведения анализа, в первую очередь необходимо составить агрегированный баланс, используя данные бухгалтерской отчетности (таблица 1).

Анализируя актив баланса видно, что имущество предприятия на конец 2015 года уменьшилось на 27 528 тыс.руб., с одновременным снижением запасов на 7,68%. Уменьшение величины внеоборотных активов произошло за счет снижения инвестирования в машины и оборудования в анализируемом периоде, также изменение величины связано с переоценкой основных средств предприятия. Что касается, денежных средств и краткосрочных финансовых вложений, то они имеют тенденцию к увеличению.

Рассмотрев значения группы пассивов, то следует обратить внимание на снижение величины заемных источников: изменение составило 61 504 тыс.руб., или 16,2% по сравнению с предыдущим годом. Величины собственного капитала возросла на 10,5% и в абсолютном выражении составила 33 976 тыс.руб.

Таблица 1

Информация о составе и динамике имущества и источников ОАО «КЗМС»

	Изменение величины показателя				Относительное			
	Абсолютное, в тыс. руб.				за 2014 г.			
	за 2015 г.				за 2015 г.			
	Абсолютная величина показателя				Абсолютное, в тыс. руб.			
	в тыс. руб.				за 2014 г.			
	на 31.12.2013	на 31.12.2014	на 31.12.2015		на 31.12.2013	на 31.12.2014	на 31.12.2015	
Группы активов								
1. Всего активы, в т.ч.:	801 938	717 617	690 089		-84 321	-27 528	0,894853467	0,961639705
1.1. Внеоборотные активы	281 077	246 650	227 819		-34 427	-18 831	87,75%	92,37%
1.2. Оборотные активы, в т.ч.:	520 861	470 967	462 270		-49 894	-8 697	90,42%	98,15%
1.2.1. запасы	339 197	317 801	293 378		-21 396	-24 423	93,69%	92,32%
1.2.2. дебиторская задолженность	165 109	151 028	153 578		-14 081	2 550	91,47%	101,69%
1.2.3. денежные средства и краткосрочные финансовые вложения	16 555	2 138	15 314		-14 417	13 176	12,91%	716,28%
Группы пассивов								
1. Всего источников, в т.ч.:	801 938	717 617	690 089		-84 321	-27 528	89,49%	96,16%
1.1. Собственные источники	326 644	337 965	371 941		11 321	33 976	103,47%	110,05%
1.2. Заемные источники, в т.ч.:	475 294	379 652	318 148		-95 642	-61 504	79,88%	83,80%
1.2.1. долгосрочные заемные источники	240 008	207 690	160 645		-32 318	-47 045	86,53%	77,35%
1.2.2. краткосрочные кредиты и займы	113 156	117 678	100 925		4 522	-16 753	104,00%	85,76%
1.2.3. кредиторская задолженность	122 130	54 284	56 578		-67 846	2 294	44,45%	104,23%

Далее рассмотрим структуру пассивов предприятия и определим за счет, каких источников финансирования сформирован актив (рисунок).

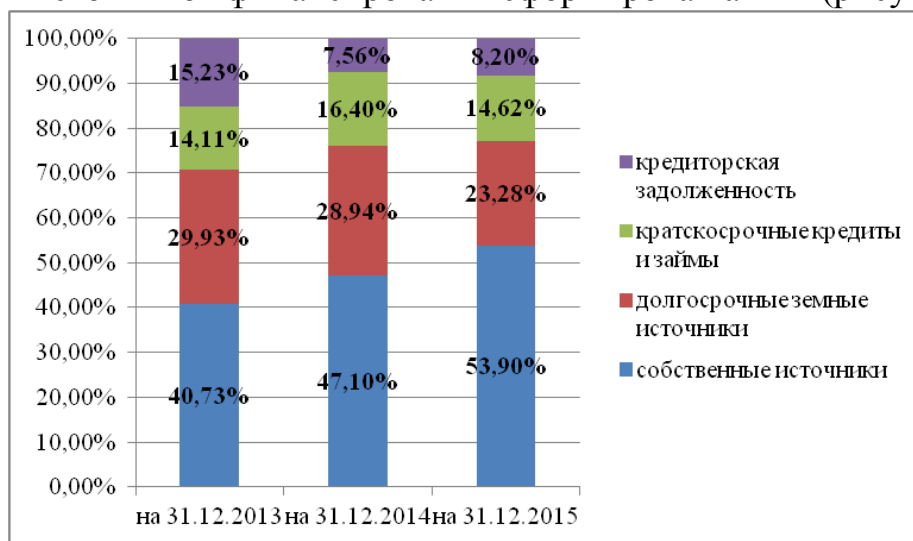


Рис. Структура и динамика пассива баланса ОАО «КЗМС»

Структура пассива за последние три года имеет постоянство в снижении доли долгосрочных и краткосрочных заемных источников. Так доля долгосрочных заемных средств снизилась в 2014 г. на 1,02%, а в 2015 г. изменение составило 5,66%. В свою очередь доля собственных источников в 2015 г. перевалила за половину от общей величины и составила 53,9%, что говорит о снижении зависимости предприятия от внешних кредиторов.

В целом же, изменение за анализируемый период структуры пассивов, а также динамику изменения активов следует признать благоприятным, т.к. снизились финансовые риски, что положительно влияет на финансовую устойчивость предприятия.

2 этап. Анализ финансовой устойчивости

В зависимости от того за счет каких средств из перечисленных источников сформированы запасы определяется тип текущей финансовой устойчивости предприятия. Для этого определим источники формирования оборотных активов, в частности запасов (таблица 2).

Таблица 2

Показатели текущей финансовой устойчивости		
Источники формирования активов	31.12.2014, тыс. руб.	31.12.2015, тыс. руб.
Собственные источники формирования оборотных средств (СОС)	91 315	144 122
Собственные и долгосрочные источники формирования оборотных средств (СД)	299 005	304 767
Общие источники формирования запасов (ОИФ)	470 967	462 270

По данным таблицы 2 видно, что все оборотные активы, в частности запасы предприятие может приобрести за счет собственных источников, как в 2014 году, так и в 2015 году, это связано с ростом собственных источников предприятия при одновременном снижении долгосрочных заемных средств. Из этого следует, что предприятие имеет абсолютный тип финансо-

вой устойчивости, так как запасы полностью сформированы за счет собственных денежных средств.

Проведем анализ финансовой устойчивости предприятия, основываясь на результатах расчетов относительных показателей (таблица 3).

Таблица 3

Показатели финансовой устойчивости

Коэффициенты финансовой устойчивости:	31.12.2013	31.12.2014	31.12.2015	Рекомендуемое значение
Коэффициент автономии	0,41	0,47	0,54	≥ 0.50
Коэффициент финансовой устойчивости	0,71	0,76	0,77	≥ 0.75
Коэффициент капитализации (финансовый леверидж)	1,08	0,96	0,70	≥ 1.00

Анализ финансовой устойчивости по относительным показателям, представленный в таблице 3, говорит о том, что отношение собственного капитала к общей сумме капитала за оба периода удовлетворяет нормативному значению (0,54). Это говорит о том, что предприятие в достаточной степени самостоятельно. Коэффициент финансовой устойчивости имеет тенденцию к увеличению и превышает в 2015 г. нормативное значение. Рост данного показателя в динамике подтверждает финансовую устойчивость предприятия. Обратим внимание на коэффициент капитализации, который показывает соотношение собственных и заемных средств. Показатель ниже рекомендуемого значения, что толкает на размышления об эффективности использования денежных средств как собственных, так и заемных. Следует не забывать, что иногда использование собственного капитала обходится дороже, чем привлеченного. Хотя в кризисных условиях используемая структура капитала на предприятии снижает зависимость от кредиторов.

В целом, предприятие является финансово устойчивым и не нуждается в значительных корректировках данной категории. Оно располагает достаточными средствами для того, чтобы покрыть все имеющиеся обязательства, что говорит о минимальном количестве рисков.

3 этап. Анализ ликвидности и платежеспособности

Наиболее общее определение платежеспособности дает Л.В. Донцова: «Способность своевременно и полностью рассчитываться по всем своим обязательствам» [1]. В.В. Ковалев же утверждает, что платежеспособность – это наличие денежных средств и их эквивалентов, достаточных для расчетов по кредиторской задолженности, требующей немедленного погашения [3]. Несколько иной подход прослеживается у А.Д. Шеремета – платежеспособность является внешним проявлением финансовой устойчивости и отражает обеспеченность оборотных активов долгосрочными источниками формирования [5].

Для оценки ликвидности и платежеспособности предприятия рассчитаем относительные показатели и определим за счет, каких групп оборотных активов можно погасить обязательства предприятия (таблица 4).

Таблица 4

Анализ показателей ликвидности предприятия

Показатель	Значение показателя по состоянию на			Рекомендуемое значение
	31.12.2013	31.12.2014	01.01.2015	
Коэффициент абсолютной ликвидности	0,1356	0,0394	0,2707	$\geq 0,2 \div 0,5$
Коэффициент быстрой ликвидности	1,4875	2,8216	2,9851	≥ 1
Коэффициент текущей ликвидности	4,2648	8,6760	8,1705	≥ 2

На основе данных, представленных в таблице 4, приходим к выводу о том, что предприятие по состоянию на 2015 г. способно погасить 27% краткосрочных обязательств за счет денежных средств и краткосрочных финансовых вложений, а с привлечением дебиторской задолженности предприятие погасит свои краткосрочные обязательства в полном размере, а также останутся активы для обеспечения нормальной текущей деятельности предприятия.

Далее определим, является ли предприятие ликвидным. Для этого сгруппируем активы по их ликвидности, а пассивы по срокам погашения обязательств и сравним их (таблица 5).

Таблица 5

Анализ ликвидности предприятия

Актив	31.12.2015, тыс. руб.	Пассив	31.12.2015, тыс. руб.
Самые ликвидные активы, А1	15 314	Срочные обязательства, П1	56 578
Быстрореализуемые активы, А2	153 578	Краткосрочные обязательства, П2	100 925
Медленно реализуемые активы, А3	293 378	Долгосрочные обязательства, П3	160 645
Труднореализуемые активы, А4	227 819	Постоянные пассивы, П4	371 941
Баланс	690 089	Баланс	690 089

Основываясь на данных, представленных в таблице 5, сопоставим группы по активу и пассиву баланса за 2015 год: $A1 \geq P1$ (не выполняется); $A2 \geq P2$ (выполняется); $A3 \geq P3$ (выполняется); $A4 \leq P4$ (выполняется).

Система неравенств не выполняется: наиболее ликвидных активов недостаточно для покрытия срочных обязательств, но наличие остальных активов (быстро-, медленно, труднореализуемых) дает возможность погасить обязательства предприятия. Из этого можно сделать вывод, что ликвидность предприятия отличается от абсолютной.

Хотя данную комбинацию неравенств нельзя считать абсолютной ликвидностью, но в целом анализ показал благоприятствующую ситуацию в ближайшем будущем.

Тем не менее, проанализировав ликвидность баланса, можно сделать вывод о том, что предприятию следует внимательнее отслеживать денежные потоки и контролировать текущее финансовое состояние, так как всегда есть риск столкнуться с необходимостью покрытия имеющихся обязательств, для

чего предприятие должно располагать достаточными средствами на любой момент деятельности.

Подводя итоги, следует отметить, что оценка финансового состояния ОАО «КЗМС» является положительной, и предприятию не грозит риск банкротства.

Значения коэффициентов финансовой устойчивости показали, что предприятия финансово устойчиво. Такое положение нуждается лишь в поддержке. Хотя и ликвидность не является абсолютной, можно сделать вывод о том, что в ближайшее время деятельность предприятия будет иметь положительную динамику.

Список литературы

1. Донцова Л.В., Никифорова И.А. Комплексный анализ бухгалтерской отчетности. 3-е изд., перераб. и доп. М.: ДИС, 2001. 304 с.
2. Ковалев В. В. Финансовый анализ: методы и процедуры / В. В. Ковалев. – М.: Финансы и статистика, 2002. – 560 с.
3. Крейнина М.Н. Финансовый менеджмент: Учебное пособие. 2-е изд., перераб. и доп. М.: Дело и Сервис, 2001. 400 с.
4. Маркарьян Э.А., Герасименко Г.П. Экономический анализ хозяйственной деятельности / М.: Кнорус, 2009. – 120 с.
5. Экономический анализ: Учебник для вузов / Под ред. профессора Л.Т. Гиляровой. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2001. 527 с.
6. ROSSET промышленные сетки. URL: <http://www.rosset-kzms.ru/actioners/> (дата обращения: 15.01.2017).

ОЦЕНКА НАЛОГОВЫХ ПОТЕРЬ БЮДЖЕТА ОТ ТЕНЕВОЙ ЭКОНОМИКИ В ДЕНЕЖНЫХ ДОХОДАХ НАСЕЛЕНИЯ ЕВРЕЙСКОЙ АВТОНОМНОЙ ОБЛАСТИ

Колесникова О.С.

ассистент кафедры финансов, Амурский государственный университет,
Россия, г. Благовещенск

В статье представлены результаты оценки налоговых потерь бюджета от теневой экономики (НПБ от ТЭ) в Еврейской автономной области (ЕАО) по налогу на доходы физических лиц (НДФЛ). Проанализировано влияние НПБ от ТЭ на собираемость указанного налога.

Ключевые слова: налоговые потери бюджета от теневой экономики, региональный бюджет, теневая экономика, НДФЛ, денежные доходы, налоговые доходы, собираемость налогов.

Налоговые поступления являются основным источником формирования доходной части бюджетов всех уровней. Однако снижение темпов экономического роста России, наблюдаемое в последние годы, негативно отражается и на величине налоговых платежей в региональные бюджеты, создавая тем самым необходимость выявления наиболее важных факторов, отрицательно

воздействующих на собираемость налогов, и поиска способов устранения или минимизация их влияния.

Одним из таких факторов общепризнанно является теневая экономика [1], которая на сегодняшний день, наряду с экономикой легальной, стала неотъемлемым элементом экономической системы.

Налоговые потери бюджета, возникающие вследствие уклонения от уплаты налогов, вызванного желанием налогоплательщиков оптимизировать свои затраты, способствуют возникновению дисбаланса между доходами и расходами бюджета, приводя тем самым к росту бюджетного дефицита.

Структурный анализ налоговых доходов бюджетов российских регионов показал, что основным бюджетообразующим налогом для большинства субъектов РФ является налог на доходы физических лиц, в связи с чем существует объективная потребность проведения комплексного анализа состояния и тенденций поступления данного налога в региональный бюджет и оценки величины налоговых потерь по данному налогу, возникающих вследствие деятельности теневого сектора экономики.

По результатам распределения дотаций на выравнивание бюджетной обеспеченности [2], Еврейская автономная область относится к группе дотационных регионов. При этом, являясь приграничной территорией, область служит сферой обеспечения национальных интересов и безопасности России. Однако, как отмечено в работе [3], практически все приграничные территории сегодня являются экономически депрессивными, что может быть связано, в том числе, и с существованием больших стимулов теневизации деятельности вследствие близости границы, что создает благоприятные условия для развития, например, нелегальной миграции или челночной торговли [4].

Результаты проведенной нами оценки НПБ от ТЭ в денежных доходах населения ЕАО (потери по НДФЛ) представлены в таблице.

Таблица

Оценка налоговых потерь бюджета ЕАО от теневой экономики в 2012-2014 гг.

Показатели	Годы		
	2012	2013	2014
Расчетная сумма НПБ от ТЭ, млн. руб.	1 193,7	1350,7	1420,9
Расчетная доля не учитываемых доходов в общей сумме доходов, %	23,9	24,7	24,5

В целом, за рассматриваемый период теоретическая сумма налога на доходы физических лиц значительно превышала величину его фактического поступления.

Из таблицы видно, что за рассматриваемый период консолидированный бюджет ЕАО недополучил значительную сумму НДФЛ. Так, в 2012 г. 23,9 %, а в 2014 г. – 24,5 % налоговой базы не были учтены налоговыми органами. Величина налоговых потерь бюджета от теневой экономики за рассматриваемый период увеличилась с 1 193,7 млн. руб. в 2012 г. до 1420,9 млн. руб. в 2014 г.

Таким образом, проведенная нами оценка НПБ от ТЭ в ЕАО свидетельствует о существовании в данном регионе большого объема ТЭ, что подтвер-

ждается и результатами расчета уровня собираемости НДФЛ, определенного с учетом налоговых потерь бюджета от теневой экономики (рисунок).

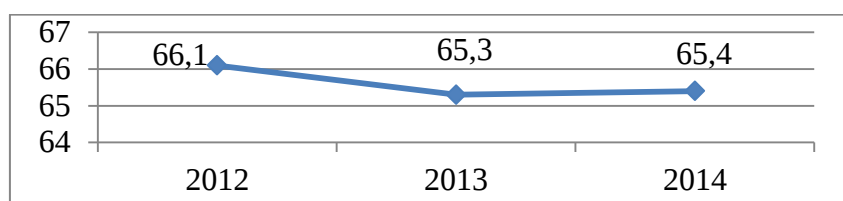


Рис. Динамика уровня собираемости НДФЛ в 2012 – 2014 гг., %

Низкие значения данного показателя свидетельствуют о том, что значительная часть налогового потенциала данного субъекта сосредоточена в «тени», что негативно отражается на его бюджетной сбалансированности и вынуждает регион заимствовать дополнительные ресурсы с целью реализации обязательств. В данной ситуации основные усилия органов власти ЕАО должны быть направлены на поиск способов снижения стимулов развития теневой деятельности с целью мобилизации потенциальных налоговых доходов в региональный бюджет.

Список литературы

1. Колесникова О.С., Цепелев О.А. Бюджетные потери Амурской области от теневой экономики // Россия – Китай: вектор развития. Материалы научно-практической конференции / Под общ. ред. канд. экон. наук О.А. Цепелева, 2016. С. 10-12.
2. Результаты распределения дотаций на выравнивание бюджетной обеспеченности. URL: http://minfin.ru/common/upload/library/2015/10/main/FFPR_2016.pdf (дата обращения 20.01.2017).
3. Тишутина О.И. Методология анализа бюджета приграничного региона (на примере субъектов РФ Дальневосточного федерального округа) // Аудит и финансовый анализ, 2008.
4. Цепелев О.А. Методические подходы к оценке уровня ненаблюдаемой экономики в регионе. Диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук / Байкальский государственный университет экономики и права. Благовещенск, 2007.

ТРУДОВЫЕ РЕСУРСЫ РОССИИ КАК ФАКТОР ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА

Кустова Ю.Ю., Макаренко Е.В.

студентки 2 курса экономического факультета,
Санкт-Петербургский государственный университет,
Россия, г. Санкт-Петербург

В статье на основе данных Федеральной службы государственной статистики выполнен анализ трудовых ресурсов, дан прогноз среднегодовой выработки, как основного показателя производительности труда.

Ключевые слова: трудовые ресурсы, экономический рост, производительность труда, рабочая сила, трудоспособное население, выработка.

В период глобализации России очень важно иметь представление о своем месте на международной арене и роли в современном мире. Существу-

ет множество рейтингов и классификаций, с помощью которых происходит ранжирование стран [2, 9]. Один из наиболее важных факторов – темпы экономического роста, для характеристики которого используются следующие параметры: вовлекаемые в оборот природные ресурсы (их доступность, объем и качество), основной капитал (его объем и качество), уровень используемых технологий и трудовые ресурсы (численность и качество). Так как трудовые ресурсы, на наш взгляд, являются самой важной составляющей, хотя бы потому, что все остальное зависит от них, развитие и природных ресурсов, и технологий достигается благодаря человеку и его труду, обратим наше внимание именно на них. На сегодняшний день трудовые ресурсы являются одним из важнейших параметров, отражающих состояние экономики страны в целом. Большинство развитых стран поддерживают темп роста экономики за счет вложения финансовых средств в развитие именно трудовых ресурсов. В России вопрос реализации и дальнейшего роста трудового потенциала остается достаточно актуальным. Проблемы, возникающие на рынке труда, оказывают существенное влияние на социальную и экономическую жизнь населения [7].

На современном этапе большое значение имеет сбор и анализ статистических данных, касающихся объема и качества трудовых ресурсов для последующего повышения эффективности их использования [8]. По нашему мнению, статистический анализ должен базироваться на выявлении корректных параметров, наиболее полно характеризующих состояние исследуемого объекта. Для этого необходимо четкое представление того, что вкладывают исследователи в определение таких экономических категорий, как «трудовые ресурсы» и «рабочая сила». Понятие трудовых ресурсов более широкое. Оно объединяет всю рабочую силу и часть экономически неактивного населения, а именно лиц трудоспособного возраста, но не работающих в отраслях экономики. Таким образом, наиболее полное и точное представление трудового потенциала страны обеспечивают количественные и качественные параметры, характеризующие трудовые ресурсы, поскольку это все трудоспособное население, включающее в себя не только экономически активных, но и потенциальную рабочую силу (учащиеся, студенты и др.), состояние и перспективы которой немаловажно учитывать при данном статистическом анализе [5].

Для количественной характеристики трудовых ресурсов необходимо исследовать динамику численности рабочей силы и безработных (входящих в состав трудовых ресурсов), распределение занятого населения по видам экономической деятельности, а также степень вовлечения трудовых ресурсов в экономику. Однако невозможно качественно оценить возможности социально-экономического развития в сфере труда, не зная текущее демографическое положение в стране, поскольку процесс формирования трудовых ресурсов неразрывно связан с процессом воспроизводства населения. За период 2010-2016 гг. численность населения РФ увеличилась (естественный прирост приобрел положительные значения). Однако анализ структуры населения с точки зрения трудоспособного возраста показал, что доля трудоспособного населения уменьшилась (на 5%) (рис. 1), а средняя численность занятых уве-

личилась за счет роста числа работающих пенсионеров. И поэтому, несмотря на то, что трудоспособное население сократилось, уровень безработицы уменьшился. С одной стороны, это благоприятно для экономики, поскольку трудовые ресурсы имеют больший опыт, но с другой стороны, это является снижающим фактором роста производительности труда.

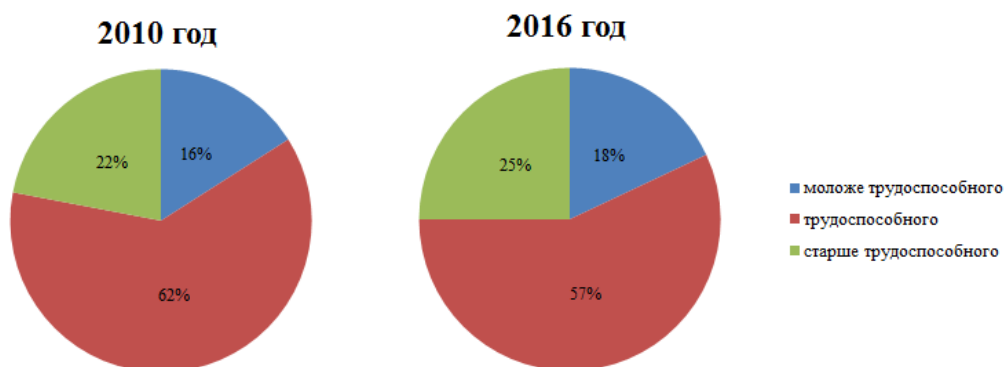


Рис. 1. Структура численности населения в РФ 2010 и 2016 гг.
(Источник: составлено авторами по данным [10])

К числу основных характеристик состава населения, значимых с точки зрения качества рынка труда, относятся образование, квалификационный уровень и профессиональный состав. По-нашему мнению, наиболее значимой является оценка качества образования, поскольку сегодня образование выступает фундаментом нормального функционирования экономики, оно обеспечивает подготовку квалификационных кадров для развития сферы высоких технологий, а также формирует профессиональную структуру населения [1]. На сегодняшний день не существует универсального критерия оценки образования, а исследования, посвященные оценке качества образования, либо не проводились, либо имели другую направленность. Однако качество образования возможно оценить с помощью так называемого «Индекса свободы образования», в целях разработки которого организация «The Novae Terrae Foundation» с 2013 года сотрудничает с неправительственной организацией OIDEL (присвоен консультативный статус сообществами ООН, ЮНЕСКО и Советом Европы) [15]. НПО OIDEL специализируется на проблемах о праве на образование, его бесплатного получения, а также проблемах свободы образования. В 2014 г. «The Novae Terrae Foundation» и OIDEL была создана постоянная группа международных экспертов, периодически анализирующих проблемы в отношении свободы образования и защиты прав родителей на образование во всем мире. Так, разработанный ими глобальный индекс свободы образования включает показатели: возможность создания частных школ и получения ими государственного финансирования, уровень грамотности населения, степень вовлечения в систему начального и среднего общего образования, процент бюджетных средств, направляемых на нужды образования и другие. В этом исследовании Россия в 2016 году заняла 31 место из 136 стран, принявших участие в исследовании. Отметим, что сегодня наша страна занимает неплохие позиции, особенно по критерию № 1 – «Существует ли правовая возможность создавать и управлять негосударственные

школы?», который был оценен в 100 баллов из 100 за счет упоминания возможности создания негосударственных образовательных организаций в Конституции и в других законодательных актах, а также возможности семейного обучения. Это говорит о благоприятном образовательном климате, который положительно сказывается на качестве трудовых ресурсов, разумеется, не без поддержки государственных и негосударственных структур.

Проанализировав количественные и качественные характеристики трудовых ресурсов, важно рассмотреть эффективность их использования в России. Одним из показателей эффективности труда является его производительность – экономическая категория, выражающая степень плодотворности целесообразной деятельности людей по производству материальных и духовных благ [6]. В свою очередь, уровень производительности определяется показателем выработки, который был рассчитан нами по данным Росстата о ВВП и численности рабочих за 2011 и 2015 годы. На основании анализа этих данных можно утверждать, что численность рабочих в РФ в 2015 по сравнению с 2011 увеличилась на 2 % (с 71 до 72 миллионов человек), ВВП вырос на 41% (с 56 до 80 триллионов рублей), среднегодовая выработка (СГВ) увеличилась на 41% (с 790 до 1117 тыс. руб./чел.). Полученный результат отображает положительную динамику, но для большей наглядности рассчитаем СГВ с 2001 по 2016 гг., а также прогноз показателя на 2017 и 2018 гг. (рис. 2). На диаграмме видно, что за указанный период среднегодовая выработка увеличилась и в 2018 году составит 1334 тыс. руб./чел.

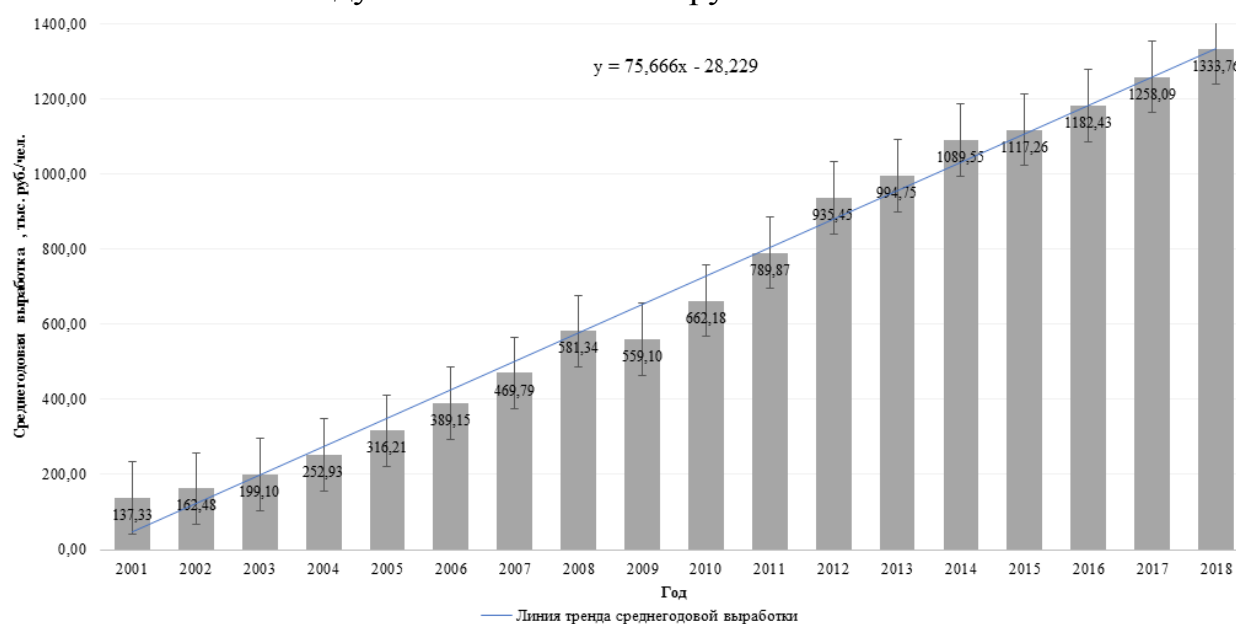


Рис. 2. Среднегодовая выработка в РФ за с 2001 по 2016 гг. и ее прогноз на 2017 и 2018 гг., тыс. руб./чел. (Источник: составлено авторами по данным [3, 13])

Таким образом, РФ в настоящее время имеет положительную динамику прироста населения, что влияет на увеличение количества рабочей силы в будущем. По качеству трудовых ресурсов страна имеет также большие перспективы при должном обеспечении и регулировании состава трудовых ресурсов со стороны государства. Сегодня необходима дальнейшая поддержка образования, создание всех условий для создания негосударственных учре-

ждений. Для того чтобы сохранить тенденцию увеличения выработки необходимо осуществление организационно-технических мероприятий, направленных на сокращение трудоемкости изготовления продукции и поддержание роста ВВП.

Список литературы

1. Алехина Л.Н., Дюкина Т.О. Информационные технологии как существенный фактор категориальных изменений подготовки будущих экономистов. В сборнике: Информационные технологии в экономике, образовании и бизнесе. 2013. С. 9-11.
2. Бубис И.В., Гилязетдинова К.Р., Дюкина Т.О. О взаимосвязи между ВВП на душу населения, индексом счастья, индексом развития человеческого потенциала и индексом экологической эффективности // Приложение математики в экономических и технических исследованиях. 2014. № 4 (4).
3. Валовой внутренний продукт (в текущих ценах). URL: http://www.gks.ru/free_doc/new_site/vvp/vvp-god/tab1.htm Дата обращения: 17.12.2016).
4. Горшенина Е.В. Региональные экономические исследования: теория и практика / Е.В. Горшенина // Экономические исследования. 2012. №4 (12). С. 179-204.
5. Дюкина Т.О. Методологические аспекты анализа производительности труда с использованием матричных моделей // Известия Санкт-Петербургского государственного аграрного университета. 2011. № 22. С. 244-248.
6. Дюкина Т.О. Системный анализ производительности труда работников сельского хозяйства в регионе с использованием матричных моделей: дис. ... канд. экон. наук. Санкт-Петербург, 1999.
7. Дюкина Т.О. Сравнительный анализ применения показателей распределения на примере трудового рынка региона // Известия Международной академии аграрного образования. 2012. Т. 2. № 14. С. 49-51.
8. Дюкина Т.О. Статистические методы оценки человеческого капитала // Инновационные информационные технологии. 2013. Т. 4. № 2. С. 81-86.
9. Колесникова О.В. Анализ ведущих показателей экономических систем с использованием модели межотраслевого баланса / В сборнике: Научное обеспечение развития АПК в условиях реформирования Материалы научно-практической конференции профессорско-преподавательского состава. главный редактор: В.А. Ефимов. 2015. С. 53-55.
10. Распределение населения по возрастным группам. URL: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/population/demography/# (Дата обращения: 17.12.2016).
11. Синк Д.С. Управление производительностью: планирование, измерение и оценка, контроль и повышение / Д.С. Синк Пер. с англ. М.: Прогресс, 1989. 528 с.
12. Черникова С.А., Исаков Ю.А. Трудовые ресурсы как фактор производства / С.А. Черникова, Ю.А. Исаков // Российское предпринимательство. 2014. № 5 (251). С. 55-62.
13. Численность населения. URL: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/population/demography/# (Дата обращения: 17.12.2016)
14. Экономика труда и социально-трудовые отношения / Р.П. Колосова [и др.]; под ред. Р.П. Колосовой, Г.Г. Меликьяна. М.: Издательство МГУ, Издательство ЧеРо, 1996. 623 с.
15. Freedom of education index worldwide report 2016. URL: <http://oidel.org/fei/> (Дата обращения: 20.11.2016).

ИСТОРИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ СТАНОВЛЕНИЯ В РОССИИ СИСТЕМЫ НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ ТРАНСПОРТНЫХ СРЕДСТВ

Лапин В.Н.

профессор кафедры экономики и финансов, д-р экон. наук, профессор,
Балаковский филиал ФГБОУ ВО «РАНХиГС», Россия, г. Балаково

Лапина Н.В.

профессор кафедры менеджмента, д-р экон. наук, профессор,
Саратовский социально-экономический институт РЭУ им. Г.В. Плеханова,
Россия, г. Саратов

В современных условиях рациональное развитие системы налогообложения транспортных средств в России невозможно обеспечить без всестороннего исследования её исторических аспектов. Транспортные средства, находящиеся в собственности граждан и предприятия, начиная с 1942 года и до введения в действие второй части Налогового кодекса РФ, признавались объектами налогообложения различных налогов, что позволяло государству собирать в бюджет дополнительные налоговые доходы, позволяющие решать различные социально-экономические задачи. Исследование исторических аспектов формирования системы налогообложения транспортных средств позволяет учесть плюсы и минусы по дальнейшему её развитию.

Ключевые слова: налоги на транспортные средства, ставки, налоговые льготы.

Становление системы налогообложения зависит от многих факторов, которые могут оказать влияние на ее состав и структуру. Обычно к таким факторам относят: политический; экономический; социальный; международный и т.д. Вследствие чего, система налогообложения, в основе которой заложены специфические объекты налогообложения, а в нашем случае транспортные средства, может оказывать позитивное влияние на развитие экономики и общества в целом. Либо, хотя это происходит довольно редко негативно воздействует не только на развитие экономики, но и на платежеспособность как юридических, так и физических лиц. И именно это возлагает особые условия на формирование системы налогообложения этих объектов.

Детальное исследование вопроса становления налогообложения транспортных средств, как представляется нам, позволит осмыслить и выработать рекомендации по дальнейшему ее развитию. Так, в России впервые необходимость определения транспортных средств как объекта налогообложения возникла в период Великой отечественной войны с принятием 10 апреля 1942 года Указа Президиумом Верховного Совета СССР «О местных налогах и сборах». Этот законодательный акт предусматривал взимание налога со строений, земельной ренты, сбора с владельцев транспортных средств, сбора с владельцев скота и разового сбора на колхозных рынках [4, с. 123]. Как видно, из всего состава местных налогов и сборов только единственный – сбор с владельцев транспортных средств напрямую связан с исследуемой проблематикой. При этом важно заметить, что плательщиками этого сбора являлись только физические лица.

В последующем налогообложение транспортных средств регулировалось Указом Президиума Верховного Совета СССР 26 января 1981 года №3819-Х «О местных налогах и сборах» [2]. В соответствии с этим законодательным актом плательщиками налога были определены следующие категории: граждане СССР; иностранные юридические и физические лица и лица без гражданства. При этом важным условием, согласно которому они могли быть отнесены к категории плательщиков, признавалось наличие в их собственности таких транспортных средств как автомобилей, мотоциклов, мотоциклов и моторных лодок (катеров, яхт). В тоже время налоговое законодательство позволяло некоторым категориям не платить этот налог. Например, от уплаты освобождались Герои СССР, лица, награжденные орденом Славы трех степеней, инвалиды Великой Отечественной войны и иные категории граждан.

Характерной особенностью налога с владельцев транспортных средств, введенного в действие с 26 января 1981 года, являлось взимание его ежегодно в твердых специфических ставках (в коп.) с одной л.с. Размеры налоговых ставок в отношении объектов налогообложения представлены в табл. 1.

Таблица 1

**Размеры налоговых ставок в отношении видов
транспортных средств (в коп. с одной л.с.)**

Наименование объекта налогообложения	Столицы союзных и автономных республик и краевые (областные) центры	Другие краевые, областные центры	Остальные города, дачные и курортные поселки	Прочие населенные пункты
Автомобиль, мотоцикл и моторные лодки (катера, яхты)	25	20	15	10
Мотоциклы	15	10	7	5

Как видно из табл. 1, размеры налоговых ставок дифференцировались не только в зависимости от вида транспортного средства, но и от места его регистрации. При этом удаленность места регистрации движимого имущества от столицы союзных и автономных республик позволяла существенным образом влиять на размер налоговой ставки. Так, если размер налоговой ставки в отношении автомобиля в г. Москве составлял 25 коп. с одной л.с., то в курортном поселке – 15 коп. с одной л.с. В результате чего, в наиболее выгодном финансовом положении находились плательщики, владеющие транспортными средствами в более отдаленных территориях от столиц союзных и автономных республик и краевых центров. Положительным моментом ранее действующего механизма взимания налога с владельцев транспортных средств признается выделение в отдельную группу объектов налогообложения мотоциклов, с применением в отношении их пониженной налоговой ставки. Так, если в столице союзной республики она составляла 15 руб. за одну л.с., то районных населенных пунктах уже не более 5 руб. за одну л.с.

Помимо того, необъяснимым остается и факт о не включении в перечень объектов налогообложения мотороллеров, которые на тот период вре-

мени также активно использовались населением СССР, как и мотоциклы. Как представляется нам, включение их в состав объектов, подлежащих обложению данным налогом, позволило бы увеличить поступления в местные бюджеты.

Исследуя систему налогообложения транспортных средств важно заметить, что этим имуществом по мере его распространения на территории СССР пользовались не только граждане, но и юридические лица. Однако, если в отношении физических лиц система налогообложения этих объектов получила развитие с принятием 10 апреля 1942 года Указа Президиума Верховного Совета СССР «О местных налогах и сборах», то в отношении другой категории плательщиков – организаций она стала формироваться с 1965 года, когда была предпринята попытка восстановления роли прибыли в развитии предприятий, для чего они были переведены на хозяйственный расчет. В результате чего, вместо изъятия плановой прибыли в бюджет были установлены три новых платежа: фиксированные (рентные) платежи из прибыли, плата за фонды и взносы свободного остатка прибыли, остающейся после отчислений в различные фонды и резервы предприятия [6, с. 62].

Плата за основные производственные фонды, в состав которых и включаются транспортные средства, была установлена только в отношении предприятий, которые были переведены на новую систему планирования и экономического стимулирования. Размер этого платежа первоначально находился в пределах от 3 до 6% от стоимости этих фондов [4, с. 133] и устанавливался в зависимости от показателя рентабельности предприятия в целом. Вследствие чего, этот налоговый платеж не уплачивали убыточные предприятия, а дифференциация рентабельности послужила и основой для установления различных нормативов платы за фонды. Первоначально они подвергались существенной корректировке с целью обеспечения нормальной работы для предприятий с различным производственно-техническим потенциалом. Однако, в последующие годы наблюдалось постепенное увеличение размера ставки на плату за производственные фонды, что и сказалось на росте этих платежей (табл. 2).

Таблица 2

Доходы государственного бюджета СССР*

(в млрд.руб.)

Наименование доходов	1970 г.	1980 г.	1985 г.	1986 г.
Доходы – всего:	156,7	302,7	390,6	419,5
в т.ч.:				
- налог с оборота	49,4	94,1	97,7	91,5
- платежи из прибыли	54,2	89,8	119,5	129,8
из них:				
- плата за производственные основные фонды и нормируемые оборотные средства	13,7	29,2	38,1	40,8

* Составлено по: Народное хозяйство СССР за 70 лет. М., Финансы и статистика, 1987. С. 628.

Данные, представленные в табл. 2, наглядно показывают фискальную значимость платы за производственные основные фонды для государственного бюджета СССР. Так, если в 1970 году поступления по данному виду платежа составили 13,7 млрд.руб. или 8,7% всех видов доходов бюджета страны, то в 1986 году соответственно 40,8 млрд.руб. и 9,7%. Позитивная динамика по названному платежу имеет место и при сравнении ее удельного веса с платежами из прибыли. В 1970 году плата за эти фонды составила 25,2% от всей суммы поступлений в бюджет от прибыли предприятий, а в 1986 году – 31,4%.

Такой подход к формированию налогообложения транспортных средств в отношении юридических лиц способствовал решению в основном только фискальных задач, а не выполнению всего комплекса функций по стимулированию эффективности их использования. В реальности плата за фонды по существу превратилась только в инструмент изъятия прибыли в бюджет. И главная причина заключалась в отсутствии реальной самостоятельности организаций и рынка средств производства.

Как справедливо отмечается, недостаточная эффективность платы за фонды определялась недостатками хозяйственного механизма в целом. Такому же негативному воздействию подверглась и вся система экономических нормативов [5, с. 141]. Вследствие чего, идея о необходимости направить организации на более рациональное использование основных производственных фондов при помощи платы за их использование не была реализована, поскольку отсутствовала четкая связь между стоимостью фондов и уровнем рентабельности.

Дальнейшее формирование системы налогообложения транспортных средств в России было связано с принятием ряда законодательных актов. К ним следует отнести следующие: Закон РФ «Об основах налоговой системы в Российской Федерации», Закон РФ «О дорожных фондах в РФ», Закон РФ «О налогах на имущество физических лиц», Закон РФ «О налоге на имущество предприятий». Именно принятие этих законов, позволило сформировать систему налогов, направленную на реализацию их функций. И, как представляется авторам, за основу была взята, прежде всего, фискальная функция налогов. При этом на практике должны быть реализованы другие функции этой категории, без которых невозможно достичь поступательного социально-экономического развития государства.

Как представляется авторами, это наиболее важный период формирования системы налогообложения транспортных средств. Ведь именно в эти годы наблюдается увеличение количества налогов, а в связи с этим рост величины налогового бремени как у юридических лиц, так и граждан. Прежде всего, это связано с установлением целевых налогов, способствующих формированию дорожных фондов, основной целью которых было обеспечить финансирования дорожного хозяйства России. Так, по оценкам экспертов ежегодная упущенная выгода от неудовлетворительного состояния и уровня развития дорожной сети составляла в ценах 1993 года 6 трлн.руб. в год [11, с. 438].

Для преодоления негативных последствий в области дорожного хозяйства в 1991 году был создан орган управления – Федеральный дорожный департамент с подразделениями на местах. Данный орган управления дорогами являлся и исполнителем бюджета федерального дорожного фонда, до 1995 г. существовал самостоятельно. Далее, начиная с 1995 года, средства стали поступать в федеральный бюджет. Такой подход к управлению финансовыми средствами не позволял координировать расходование их только в рамках, определенных на финансирование дорожного хозяйства. В последующем, а именно с 2000 года, дорожные фонды перешли в категорию внебюджетных, хотя вопрос об их принадлежности к бюджету вызывал особый интерес как в научных кругах, так и у практиков.

Важно заметить, что доходная часть этого фонда формировалась в соответствии с Законом РФ № 1759-1 от 18.10.1991 года «О дорожных фондах в РФ» [1] за счет: федерального и территориального налогов на реализацию горюче-смазочных материалов; налога на пользователей автомобильных дорог; налога на владельцев транспортных средств; налога на приобретение автотранспортных средств (кроме приобретаемых гражданами в личное пользование легковых автомобилей); акцизов с продажи легковых автомобилей в личное пользование граждан. Кроме того, в дорожные фонды могли направляться также средства от проведения займов, лотерей, продажи акций, штрафных санкций, добровольных взносов, а также от других источников (включая ассигнования из бюджетов РФ) [8, с. 175].

Представленная структура источников дорожного фонда информативно показывает, что она включала как налоговые, так и неналоговые платежи. При этом в состав налоговых платежей включались налоги с различными объектами налогообложения. К примеру, только у трех налогов объектом налогообложения выступали транспортные средства. К ним следует отнести: налог с владельцев транспортных средств, налог на приобретение автотранспортных средств, акцизы с продажи легковых автомобилей в личное пользование граждан.

Справедливости ради следует заметить, что налог с владельцев транспортных средств, определенный выше названным законом, являлся более развитой формой действующего на тот период времени налога. В то же время редакция, принятая Законом РФ «О дорожных фондах в РФ», значительно расширила состав объектов налогообложения, а также дифференцировала их в зависимости от мощности двигателя.

Кроме того, было предложено увеличить размеры налоговых ставок в два раза, что повлекло за собой, прежде всего, увеличение налоговой базы, а, следовательно, и рост поступлений по данному налогу. В результате чего, от такого не справедливого подхода к установлению налоговых ставок в отношении налога с владельцев транспортных средств, в наиболее невыгодном экономическом положении оказывались юридические лица и граждане, имеющие транспортные средства с наиболее мощными двигателями. К примеру, если на легковой автомобиль с мощностью двигателя до 100 л.с. налоговая ставка на 1 л.с. составляла 50 коп. в год, то в отношении этого же транспорт-

ного средства, но с мощностью двигателя свыше 100 л.с. размер ставки увеличивался в 3 раза.

Такой экономически не обоснованный подход к определению размеров налоговых ставок, их дифференциации, несомненно, негативно сказывался на финансовом состоянии налогоплательщиков. При этом прямо или косвенно это влияло и на развитие парка автотранспорта – приобретение транспортных средств с более мощными двигателями.

В то же время, ряд юридических лиц находились в наиболее выгодном положении относительно основной массы плательщиков этого налога. Связано это с тем, что в рамках налогового законодательства им предоставлялись послабления в виде налоговых льгот. К ним относились такие как сельскохозяйственные предприятия, автотранспортные предприятия, осуществляющие перевозки, а также организации, обеспечивающие содержание автомобильных дорог общего пользования.

По мнению авторов, существенно обременительным для налогоплательщиков считался налог на приобретение автотранспортных средств, так как размер ставки находился в пределах от 10 до 40 % в зависимости от продажной стоимости конкретного вида транспортного средства. К специфической особенности данного налога можно отнести то, что обязанность по его уплате возникала у плательщиков только в двух случаях: при приобретении и перерегистрации автотранспортных средств. В результате чего, обязательным условием при проведении регистрации, перерегистрации или технического осмотра автотранспортных средств являлось представление их владельцем квитанции или платежного поручения об уплате этого налога.

Как и в отношении налога с владельцев транспортных средств был определен круг юридических лиц и граждан, которые освобождались от уплаты этого налога. И справедливости ради следует заметить, что круг этих лиц был полностью идентичен выше исследованному налогу с транспортных средств.

Уплата акцизов с продажи легковых автомобилей в личное пользование граждан регулировалась в рамках Закона РФ «Об акцизах». Плательщиками акцизов признавались предприятия-изготовители легковых автомобилей, в случае их реализации физическим лицам. В отношении этого акциза объектом налогообложения являлся оборот по реализации легковых автомобилей в личное пользование граждан. Для определения облагаемого оборота принималась стоимость реализуемых легковых автомобилей, исчисленная исходя из свободных рыночных цен с учетом суммы акциза. При этом в цену входили затраты по производству, прибыль и сумма акцизов.

Действовали следующие размеры ставок акцизов:

- до 1 апреля 1993 г. – на легковые автомобили (кроме марки «ГАЗ») – 25%, на легковые автомобили марки ГАЗ – 35%.
- начиная с 1 апреля 1993 г. – на легковые автомобили (кроме марки «ОКА») – 35%, на легковые автомобили марки «ОКА» – 25% [7, с. 31].

Налогоплательщиками самостоятельно рассчитывалась сумма акцизов, исходя из стоимости реализованных легковых автомобилей в личное пользо-

вание гражданам, за которые поступили денежные средства на расчетный счет или в кассу плательщика, и установленных ставок. Датой совершения оборота был день поступления средств за реализованные автомобили на счета в учреждения банков или в кассу.

В отношении остальных налогов, формирующих дорожные фонды РФ, объектами могли быть и другие. Так, объектом налогообложения по налогу на реализацию горюче-смазочных материалов признавалась сумма реализации (в денежном выражении) без налога на добавленную стоимость. В частности, к горюче-смазочным материалам (далее ГСМ), в рамках этого налога относились: автомобильный бензин; дизельные топливо и масла; масла как для дизельных, так и для карбюраторных двигателей; сжиженный и сжатый газ, который используется в качестве моторного топлива. При этом не подлежали обложению этим налогом ГСМ, экспортируемые за пределы государства – участников СНГ по ценам, приближенным к мировым. Ставка по данному налогу составляла 25% от суммы реализации горюче-смазочных материалов [3, с. 111]. При перепродаже горюче-смазочных материалов налог исчислялся по установленной ставке от разницы между выручкой от реализации этих материалов без НДС и стоимостью их приобретения также без НДС. Расчеты по налогу на реализацию предоставлялись в налоговую инспекцию ежемесячно или ежеквартально (в зависимости от периодичности уплаты налога).

В отношении налога на пользователей автомобильных дорог, плательщиками которого являлись юридические лица, объектом обложения выступала сумма реализации продукции, выполненных работ и предоставленных услуг. Ставка налога была определена в размере 0,4% от объекта налогообложения. При этом заготовительные, торгующие и снабженческо-сбытовые организации обязаны были уплачивать его по ставке 0,3% от оборота.

В последующем в соответствии со ст. 54 Закона РФ от 28 февраля 1997г. №29-ФЗ «О федеральном бюджете на 1997 год» в 1997 году впредь до внесения изменений в Закон РФ «О дорожных фондах в Российской Федерации» была установлена ставки налога на пользователей автомобильных дорог в размере 2,5% от выручки, полученной в связи с реализацией товаров (работ, услуг) либо от суммы разницы между продажной и покупной ценами товаров.

Важно заметить, что размеры налоговых ставок по этому налогу могли быть увеличены. В данном случае этим правом могли воспользоваться субъекты Федерации, и как показала практика, желающих оказалось много. Так, в Саратовской области согласно Закону от 06.04.1999г. №15-ЗСО «О бюджете областного дорожного фонда на 1999 год» ставка налога была установлена в размере 3,6%. В результате чего, предполагалось к получению 949 200 тыс.руб. или 64,5% от всех налогов, служащих источником образования дорожных фондов в Саратовской области (табл. 3).

Таблица 3

Бюджет областного дорожного фонда на 1999 год

Статьи бюджета	Всего доходов, в тыс.руб.	% к доходу м	Источники финансирования			
			Налоги, в тыс.руб.	% к налогам	Увел. ставки налога	Фед. дорожный фонд и прочие, в тыс.руб.
Доходы	1 471 689	100,00	951 920	100,00	90 300	330 340
Налог на пользователей автом. дорог	949 200	64,50	858 900	90,23	90 300	
Налог с владельцев тран. средств	52 750	3,58	52 750	5,54		
Налог на приобретение авт. транспорта	40 270	2,74	40 270	4,23		
Прочие поступления	20 340	1,38				20 340
Субвенции из Фед. дорожного фонда	310 000	21,06				310 000

Данные, представленные в табл. 3, наглядно характеризуют зависимость регионов от Федерации, в частности от Федерального дорожного фонда, доля участия которого составляет 21,06%. При этом на остальные доходы, формирующие от поступления налога на приобретение автомобильного транспорта и с владельцев транспортных средств и прочие поступления, приходилось только 7,7% от общей суммы доходов.

Для корректировки налогового бремени некоторым категориям плательщиков налога на пользователей автомобильных дорог были предоставлены льготы. К примеру, от уплаты налога освобождались сельскохозяйственные предприятия, у которых удельный вес доходов от реализации сельхозпродукции составлял не менее 70%; профессиональные аварийно-спасательные службы, организации, осуществляющие содержание автомобильных дорог общего пользования. Как и в отношении большинства налогов, сумма налога определялась плательщиками на основании бухгалтерского учета и отчетности самостоятельно, которая в последующем перечислялась в дорожные фонды ежемесячно или ежеквартально на основании налоговых расчетов.

Таким образом, общим для налогов, являющихся источниками образования дорожных фондов в РФ, являлось их целевое предназначение, связанное с созданием достаточного количества финансовых ресурсов для реконструкции и ремонта, функционирующих автомобильных дорог в России, а также для создания новых автомобильных магистралей, позволяющих развивать российскую экономику.

В последующем Федеральными законами от 05.08.2000 г. № 118-ФЗ «О введении в действие части второй Налогового кодекса РФ и внесении изменений в некоторые законодательные акты РФ о налогах» и от 27.12.2000 г.

№150-ФЗ «О федеральном бюджете на 2001 год» в порядок формирования дорожных фондов были внесены ряд поправок, которые существенно изменили ранее действующие правила об указанных фондах. В результате чего, с 1 января 2001 г. были отменены такие налоги как на приобретение автомобильных средств и на реализацию горюче-смазочных материалов. Кроме этого, с указанной даты был упразднен Федеральный дорожный фонд.

Следующим этапом реформирования системы дорожных фондов явилось принятие Федерального закона от 24.07.2002 г. №110-ФЗ «О внесении изменений и дополнений в часть вторую НК РФ и в некоторые другие акты законодательства РФ». В результате чего, налог на пользователей автодорог был упразднен, а налог с владельцев транспортных средств был заменен транспортным налогом, в состав которого дополнительно вошли транспортные объекты, которые ранее облагались налогом на имущество физических лиц.

Важно заметить, что введение транспортного налога на территории Российской Федерации не является нововведением, так как этот налог уже вводился в нашей стране с 01.01.1994г. Его появление было продиктовано необходимостью пополнения бюджетов. Поэтому в Указе Президента РФ от 22.12.1993г. № 2270 «О некоторых изменениях в налогообложении и во взаимоотношениях бюджетов различных уровней» говорилось о временном взимании транспортного налога с предприятий и организаций (кроме бюджетных). Взимался налог в размере 1 % фонда оплаты труда с включением уплаченных сумм в себестоимость продукции, а был отменен с 15.11.1997 г. на основании Указа Президента [10, с. 113].

Как уже отмечалось, транспортные средства признавались объектом обложения и по налогу на имущество предприятий, который был установлен на территории РФ Федеральным законом от 13.12.1991 г. № 2030-1 в качестве регионального налога. Исходя из его статуса, данный налог вводился на соответствующей территории законодательными или представительными органами региональной власти. В рамках этого закона региональные власти вводили льготы для отдельных категорий налогоплательщиков, а также устанавливали конкретные ставки в отношении данного налога [9, с. 389].

Объектами налогообложения кроме транспортных средств, входящих в состав основных средств, являлись запасы и затраты, нематериальные активы, которые учитывались на балансе налогоплательщика [4, с. 226]. При этом уточнялось, что для целей налогообложения следовало в отношении транспортных и других основных средств, нематериальных активов, а также малоценных и быстроизнашивающихся предметов определить их остаточную стоимость, которая и учитывалась при расчете налоговой базы по этому налогу. В результате чего, если сравнивать налог на имущество предприятий и налог с владельцев транспортных средств, то одним из основных отличий является, прежде всего, не одинаковые подходы к пониманию налоговой базы и методике ее расчета.

Именно это основное отличие и позволяло расширить налоговую базу по налогу на имущество предприятий за счет включения в нее остаточной

стоимости транспортных средств, что повлекло за собой незначительный рост налоговых доходов субъектов Федерации. Так, например, доля налога на имущество предприятий в совокупных доходах бюджетов субъектов РФ в 2003г. составила 6,0%. В доходах бюджетов отдельных регионов России этот налог не является определяющим, несмотря на региональную специфику: в Москве – 7,2%, в Красноярском крае – 7,0 %, в Томской области – 6,2 %.

Предельный размер ставки налога на имущество предприятий не должен был превышать 2 процентов от налоговой базы. Следовательно, полномочия региональных органов власти были ограничены этим размером и конкретизировались именно на конкретной территории. При этом федеральным законодательством запрещалось устанавливать ставки налогов для отдельных предприятий, что позволяло сбалансировать интересы различных категорий налогоплательщиков, осуществляющих деятельность в различных отраслях экономики России.

К налогам, формирующих систему налогообложения транспортных средств, также можно отнести и налоги на имущество физических лиц, которые кроме фискальной функции выполняли в большей степени социально-распределительные функции. Эти налоги были введены в действие Законом РФ от 09.12.1991 года № 2003-1 «О налоге на имущество физических лиц». Необходимость принятия данного законодательного акта была связана с увеличением количества объектов недвижимого и движимого имущества, приобретаемого гражданами в собственность. В результате чего, при получении физическими лицами прав на полномочное распоряжение своим имуществом, они приобретали и обязанность платить налог на имущество.

Имуществом, облагаемым данным налогом, кроме жилых домов, дач, квартир, гаражей и иных строений, признавались моторные лодки, самолеты, теплоходы, вертолеты, катера и яхты, т.е. транспортные средства. Выделение в законодательном акте движимого и недвижимого имущества позволяло сгруппировать два вида налогов: на строение, помещение и сооружения; на транспортные средства. При этом из состава объектов налогообложения были исключены такие виды транспортных средств как автомобили, мотоциклы и другие самоходные машины и механизмы на пневмоходу. Такой подход к формированию состава объектов налогообложения был экономически обоснован, так как не допускал двойного налогообложения в отношении выше перечисленных видов транспортных средств. Как уже отмечалось, эти средства являлись объектами обложения налогом с владельцев транспортных средств.

Ставки налогов различались в зависимости от объекта налогообложения. В связи с чем, налоговая ставка на строения, помещения и сооружения должна быть в размере, который не должен быть более 0,1 процента от их инвентаризационной стоимости БТИ. В случае, не определения инвентаризационной стоимости указанных объектов недвижимости, стоимость рассчитывается по обязательному страхованию. В отношении транспортных средств ставка налога колебалась в пределах от 3 до 13,6 процентов от минимального размера оплаты труда и зависела от мощности двигателя транспортного средства.

Законом предусматривались определенные льготы. Так, от налога освобождались Герои Советского Союза, Герои РФ, лица, участники гражданской и Великой Отечественной войн и иные категории граждан. Помимо льгот, предусмотренных в законе, местные представительные органы имели право дополнительно предоставлять льготы и уменьшать размеры налоговых ставок. Использование этих инструментов налоговой политики, несомненно возможно, но их применение должно зависеть от финансового положения той или иной территории. Ведь любое не продуманное решение в области налогообложения, способно нанести значительный ущерб как отдельно взятому плательщику, так и государству.

Исследование исторических аспектов становления системы налогообложения транспортных средств в России до принятия второй части Налогового кодекса РФ позволяет сделать следующие выводы. Во-первых, формирование этой системы напрямую зависело от развития государства и транспортной отрасли экономики. Во-вторых, основной функцией системы налогообложения транспортных средств является фискальная, которая реализуется через множественность видов налогов, в отношении которых действовали высокие налоговые ставки. В результате чего, даже предлагаемые налоговые послабления в виде налоговых льгот и снижения размеров налоговых ставок, не всегда были способны реализовать регулирующую роль налогов на практике. В-третьих, существенной особенностью структуры налогов, объектом обложения которых признаются средства передвижения, является обязанность их уплаты вне зависимости от результатов финансово-хозяйственной деятельности юридических лиц и доходов граждан.

Список литературы

1. Закон РФ № 1759-1 от 18.10.1991 года «О дорожных фондах в РФ» // Налоги с предприятий и организаций: Сб. законов, инструкций и других нормативных актов. Саратов, 1992. С. 175.
2. Указ Президиума Верховного Совета СССР от 26.01.81 г. № 3819-X «О местных налогах и сборах» // Справочная система Консультант Плюс
3. Грачева Е.Ю., Соколова Э.Д. Финансовое право. М.: Новый Юрист, 1998. С.111.
4. История Министерства финансов России. В 4 т. Т. III. М.: ИНФРА-М, 2002. С. 123.
5. Лыкова Л.Н. Полный хозяйственный расчет: теория, практика, проблемы/ Под ред. Л.И. Абалкина. М.: Экономика. С. 141.
6. Майбуrows И.А. Теория и история налогообложения. М., ЮНИТИ-ДАНА, 2007. С. 62.
7. Налоги в Дорожные фонды // Коммерсантъ. 1993. № 17. С. 31.
8. Налоги с предприятий и организаций: Сб. законов, инструкций и др. нормат. актов. Саратов, 1992. С. 175.
9. Пансков В.Г. Налоги и налогообложение в Российской Федерации. М.: Международный центр финансово-экономического развития, 2001. С. 389.
10. Швейгер З.И. Некоторые вопросы транспортного налога // Власть и управление на Востоке России. 2005. № 2 (31). С. 113.
11. Юткина Т.Ф. Налоги и налогообложение. М.: ИНФРА-М, 2002. С. 438.

НАПРАВЛЕНИЯ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ФИНАНСОВЫХ РЕСУРСОВ ТОРГОВОГО ПРЕДПРИЯТИЯ И ПУТИ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ

Магомедов Г.Д.

доцент кафедры торговой политики, канд. экон. наук, профессор,
Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова,
Россия, г. Москва

Кахриманова Д.Г.

доцент кафедры менеджмента и государственного управления,
канд. экон. наук, доцент, Институт управления и права, Россия, г. Москва

В настоящее время, структура финансовых ресурсов торговой организации и направления их использования – это один из основополагающих факторов влияния на рентабельность организации, прибыль, ликвидность и, в общем, на её финансовое состояние. В статье рассматривается влияние финансовых ресурсов на хозяйственную деятельность торговых организаций, направления повышения эффективности использования финансовых ресурсов.

Ключевые слова: торговля, организации торговли, финансовые ресурсы, собственные средства, резервы повышения эффективности.

В настоящее время отраслевая специфика предприятий торговли, влияющая на состояние их финансовых ресурсов, определяется низким удельным весом внеоборотных активов; высоким удельным весом оборотных активов, в том числе запасов, низким уровнем или полным отсутствием дебиторской задолженности; высоким удельным весом краткосрочных пассивов, в том числе кредиторской задолженности; высоким колебанием показателей ликвидности в течение одного рабочего дня; наличием дополнительных источников дохода, присущих только торговле; влияние на оборачиваемость множества объективных и субъективных факторов, присущих только торговле.

Коммерческая деятельность торговых предприятий имеет ряд характерных особенностей [4]:

- ассортимент товаров в значительной степени зависит от характера спроса и особенностей обслуживаемого контингента, его профессионального, национального, возрастного состава, покупательной способности, условий труда и быта;
- предприятия максимально приближены к потребителям и по размеру сравнительно невелики, что позволяет быстро реагировать на изменения рыночной ситуации;
- спрос на товары и услуги торговых предприятий с учетом профиля деятельности подвержен значительным колебаниям по временам года, дням недели и даже часам суток.

Устойчивость предприятия торговли и потенциальная эффективность бизнеса во многом зависят от качества управления текущими активами, от того, сколько задействовано оборотных средств и каких именно. Состояние финансовых ресурсов предприятий торговли формируется под влиянием

внешних и внутренних факторов. Степень их интегрального влияния на финансы зависит не только от соотношения самих указанных факторов, от стадии жизненного цикла, в которой в анализируемое время находится предприятие, но и от правильно выбранной стратегии и тактики управления финансовыми ресурсами. В условиях рыночной экономики в основе финансов предприятий торговли лежит управление по принципу обратной связи, то есть активное реагирование на изменение воздействующих факторов [2].

Состав и структура финансовых ресурсов, правильный выбор управления являются важнейшими факторами, влияющими на деятельность организации торговли [5]. Чем больше у нее собственных средств, в том числе собственных оборотных средств, тем при прочих равных условиях наиболее финансово устойчивой является организация.

Таким образом, основу деятельности всех предприятий, в том числе и торговых, составляет построение системы финансовых отношений, а объектом финансовых отношений выступают финансовые ресурсы предприятия.

Финансовые ресурсы торгового предприятия, которые сформированы за счет различных источников финансирования, имеют целевой характер их использования по основным направлениям [1]:

1) платежи – банкам, бюджету, налоговым органам, возврат кредитов, страховые платежи;

2) инвестирование средств – финансовые и производственные инвестиции;

3) образование социальных и поощрительных фондов предприятия и др.

По мере совершенствования рыночного механизма проблема эффективного управления ресурсами, в том числе финансовыми становится все более актуальной для всех торговых предприятий. Без систематической и полной информации об имеющихся финансовых ресурсах и обязательствах предприятие может потерять до 20% своих активов [3]. Множество торговых предприятий с различными формами собственности имеют проблемы с применением финансовых ресурсов и в том числе управлением ими: низкий уровень обеспеченности собственными оборотными средствами, недостаточный уровень платежеспособности и деловой активности.

На практике в современных условиях, как правило, торговые предприятия имеют ряд проблем с уровнем финансовой устойчивости и ликвидности. Недостаточный уровень финансовой устойчивости обусловлен существенной долей заемного капитала в структуре источников финансирования деятельности предприятия. Снижение уровня финансовой устойчивости, как правило, обусловлено превышением темпов роста капитала предприятия в целом, над темпами роста собственного капитала.

Анализ возможностей повышения эффективности использования финансовых ресурсов и совершенствования финансовой политики современной компании, как правило показывает, что текущая рыночная ситуация и сложность финансового положения предприятия требует повышенной эффективности управления финансовыми ресурсами, для повышения результативности финансово-хозяйственной деятельности предприятия и обеспечения возможностей развития предприятия.

Первоочередным для торговых предприятий, учитывая особенности бизнеса и состояние внешней среды, представляется решение проблем в части управления складскими запасами и дальнейшее развитие технологического уровня предприятия [6]. В качестве совершенствования системы управления финансами на предприятии предлагаются решения на основе следующих мероприятий: внедрение логистической системы управления запасами; повышение эффективности труда и снижение затрат за счет повышения фондовооруженности труда.

Введение логистической системы управления запасами на торговых предприятиях позволит установить четкие нормативы управления запасами на предприятии, минимизировать затраты по их планированию и согласованию, высвободит трудовой потенциал сотрудников для организации системы маркетингового анализа закупочной деятельности предприятия на рынке. Кроме того, снижение уровня остатков запасов до их оптимального уровня позволит снизить остаток запасов по сравнению со средним текущим уровнем, что позволит предприятию высвободить оборотные средства и добиться экономии расходов на оплату процентов банкам за кредитные ресурсы.

Исходя из вышеизложенного можно сделать выводы:

- доступность финансовых ресурсов для организаций различных отраслей и организаций, находящихся на разных стадиях жизненного цикла, будет различна. Крупные компании выше оценивают возможность привлечения банковских кредитов, в т.ч. долгосрочных; в то же время такие источники финансирования, как факторинг и лизинг, и крупные, и малые компании оценивают как легкодоступные.

- финансовые ресурсы торгового предприятия, которые сформированы за счет различных источников финансирования, имеют целевой характер их использования по основным направлениям:

- 1) платежи – банкам, бюджету, налоговым органам, возврат кредитов, страховые платежи;
- 2) инвестирование средств – финансовые и производственные инвестиции;
- 3) образование социальных и поощрительных фондов предприятия.

В заключении необходимо отметить, что отраслевая специфика предприятий торговли, влияющая на состояние их финансовых ресурсов, определяется низким удельным весом внеоборотных активов; высоким удельным весом оборотных активов, в том числе запасов, низким уровнем или полным отсутствием дебиторской задолженности; высоким удельным весом краткосрочных пассивов, в том числе кредиторской задолженности; высоким колебанием показателей ликвидности в течение одного рабочего дня; наличием дополнительных источников дохода, присущих только торговле.

Доступность финансовых ресурсов для организаций различных отраслей и организаций, находящихся на разных стадиях жизненного цикла, будет различна. Крупные компании выше оценивают возможность привлечения банковских кредитов, в т.ч. долгосрочных; в то же время такие источники финансирования, как факторинг и лизинг, и крупные, и малые компании оценивают как легкодоступные.

По мере совершенствования рыночного механизма проблема эффективного управления ресурсами, в том числе финансовыми становится все более актуальной для всех торговых предприятий.

От эффективности управления финансовыми ресурсами во многом зависит общая результативность деятельности торгового предприятия, финансовая устойчивость и возможности дальнейшего развития.

Список литературы

1. Агафонова М.Н. Экономика и учет в торговле. – М.: Бератор-Пресс, 2015. – 183 с.
2. Балабанов И.Т. Основы финансового менеджмента. Как управлять капиталом? – М.: Финансы и статистика, 2015. – 256 с.
3. Волков А.Ю., Волков М.А. Финансовый контроль как функция управления // Кризис экономической системы как фактор нестабильности современного общества. Материалы III международной научно-практической конференции. Саратов. – 2014. – С. 30-31.
4. Иванов Г.Г. Экономика торгового предприятия. – М.: Издательский центр «Академия», 2013. – 268 с.
5. Коптева Е.П. Современные представления о сущности финансовых ресурсов предприятия// Управление экономическими системами (электронный журнал). – №10. – 2015. – С. 22-26.
6. Tyunik O.R., Nikishin A.F., Pankina T.V. Improvement of goods flow in current economic environment. В сборнике: The Seventh International Conference on Economic Sciences Proceedings of the Conference. 2015. С. 7-10.

УЛУЧШЕНИЕ ФИНАНСОВОГО СОСТОЯНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ ПОСРЕДСТВОМ АНАЛИЗА БУХГАЛТЕРСКОЙ ОТЧЕТНОСТИ

Малявина А.А.

магистрант 2 курса, Курский государственный университет,
Россия, г. Курск

Гребнева М.Е.

доцент кафедры учета и финансов,
Курский государственный университет, Россия, г. Курск

В статье рассматривается необходимость анализа бухгалтерской отчетности для обеспечения устойчивого финансового состояния предприятия, так же обозначены 3 этапа его улучшения. Финансово устойчивая и платежеспособная компания имеет довольно много перспектив: привлечение новых покупателей, поставщиков, инвесторов, расширение рынка продаж и т.д.

Ключевые слова: анализ, бухгалтерская отчетность, предприятие, финансовое состояние, платежеспособность, финансовая устойчивость, финансовое равновесие.

На современном этапе развития рыночная экономика находится в достаточно сложной ситуации. Существует достаточно много факторов влияющие на развития экономики в целом, а также на финансовую устойчивость предприятий всех отраслей. Для определения финансового состояния фирмы необходимо проанализировать бухгалтерскую отчетность.

Информационная база отчётности предприятия предоставляет довольно широкие возможности для анализа, планов и составления прогнозов. В некоторых случаях возникает недостаточно использовать только отчетность. Отдельные группы пользователей, как руководство или аудиторы, могут привлекать вспомогательные источники – данные бухгалтерского учета. Но чаще всего, годовая и квартальная отчетность являются полным источником информации для финансового анализа.

В рыночной экономике, отчетность компании основывается на обобщении данных финансового учета и представляет собой информационное звено, связывающие предприятие с обществом и деловыми партнерами, которые являются пользователями информации о работе предприятия [2, с. 98].

Для внутренних пользователей анализ необходим для повышения доходности капитала, обеспечения стабильности, проведения диагностики первоначальных кризисных явлений в экономике организации, оценки вероятности банкротства, планирование событий, нацеленных на улучшение финансового положения.

Внешние пользователи, в основном кредиторы и инвесторы анализируют отчетность фирмы, чтобы уменьшить свои риски по займам и вкладам, а также сохранить свою финансовую устойчивость.

Основными задачами финансового анализа являются:

1. Своевременное выявление и предотвращения недостатков в финансовой деятельности и поиск резервов усовершенствования финансового состояния компании и его платежеспособности.

2. Прогнозирование допустимых финансовых результатов и рентабельности исходя из настоящих обстоятельств хозяйственной деятельности организации. Наличие собственных и заемных ресурсов, подготовка моделей финансового состояния при альтернативных вариантах использования ресурсов.

3. Создание определенных мероприятий, нацеленных на наиболее эффективное использование финансовых ресурсов и укрепление финансового состояния предприятия [1, с. 19].

Поиски путей улучшения финансового состояния организации, являются одной из важных задач, которая стоит перед руководителями любой компании.

Улучшение финансового состояния может проводиться в 3 этапа:

- 1-й этап – предотвращение неплатежеспособности (если это необходимо). Для этого предприятию необходимо восстановить денежные потоки, чтобы доходы превышали расходы.

Необходимо сделать анализ уровня использования оборудования и имущества, чтобы определить основные средства и инвентарь, не используемый в текущей хозяйственной деятельности предприятия. Оборудование и помещения, которые не используются в процессе работы компании, можно сдать в аренду или продать.

Для увеличения денежных средств необходимо разнести по категориям запасы и по степени их важности для стабильной деятельности компании. Проанализировать оборот запасов по видам, уменьшить объемы тех видов запасов, которые не являются необходимыми для функционирования предприятия. Рассмотреть возможность распродажи залежавшихся запасов. В дальнейшем более рационально и экономно подходить к закупке материальных запасов.

При необходимости максимально уменьшить сумму дебиторской задолженности, путем контроля сроков уплаты и её конечного погашения, не позже дат, прописанных в договорах с покупателями.

2-й этап – восстановление финансовой устойчивости.

Необходимо проанализировать цены и объемы предоставляемых услуг (работ), необходимо найти оптимальное решение, которое даст рост поступление дополнительных денежных средств: либо поднять цену на услуги, если рынок позволяет, для того, чтобы увеличить валовую прибыль; либо уменьшить цену на услуги (работы), чтобы увеличить объемы реализованных продаж.

Так же можно оптимизировать и уменьшить расходы предприятия, путем сокращения затрат на общехозяйственные расходы, такие как: затраты на содержание транспорта, командировочные расходы, ремонт и содержание административных зданий и другие.

3-й этап – обеспечение финансового равновесия на продолжительный период времени.

Для обеспечения финансового равновесия нужно:

- планирование реализации услуг, расходов и затрат предприятия;
- снижение затрат на производство;
- улучшение качества оказываемых услуг и поиск возможностей для новых видов работ.

Финансово устойчивое и платежеспособное предприятия имеет довольно много перспектив в будущем, как привлечение новых покупателей, поставщиков, инвесторов, расширение рынка продаж, поиски новых рынков сбыта и в дальнейшем увеличение выручки.

Список литературы

1. Селезнева Н.Н., Ионова А.Ф. Анализ финансовой отчетности организации. Учебное пособие для студентов вузов по специальности «Бухгалтерский учет, анализ и аудит» // Юнити-дата. 2012. С. 583.
2. Гребнева М.Е., Короткова Ю.А. Кредитоспособность и её оценка // Символ науки, 2015. №5. С. 98-100.

МАКРОЭКОНОМИЧЕСКИЕ ТЕНДЕНЦИИ ЕАЭС В ПЕРИОД КРИЗИСА 2014-16 гг.

Морозов В.В.

к.э.н., доцент, Российский государственный университет нефти и газа
(национальный исследовательский университет) имени И.М. Губкина,
Россия, г. Москва

В статье рассматриваются проблемы экономического развития участников интеграционных процессов в рамках. Определены тенденции экономического развития ЕАЭС, факторы интенсификации интеграции и ее торможения.

Ключевые слова: энергетика, ЕАЭС, международные отношения, мировая экономика, энергетический рынок, нефть, газ.

ЕАЭС – интеграционное объединение – Евразийский экономический союз является попыткой развития экономической самостоятельности постсоветского региона в условиях меняющегося мирового порядка. Являясь правопреемником ТС и до него – ЕврАзЭС, Евразийский союз стал логичным конструктом управляемой интеграции, в рамках которой осуществлена попытка замкнуть экономический контур развития постсоветского региона, реализовав "отечественный" интеграционный проект. Союз объединяет пять стран, ядро – в составе Беларуси, Казахстана и России, и примкнувшие к ним Армению и Кыргызстан.

Таблица 1

Динамика ВВП участников ЕАЭС, в млрд. долл. [9]

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Армения	4,9	6,3	9,2	11,7	8,6	9,2	10,1	10,6	11,1	11,6	10,5
Беларусь	30,2	36,9	45,2	60,7	49,2	55,2	59,7	63,6	73	76	54,6
Казахстан	57,1	81	104,8	153,4	115,3	148	192,6	208	236,6	221,4	184,3
Кыргызстан	2,46	2,8	3,8	5,1	4,7	4,8	6,2	6,6	7,3	7,4	6,5
Россия	764	990	1300	1661	1223	1525	2034	2154	2232	2053	1331

Данные таблицы 1 показывают единую долгосрочную динамику ВВП участников ЕАЭС со значительным подъемом до 2008 г., затем единодушным спадом и отскоком к новым максимумам, и вновь падением по итогам 2015 г., а если сравнить динамику ВВП ЕАЭС и динамику его внутреннего товарооборота (рисунок), то на ряду с общей среднесрочной тенденцией на понижение обоих показателей, заметно пересечение кривых, характеризующее на наш взгляд, тенденцию более быстрой реакции энергетического сектора к изменениям внешних рынков и замедленную реакцию остальных секторов, товары которых задействованы во взаимной торговле участников ЕАЭС.

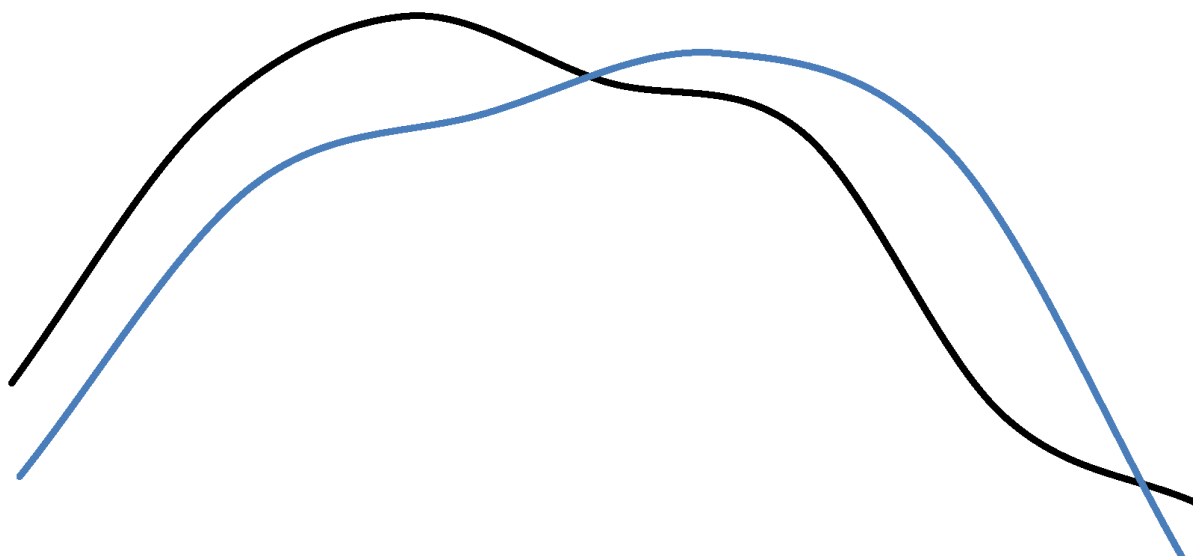


Рис. Совмещение динамики ВВП ЕАЭС и его товарооборота [составлено автором]

В ситуации уверенного роста начала нулевых, экономики стран ЕАЭС расширялись, черпая инерцию поступающих в регион доходов сырьевого сектора. Такие страны, как Россия, Казахстан, Кыргызстан имеют собственный четко определенный товар на мировом рынке, нефть и газ, нефть, золото соответственно, который в основном обеспечил необходимый долларовый трансфер, под влиянием которого интенсифицировались сначала смежные отрасли, а за тем и более широкий спектр экономики, реагируя в том числе на оживление потребительского рынка. К общей инерции, в том числе через взаимную торговлю, подключились Армения и Беларусь, обретшие свою специализацию в ЕАЭС и завязанные на ЕАЭС относительно больше остальных участников.

В 2014г., в период активной фазы второй волны кризиса, поразившего мировую экономику 2007г., наблюдается вновь спад ВВП ЕАЭС, как реакция на внешние энергетические шоки, но одновременно углубляется спад взаимной торговли в регионе, показатели которой в отличие от ВВП так и не вернулись к своим максимумам. Таким образом, можно говорить о двух тенденциях в развитии макроиндикаторов ЕАЭС:

во-первых, оборот взаимной торговли ЕАЭС реагирует на колебания ВВП региона;

во-вторых, реакция происходит с запаздыванием, обусловленным скорее всего временем "расширения" экономик участников ЕАЭС, как отклик на приток валютной выручки с внешних рынков.

Определение вышеизложенных тенденций может свидетельствовать о зависимом характере интеграции ЕАЭС от развития энергетической конъюнктуры.

Таблица 2

Прогнозные значения основных показателей экономического развития ЕАЭС [10]

Год	ВВП в сопоставимых ценах (прирост в % к пред. году)		ИПЦ среднегодовой (прирост в % к пред. году)		Справочно: Среднегодовая цена нефти марки Брент (долл. США/барр.)	
	Прогноз (с 2016 г.)	Разница с пред. прогнозом, п.п.	Прогноз (с 2016 г.)	Разница с пред. прогнозом, п.п.	Прогноз (с 2016 г.)	Разница с пред. прогнозом, долл.
2015	-3,1		14,5		53,6	
2016	-0,6	0,2	7,8	-0,3	43,3	0,6
2017	0,5	-0,3	5,3	-0,2	51,9	3,0
2018	1,4	0,1	4,4	-0,3	55,6	3,8
2019	1,6	—	4,3	—	57,4	—

С учетом прогнозов развития региона (см. табл. 2), в среднесрочной перспективе можно ожидать вялотекущего интеграционного в регионе, степень интенсивности которой может быть увеличена либо со стороны энергетических рывков, либо более активной регулятивной функции институтов интеграции, для чего собственно требуется своеобразная "дорожная карта".

Список литературы

1. Морозов В.В. Внедрение новых технологических укладов как фактор прогрессивного развития экономики страны// Проблемный анализ и государственно-управленческое проектирование. 2010. Т. 3. № 3. С. 28-32.
2. Морозов В.В. Энергетическая интеграция и вызовы мировой глобализации // Нефть, газ и бизнес. 2013. № 7. С. 3-7.
3. Морозов В.В. Некоторые аспекты развития энергетического рынка в глобальном мире// Нефть, газ и бизнес. 2014. № 10. С. 8-11.
4. Морозов В.В. Институциональные аспекты энергетической интеграции // Нефть, газ и бизнес. 2014. № 9. С. 3-10.
5. Морозов В.В. Логика энергетической интеграции и ее роль в процессе формирования суверенных источников и механизмов роста на постсоветском пространстве // Инновации и инвестиции. 2015. № 10. С. 91-93.
6. Морозов В.В. Новая индустриализация как содержание интеграции ЕАЭС // Инновации и инвестиции. 2015. № 9. С. 271-273.
7. Морозов В.В. Развитие евразийской интеграции как результат выбора модели экономического роста// Нефть, газ и бизнес. 2015. № 7. С. 4-8.
8. Морозов В.В. Некоторые аспекты решения проблемы понятия международной интеграции// Инновации и инвестиции. 2016. № 1. С. 51-57.
9. Мировой банк. GDP (current US\$) <http://data.worldbank.org/indicator>
10. Евразийская экономическая комиссия [Available at: http://www.eurasiancommission.org/ru/act/integr_i_makroec/dep_makroec_pol/economyPrognoz/Pages/Sred_prog.aspx (accessed 23.01.2017)]

**О ПРИМЕНЕНИИ МЕТОДА ДЕКОМПОЗИЦИИ
РАНЕЕ ПОЛУЧЕННЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ НИОКР И ТР
ДЛЯ ПОСЛЕДУЮЩЕГО ФОРМИРОВАНИЯ ИЗ НИХ МАТЕРИАЛЬНЫХ
И НЕМАТЕРИАЛЬНЫХ АКТИВОВ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ
В ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ
ВЫСОКОТЕХНОЛОГИЧНЫХ ОТРАСЛЕЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ**

Муракаев И.М.

зам. директора по корпоративному управлению и ревизионной работе,
канд. экон. наук, Федеральное государственное унитарное
предприятие «Организация «Агат», Россия, г. Москва

Цыбулевский С.Е.

начальник Департамента корпоративного управления,
Федеральное государственное унитарное предприятие «Организация «Агат»,
Россия, г. Москва

В статье рассматривается необходимость разработки и применения концептуальных основ инновационного подхода к управлению активами, создаваемыми в рамках выполнения государственных контрактов по научно-исследовательским, опытно-конструкторским и технологическим работам (далее – НИОКР и ТР), их номенклатурой и стоимостью, с последующей декомпозицией (использованием составных элементов общих результатов) в интересах высокотехнологичных отраслей промышленности, а также рекуперации ранее созданных в рамках вышеуказанных контрактов результатов.

Ключевые слова: высокотехнологичные отрасли промышленности, активы, научно-исследовательские и опытно-конструкторские работы, рекуперация результатов НИОКР и ТР, инновационно-рекуперационный подход в управлении НИОКР и ТР, декомпозиционирование результатов НИОКР и ТР.

Необходимость разработки концептуального подхода к управлению декомпозированными результатами НИОКР и ТР, создаваемыми в рамках выполнения государственных контрактов в высокотехнологичных отраслях промышленности, связана в первую очередь с процессами переосмысления и перестройки подходов к построению системы компенсационного воссоздания активов и управления их стоимостью, а также формированию инновационных трендов [4, с. 3].

Апробация и последующее внедрение единого алгоритма сущностного подхода к управлению декомпозированными результатами НИОКР и ТР позволит обеспечить создание условий для оперативного реагирования и последующего нивелирования возможных негативных последствий, проявляющихся в процессе финансово-хозяйственной деятельности предприятий высокотехнологичных отраслей промышленности и связанных в первую очередь с перерасходом ресурсов и как следствие ростом стоимости конечной продукции. Решение данной задачи обуславливается созданием единого информационно-аналитического пространства, опирающегося на систему подготовки предложений о рекуперации результатов НИОКР и ТР в дальнейшую

производственную деятельность и обеспечивающего в том числе возможность предконтрактного поиска имеющихся в заделах аналогов, как у заказчика, так и у вероятных исполнителей заказа, что должно способствовать аккумулярованию в едином центре компетенций данных о создаваемых в рамках выполнения государственных контрактов по НИОКР и ТР результатах в виде материальных и нематериальных активах. Данный подход позволит избежать дублирования в проводимых работах и создать механизм влияния на снижение стоимости ракетно-космической техники путем использования уже созданных заделов по определенным темам в дальнейшем жизненном цикле создаваемых изделий.

В тоже время необходимо учитывать меняющуюся корпоративную конфигурацию всего облика высокотехнологичных отраслей промышленности России и происходящие в связи с этим внутри периметра процессы реструктуризации, выводящие на передний план такой элемент управления как капитализация активов.

Поскольку в периметр деятельности большинства российских высокотехнологичных отраслей промышленности в настоящее время входят предприятия и организации, основной организационно-правовой формой которых является форма акционерного общества, то повышение капитализации, как фактора воспроизводства добавочного капитала и увеличение рыночной стоимости акций этих обществ, является существенным условием повышения прозрачности и открытости всей системы корпоративного управления для внешнего мира, включая имиджевую составляющую головной корпорации, выполняющей функции ключевого стейкхолдера активов [1, с. 17].

При это не следует упускать из вида, что, как правило, роль головной корпорации обуславливается не только выполнением функций заказчика в части изготовления, испытания и дальнейшей эксплуатации создаваемой техники (технологий), но и необходимостью оптимизации ключевых производственных процессов, направленных на создание современных, надежных и высокоэффективных образцов техники.

Традиционным отличием производственных процессов в высокотехнологичных отраслях российской промышленности, а также связанных с ним научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ от других отраслей, являются длительные циклы изготовления изделий и опытных образцов техники, составляющие в среднем от 1 до 3 лет.

Поскольку в основной своей массе изготавливаемая продукция уникальна по своим тактико-техническим характеристикам и выполняется в рамках НИОКР и ТР, то возникают существенные риски, связанные с вероятностью недостижения запланированного заказчиком результата в процессе выполнения договорных обязательств [5, с. 8].

Кроме того, научные организации и предприятия зачастую подвергаются и внешним факторам риска в виде перманентно проходящего секвестирования объемов финансируемых работ, выполняемых в рамках отраслевых государственных программ, что требует со стороны головных корпораций принятия мер по совершенствованию процессов операционного управления

внутренней кооперацией, а также применения инновационно-рекуперационного методического аппарата к построению системы компенсационного воссоздания активов и управления их стоимостью, направленных в том числе на повышение синергетических эффектов от консеквенций научно-технической деятельности, получаемых в рамках выполнения государственных контрактов по НИОКР и ТР.

Накладываемые спецификой высокотехнологичных отраслей промышленности инвестиционные ограничения, высокая степень зависимости от бюджетного финансирования вкупе с недостаточно высокой степенью диверсифицированного позиционирования как на внутреннем, так и внешнем рынках, положенные на частичное дублирование производственных мощностей внутри существующих периметров корпораций создают предпосылки для активного поиска решений по выработке единого концептуального подхода к процессу управления создаваемыми в рамках выполнения государственных контрактов по НИОКР и ТР активами и анализу их имеющихся заделов [4, с. 59].

Анализ полученных результатов, достигнутых предприятиями и организациями ракетно-космической промышленности, показал, что создано значительное количество активов, позволяющих начать работу по оптимизации и формированию основных положений и принципов будущих подходов и методов применения инновационно-рекуперационного методического аппарата к построению системы компенсационного воссоздания активов и управления их стоимостью, включая формирование полной стоимости создаваемой продукции, что неизбежно будет способствовать качественному улучшению сопровождающих данную деятельность бизнес-процессов.

Происходящие в настоящее время процессы перестройки, направленные на создание высокотехнологичных отраслей, позволяют обозначить имеющую место проблематику недостаточно эффективного функционирования уже созданных механизмов управления в рамках ранее созданных вертикально-интегрированных структур. В первую очередь это касается вопросов неэффективного управления результатами НИОКР и ТР, что зачастую обуславливается случайным составом, либо недостаточно технологически обоснованным формированием состава участников научно-производственной кооперации [3, с. 128].

В свою очередь применение инновационного подхода при декомпозиции полученных консеквенций должно способствовать формированию тренда на качественное улучшение развивающихся бизнес-моделей, исходя из имеющегося ресурсного потенциала, в основу которого целесообразно положить в том числе и кластерный подход, как по определенным видам деятельности, так и по территориальному принципу. Данные обстоятельства диктуют необходимость проведения более комплексного и глубокого анализа и осмысления происходящих процессов, поиска оптимальных путей дальнейшего реформирования, уточнения, корректировки и оптимизации состава активов предприятий в целях максимизации синергетических эффектов от процессов интеграции.

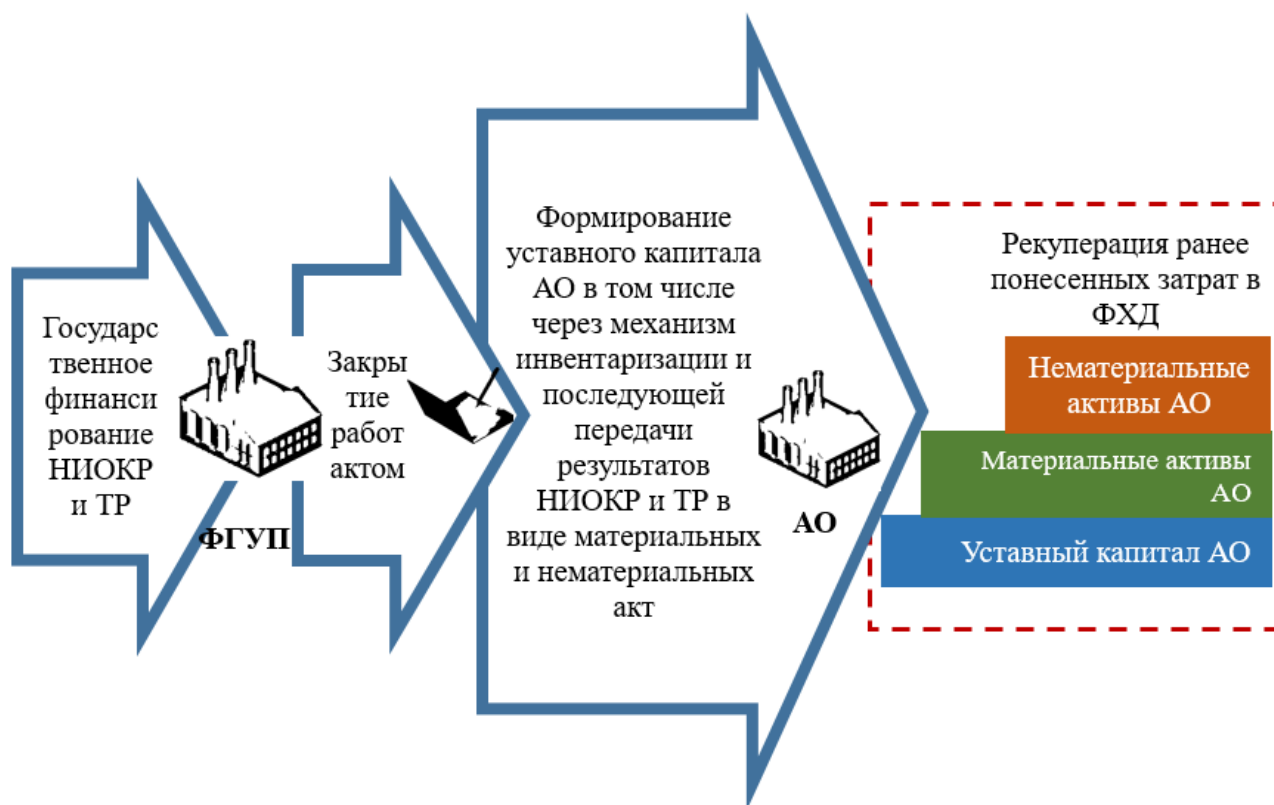


Рис. Общая схема декомпозиции полученных консеквенций на материальные и нематериальные активы в целях подготовки осуществления частичной рекуперации результатов НИОКР и ТР в производственную деятельность высокотехнологичных отраслей промышленности

Представляется целесообразным в дальнейшем головным компаниям корпораций уделить внимание работе по анализу полученных консеквенций научно-технической деятельности в рамках выполнения государственных контрактов по научно-исследовательским, опытно-конструкторским и технологическим работам, как основе для подготовки комплексной системы управления активами, с последующим созданием единого информационно-аналитического пространства, способного обеспечить частичную рекуперацию результатов НИОКР и ТР, а также построению эффективной конфигурации высокотехнологичной промышленности, направленной на рациональное и качественное использование созданных в рамках НИОКР и ТР материальных и нематериальных активов, включая оптимальное использование финансовых ресурсов, выделяемых в рамках соответствующих программ.

Перспективы экономического роста предприятий высокотехнологичных отраслей промышленности, последовательное преодоление негативных тенденций последних лет во многом зависят от проработки в том числе и концептуально-методических подходов в данной области, базирующихся на изучении практических результатов работы таких предприятий и организаций в целях минимизации ошибок, допускаемых в процессе прогнозирования и последующего инвестирования средств в создаваемые научно-технические активы, в том числе дублирования финансирования уже ранее выполнявшихся работ по сходным тактико-техническим требованиям и заданиям [2, с. 5].

Таким образом, можно говорить о необходимости:

1. Поиска путей эффективного использования созданных в рамках выполнения государственных контрактов по НИОКР и ТР активов, обеспечивающих экономию имеющихся ресурсов и снижение себестоимости выпускаемой продукции.

2. Создания новых концептуально-методических подходов к оптимальному управлению активами как отдельных предприятий и организаций корпораций, так и в составе вертикально-интегрированных структур.

3. Построения эффективной конфигурации состава участников-исполнителей государственных контрактов, способных обеспечить выполнение государственных контрактов на должном конкурентоспособном и качественном уровне.

4. Создания единого информационно-аналитического пространства, способного обеспечить частичную рекуперацию результатов НИОКР и ТР.

В настоящее время без анализа созданных (полученных) заделов и качественного осмысления происходящих процессов, связанных с созданием перспективных изделий и технологий невозможно выйти на новый уровень конкурентоспособности отечественных высокотехнологичных отраслей промышленности.

Предложенный инновационно-концептуальный подход в работе с результатами НИОКР и ТР ориентирован прежде всего на обеспечение повышения эффективности инвестиций в научно-производственную деятельность, в том числе путем практического внедрения ранее достигнутых результатов НИОКР и ТР, что позволит обеспечить снижение стоимости научных разработок, сократить их сроки, а также даст возможность капитализировать (увеличить стоимость активов) предприятия без использования дополнительных финансовых резервов, включая возможность последующей декомпозиции ранее созданных (полученных) результатов проведенных НИОКР и ТР в высокотехнологичных отраслей промышленности.

Список литературы

1. Муракаев И.М., Муракаев Т.М. Организационно-экономический механизм промышленного предприятия: основные элементы и особенности управления // Научное обозрение. Серия 1. Экономика и право. 2011. № 4. С. 32-36.

2. Муракаев Т.М., Муракаев И.М. Экономический рост и его проблемы в России. М.: Издательский дом «Парад», 2008. 144 с.

3. Муракаев И.М. Управление имущественным комплексом предприятий обрабатывающего производства в современных условиях // Сегодня и завтра российской экономики. 2011. № 47. С. 139-142.

4. Цыбулевский С.Е. Использование фактора формирования нового корпоративного облика ракетно-космической промышленности при вариативности поиска источников внутренних инвестиций предприятий космической отрасли // Вестник Московского авиационного института. Выпуск 3, 2015 г., т. 22.

5. Цыбулевский С.Е. Корпоративные риски в ракетно-космической промышленности // Аналитический журнал Ресурсы Информация Снабжение Конкуренция. Выпуск IV-2016 октябрь-декабрь.

ИССЛЕДОВАНИЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ ВОРОНЕЖСКОЙ ОБЛАСТИ НА ПРИМЕРЕ АО «ТРИЕР»

Нетесова К.А.

магистрант кафедры бухгалтерского учета, анализа и аудита,
Российский экономический университет, России, г. Воронеж

В статье рассмотрены проблемы существующих методик анализа финансового состояния организаций, рассчитаны рекомендуемые нормативные значения коэффициентов абсолютной ликвидности, текущей ликвидности, автономии и доли собственного оборотного капитала применительно к организациям агропромышленного комплекса.

Ключевые слова: анализ финансового состояния, методика коэффициентного анализа, сельское хозяйство.

В экономически развитых странах для проведения анализа финансового состояния организации используются методики, дифференцированные по отдельным отраслевым сегментам. Однако в Российской Федерации нет разделения методик по отраслям экономики. В России широко используется зарубежная модель Z-счета Э. Альтмана, но, поскольку она создавалась на основе данных зарубежных организаций, данная модель не применима для российских компаний.

Модель Z-счета Альтмана была адаптирована учеными Иркутской государственной экономической академии к российским организациям, однако данная модель была ориентирована на промышленные предприятия, и как следствие не дает реальной оценки предприятий других отраслей.

В Российской Федерации на федеральном уровне приняты стандарты для оценки финансового состояния предприятий, указанные стандарты являются едиными, что опять же не дает достоверной информации о финансовом состоянии компаний, поскольку не учитывается отраслевая принадлежность.

В 2013 году Габдуллиной была предложена методика анализа финансового состояния организаций в зависимости от стадии жизненного цикла предприятия, объема предприятия и отрасли производства.

На основании предложенной методики мы произведем расчет нормативных значений коэффициентов для крупных, средних и малых предприятий агропромышленного комплекса.

Таблица 1

Расчет нормативных значений показателей

Показатель	Коэффициент абсолютной ликвидности	Коэффициент текущей ликвидности	Коэффициент автономии	Доля собственных оборотных средств
1	2	3	4	5
крупные предприятия на стадии зарождения	0,575	1,2	0,166	0,14
крупные предприятия на стадии юности	0,575	1,2	0,166	0,14
крупные предприятия на стадии развития	0,575	1,2	0,166	0,14

Окончание табл. 1

1	2	3	4	5
крупные предприятия на стадии роста	0,105	1,2	0,349	0,19
крупные предприятия на стадии зрелости	0,105	1,2	0,349	0,24
средние предприятия на стадии зарождения	0,08	1,55	0,2	0,17
средние предприятия на стадии юности	0,08	1,55	0,2	0,17
средние предприятия на стадии развития	0,08	1,55	0,2	0,17
средние предприятия на стадии роста	0,12	1,35	0,349	0,22
средние предприятия на стадии зрелости	0,12	1,35	0,349	0,27
малые предприятия на стадии зарождения	0,11	1,5	0,251	0,26
малые предприятия на стадии юности	0,11	1,5	0,251	0,26
малые предприятия на стадии роста	0,11	1,5	0,251	0,26
малые предприятия на стадии зрелости	0,15	1,5	0,4	0,31
малые предприятия на стадии зрелости	0,15	1,5	0,4	0,36

Теперь произведем расчет коэффициентов применительно к АО «Триер». А поскольку данное предприятие является крупным и находится на стадии зрелости, берем нормативные значения коэффициентов, рассчитанные для крупных предприятий находящихся на стадии зрелости.

Таблица 2

**Расчет классических показателей
финансового состояния, применительно к АО «Триер»**

Показатель	Значение показателя		Нормативное значение для крупных предприятий АПК
	2013	2014	
коэффициент абсолютной ликвидности	0,24	0,013	0,105
коэффициент текущей ликвидности	0,98	0,29	1,20
коэффициент автономии	0,293	0,197	0,349
доля собственных оборотных средств	0,295	-1,98	0,24

Из произведенного финансового анализа можно сделать вывод, что организация находится в кризисном состоянии и является неплатежеспособной. Поскольку все рассмотренные коэффициенты на 2014 год значительно ниже нормативных значений.

Список литературы

1. Антикризисный мониторинг, март 2015 г. [Электронный ресурс] // Официальный сайт Российского союза промышленников и предпринимателей (РСПП). – Режим доступа: <http://www.rspp.ru/library/view/110?s=10> (дата обращения: 15.09.2016).

2. Бариленко, В.И. Анализ финансовой отчетности / В.И. Бариленко, Л.К. Плотникова, С.Ю. Кузнецов. – 5-е изд., сокр. и перераб. – М.: КНОРУС, 2013. – 209 с.
3. Кован, С.Е. Предупреждение банкротства организаций. – М. ИНФРА-М, 2011. – 219 с.
4. Кудрявцев, Д.С. Сравнительный анализ и возможность применения моделей Альтмана для оценки платежеспособности предприятий малого бизнеса / Д.С. Кудрявцев // Материалы конференции. Международная научно-практическая конференция «Ценности и интересы современного общества» // Московский государственный университет экономики, статистики и информатики. – 2013. – С. 61.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ КОНЦЕПЦИИ СОЦИАЛЬНО-ЭТИЧЕСКОГО МАРКЕТИНГА В ИНДУСТРИИ МОДЫ

Николаева Л.Н.

доцент кафедры экономики и менеджмента, канд. техн. наук, доцент,
Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство), Россия, г. Москва

Савина И.С.

магистрант кафедры экономики и менеджмента, Российский государствен-
ный университет им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство),
Россия, г. Москва

В статье исследуются особенности использования концепции социально-этического маркетинга в индустрии моды. Авторы дают общую характеристику маркетинговой деятельности, уточняют значение маркетинга на современном этапе, выделяют основные черты шести концепций маркетинга, выявляют основные черты современного потребителя и предлагают авторскую классификацию использования концепции социально-этического маркетинга соответствии с жизненным циклом товара в индустрии моды.

Ключевые слова: маркетинговая деятельность, концепция маркетинга, концепция социально-этического маркетинга, индустрия моды, жизненный цикл товара.

В условиях современного рынка для коммерческого успеха необходимо не только активно взаимодействовать с внешней средой, но и максимально быстро адаптироваться к ее динамичным изменениям. Маркетинговая деятельность помогает снизить степень неопределенности, в которой приходится выживать и развиваться любому предприятию. Она является одной из важнейших концепций в управлении предприятием и больше, чем любая другая деятельность, способна внести значительные изменения в деятельность компании с помощью интегрированных и эффективных действий.

Как отмечается во многих источниках, маркетинг один из наиболее неясных видов деятельности. Одни считают, что это продвижение продаж, вторые делают особый упор на аспект сбыт, третьи приравнивают маркетинг к расходам на рекламу в СМИ благодаря бурному развитию мультимедийных каналов. Еще один сильный вариант понятия маркетинга – спонсорская поддержка и PR, которые играют свою роль только как часть более широкого,

интегрированного подхода. В действительности маркетинг включает все вышеперечисленное, но самое главное – он определяет возможности рынка для товаров и услуг, координирует внутренние и внешние ресурсы, занимается поиском новых механизмов работы с потребителями.

В настоящее время происходит переосмысление значения маркетинга, связанное с изменениями условий и возможностей его осуществления на практике [3]. Среди определяющих факторов можно выделить следующие:

1. Необходимость управления взаимодействием с потребителем;
2. Изменения в продуктовом предложении рынку, уменьшение роли массового маркетинга, ориентация на индивидуальные запросы;
3. Усиление конкурентной борьбы и возрастание роли глобализации инноваций;
4. Рост крупных торговых сетей, контролирующих розничный рынок и выступающих в качестве владельцев собственных брендов и оказывающих влияние на деятельность производителей.

С учетом этих особенностей, можно отметить, что маркетинговая деятельность позволяет выявить релевантные потребности и нужды покупателей и обратить их на достижение целей компании.

Маркетинг при определении возможностей рынка для товаров и услуг, координации внутренних и внешних ресурсов, поиске новых механизмов работы с покупателями руководствуется шестью основными подходами к маркетинговой деятельности, которые отражают различные этапы развития маркетинга за последние 50-60 лет: концепция совершенствования производства, концепция совершенствования товара, концепция интенсификации коммерческих усилий, концепция маркетинга, концепция социально-этичного маркетинга, концепция маркетинга взаимодействия.

Основные принципы всех шести концепций можно кратко представить в виде следующей таблицы [3, с. 43]:

Таблица 1

Эволюция концепции маркетинга

Концепция	Ведущая идея	Основной инструментарий	Главная цель
1	2	3	4
Производственная	Произвожу то, что могу	Себестоимость, производительность	Совершенствование производства, рост продаж, максимизация прибыли
Товарная	Производство качественных товаров	Товарная политика	Совершенствование потребительских свойств товара
Сбытовая	Развитие сбытовой сети, каналов сбыта	Сбытовая политика	Интенсификация сбыта товаров за счет коммерческих по продвижению и продаже товаров
Традиционного маркетинга	Произвожу то, что нужно потребителю	Комплекс маркетинг-микса, исследование потребителя	Удовлетворение нужд и потребностей целевых рынков

Окончание табл. 1

1	2	3	4
Социально-этического маркетинга	Произвожу то, что нужно потребителю, с учетом требований общества	Комплекс маркетинга-микса, исследование социальных и экологических последствий от производства и потребления производимых товаров и услуг	Удовлетворение нужд потребностей целевых рынков при условии сбережения человеческих, материальных, энергетических и других ресурсов, охраны окружающей среды
Маркетинга взаимодействия	Произвожу то, что удовлетворяет потребителей и партнеров по бизнесу	Методы координации, интеграции и сетевого анализа, комплекс маркетинга-микса	Удовлетворение потребностей потребителей, интересов партнеров и государства в процессе их коммерческого и некоммерческого взаимодействия

Концепция социально-этического маркетинга приобретает в последние годы все большую популярность, что обусловлено определенными условиями социального и экономического состояния общества в экономически развитых странах: проблемы загрязнения окружающей среды, понимание ограниченности природных ресурсов, быстрое увеличение роста населения.

Обязательными условиями применения концепции социально-этического маркетинга с позиции Ф. Котлера [2] являются:

1. Наличие основной цели фирмы, которая должна состоять в удовлетворении различных потребностей покупателей в соответствии с интересами общества;

2. Необходимость постоянно заниматься поиском новых товаров, полнее удовлетворяющих спрос, обеспечивающий интересы потребителей;

3. Наличие постоянного контакта с потребителями.

При этом маркетинговые исследования последних лет позволяют говорить о потребителе новой формации, более требовательного к общественно значимым условиям и результатам бизнеса. На основании ряда исследований и можно выделить следующие черты современного потребителя [4;5]:

1. Ориентация на товар высокого качества: покупатели новой формации готовы заплатить чуть большие деньги за товар, пусть и превышающий по цене своего конкурента, но и одновременно, превышающий его по качественным характеристикам.

2. Предпочтения отечественных товаров (за исключением отдельных товарных групп и товаров некоторых фирм): наметилась тенденция к поддержке отечественного производителя, а также поддержке мелких производителей.

3. Повышение внимания к удовлетворению вторичных, эмоционально значимых и формирующих имидж покупателя потребностям – для современного покупателя важно понимать, какие ценности несет бренд, чью продукцию он приобретает.

4. Сегодняшние потребители фактически не поддаются классификации с позиции стандартного подхода. Необходимо использовать все более сложные психографические модели сегментации.

5. Потребитель все чаще отвергает массовую продукцию и выбирает из множества товаров те, которые подходят именно ему и подчеркивают его неповторимость.

Из всего вышеперечисленного следует, что современный покупатель, живущий в развитых странах, уже предъявляет определенный набор требований к товару, в том числе и в индустрии моды. С ростом уровня образования и благосостояния, покупатель приближается к пониманию того, что его интересует не только внешний вид товара и его качественные характеристики, соизмеримые с запрашиваемой за него ценой, но и история производства товара: качественные материалы, достойная оплата и достойные условия труда людей, его производивших, минимизация вреда, оказываемого на окружающую среду. Бренды, работающие в индустрии моды, ответили на данную потребность современного покупателя и общества в целом, обратившись к концепции социально-этического маркетинга, реорганизовав в соответствии с ней свою деятельность на всех этапах производства от его начала и до последующей переработки использованной одежды.

Авторы проанализировали принцип использования концепции социально-этического маркетинга по стадиям жизненного цикла товара в индустрии моды начиная с нулевого (этап разработки), и заканчивая последним этапом (этап спада). Внутри каждого из четырех этапов выделены ключевые цели, достигаемые при помощи одного или нескольких принципов использования концепции социально-этического маркетинга и приведены конкретные примеры (табл. 2).

Таблица 2

**Использования принципов концепции социально-этического маркетинга
в соответствии с жизненным циклом товара в индустрии моды**

Этапы	Ключевые цели	Принцип использования концепции социально-этического маркетинга	Пример использования концепции социально-этического маркетинга
1	2	3	4
0	Поиск универсальных дифференцируемых свойств для выпуска конкурентного товара	Экологическая ответственность бренда при выборе ткани и ее обработке	Одежда и обувь из хлопка, льна, бамбука и конопли, выращенных без пестицидов, а также из продуктов переработки органических материалов стали появляться в коллекциях Stella McCartney, Giorgio Armani, Donna Karan, Levi's, Timberland, Nike, H&M, Adidas и других брендов.
I	Обращение к уникальным дифференцирующим свойствам товара;	Принцип Fair trade (Справедливой торговли)	Среди брендов модной индустрии, работающих по системе Fair Trade и известных по всему миру, можно выделить бренды Topshop, Marks&Spencer, Patagonia, People tree, а также более 30

Окончание табл. 2

1	2	3	4
	Апеллирование к потребителям-новаторам, способным формировать общественное внимание	Производство отдельных коллекций или отдельных моделей из линейки продукции из переработанного синтетического и органического вторсырья	брендов, преимущественно британского, американского и австралийского происхождения, не столь распространенных в Европе и России. Бренд American Apparel выпустил аксессуар из переработанного пластика. Компания Adidas – экологичную линию одежды для волонтеров Олимпийских игр в Лондоне. В 2016 году бренд H&M выпустил коллекция Conscious Exclusive, полностью состоявшую из переработанных материалов.
II	Активное формирование лояльности и приверженности к товару	Принцип Fair trade (Справедливой торговли)	Используется такими брендами-участниками движения Fair-trade как Topshop, Marks&Spencer, Patagonia, People tree.
III	Поиск различных способов использования товара в новых сферах его употребления	Предоставление покупателям возможности с помощью бренда сдать одежду, бывшую в употреблении, на переработку	В России такую возможность предлагают 2 компании сегмента масс-маркет: H&M и Uniqlo. При этом бренд Uniqlo принимает на переработку только вещи, произведенные под его маркой. А вот бренд H&M принимает на переработку одежду любого производителя, ограничения касаются лишь ряда тканей (например, кожаные изделия на переработку не принимают).
IV	Сохранение знания Стимулирование к покупке новых коллекций бренда	Предоставление покупателям возможности с помощью бренда сдать одежду, бывшую в употреблении, на переработку (с возможностью выдачи скидочного купона на новую коллекцию за сданные в переработку бывшие в употреблении вещи)	Бренд H&M проводит программу Close the Loope («Замкни петлю»). Под «петлей» подразумевают круговорот вещей в природе. В России она проходит под девизом «Не дай моде превратиться в мусор» – в магазинах H&M установлены картонные ящики для сбора ненужного текстиля. К тому же бренд не только побуждает покупателей проявить социальную сознательность и экологическую ответственность, но и побуждает их совершить новую покупку, предоставляя ваучер на 15-процентную скидку на приобретение одной новой вещи бренда H&M за каждый пакет сданного текстиля любой марки.

Источник: составлено авторами

Таким образом, можно отметить, что в последние годы все чаще бренды индустрии моды прибегают к концепции социально-этического маркетинга. Именно эта концепция позволяет оперативно отреагировать на потребности и нужды покупателей как представителей современного общества, – нивелировать урон, наносимый окружающей среде, и, одновременно, положительно повлиять на рентабельность компании. При этом бренд получает тем большую выгоду, чем более комплексный подход к применению концепции социально-этического маркетинга на всех этапах жизненного цикла товара использует.

Список литературы

1. Багиев Г.Л., Тарасевич В.М. Маркетинг: Учебник для вузов. 3-е изд. СПб.: Питер, 2010. 576 с.
2. Котлер Ф. Основы маркетинга. Краткий курс. Пер. с англ. – М.: Вильямс, 2015. 496 с.
3. Николаева Л.Н., Фаина О.Н. Маркетинговая деятельность в современных условиях ведения бизнеса. Статья. Международная научно-техническая конференция «Дизайн, технологии и инновации в текстильной и легкой промышленности» (ИННОВАЦИИ-2016). 15-16 ноября 2016 г., часть 3, стр.237-239. – Сборник материалов. М., ФГБОУ ВО «МГУДТ», 2016 г.
4. Мода без отходов. Часть 1 // Be-in.ru. Интернет платформа. 2011. 12 окт. URL: http://www.be-in.ru/people/20349-eco_fashion/ (дата обращения: 11.11.2016)
5. Хайнс Тони, Брюс Маргарет Маркетинг в индустрии моды: комплексное исследование для специалистов отрасли. Мн.: Гревцов Паблишер, 2009, 416 с.

ВЛИЯНИЕ КУРСА ВАЛЮТЫ НА ВВП СТРАНЫ

Пиль Э.А.

академик РАН, профессор, доктор технических наук,
Россия, г. Санкт-Петербург

В данной статье рассматриваются влияния шести и пяти переменных на ВВП (GDP) страны. При этом только одна из них X_2 изменяет свои значения, а остальные являются величинами постоянными. То есть, рассматриваются следующие зависимости $GDP = f(X_1, X_2, X_3, X_4, X_5, X_6)$ и $GDP = f(X_1, X_2, X_3, X_4, X_5)$, а также $GDP_1 (GDP_2) = f(X_1, X_2, X_3, X_4, X_5, X_6)$ и $GDP_1 (GDP_2) = f(X_1, X_2, X_3, X_4, X_5)$. На основе произведенных расчетов были построены 2D и 3D графики, которые дают наглядные представления влияния переменной X_2 на ВВП (GDP) любой страны.

Ключевые слова: ВВП, GDP, курс валют, переменная, зависимости.

На рис. 1 представлена кривая GDP при $X_1 = X_3 = X_4 = X_5 = X_6 = 1$, $X_2 = 1 \dots 10$. Как видно из графика кривая GDP, при этих значениях переменных, увеличивается очень значительно с 95,27 до 95266,87, т.е. 1000 раз.

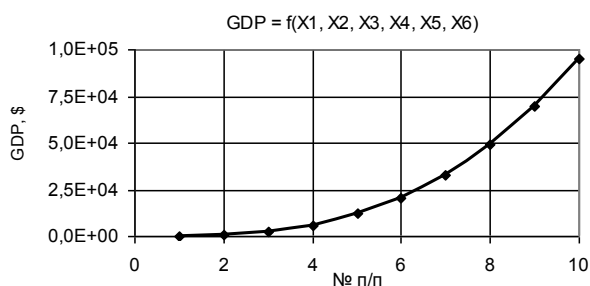


Рис. 1. $GDP = f(X_1, X_2, X_3, X_4, X_5, X_6)$
 $X_1 = X_3 = X_4 = X_5 = X_6 = 1, X_2 = 1 \dots 10$

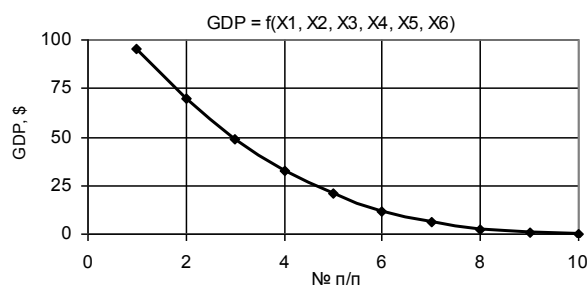


Рис. 2. $GDP = f(X_1, X_2, X_3, X_4, X_5, X_6)$
 $X_1 = X_3 = X_4 = X_5 = X_6 = 1, X_2 = 1 \dots 0,1$

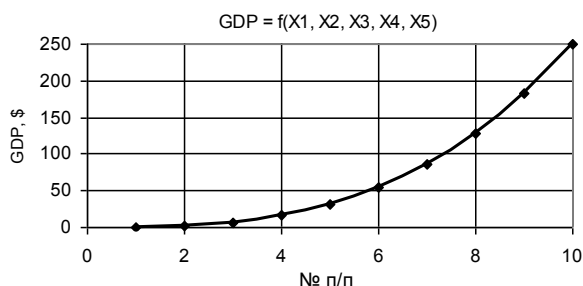


Рис. 3. $GDP = f(X_1, X_2, X_3, X_4, X_5)$
 $X_1 = X_3 = X_4 = X_5 = 1, X_2 = 1 \dots 10$

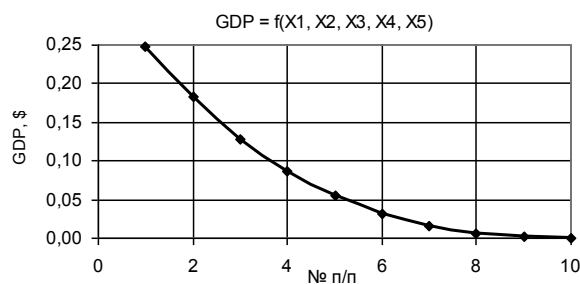


Рис. 4. $GDP = f(X_1, X_2, X_3, X_4, X_5)$
 $X_1 = X_3 = X_4 = X_5 = 1, X_2 = 1 \dots 0,1$

На следующем рис. 2 показано, что при уменьшении переменной X_2 в 10 раз значения экономической оболочки уменьшились со значения 95,27 до 0,1, т.е. в 1000 раз. Здесь рассматриваемые переменные были следующими $X_1 = X_3 = X_4 = X_5 = X_6 = 1, X_2 = 1 \dots 0,1$.

На рис. 3 и 4 представлены зависимости $GDP = f(X_1, X_2, X_3, X_4, X_5)$ при следующих значениях переменных: $X_1 = X_3 = X_4 = X_5 = 1, X_2 = 1 \dots 10$ и $1 = X_3 = X_4 = X_5 = 1, X_2 = 1 \dots 0,1$ соответственно. Из этих рисунков видно, что на рис. 3 при данных значениях переменных экономическая оболочка увеличивается с 0,25 до 250,62, т.е. в 1009,6 раз, а на рис. 4 уменьшились с 0,25 до 0,0003, т.е. в 990,5 раз.

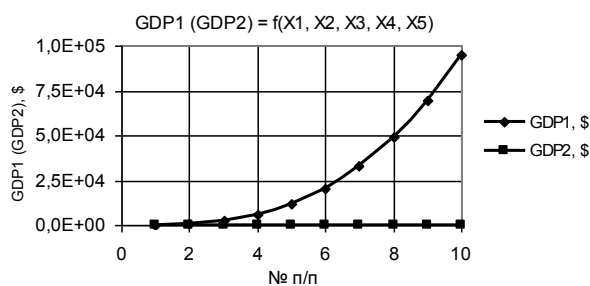


Рис. 5. $GDP_1 (GDP_2) = f(X_1, X_2, X_3, X_4, X_5)$
 $X_1 = X_3 = X_4 = X_5 = 1, X_2 = 1 \dots 10$

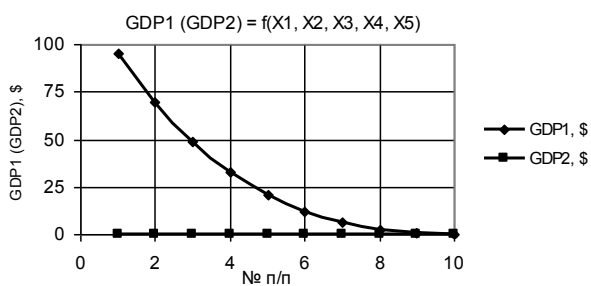


Рис. 6. $GDP_1 (GDP_2) = f(X_1, X_2, X_3, X_4, X_5)$
 $X_1 = X_3 = X_4 = X_5 = 1, X_2 = 1 \dots 0,1$

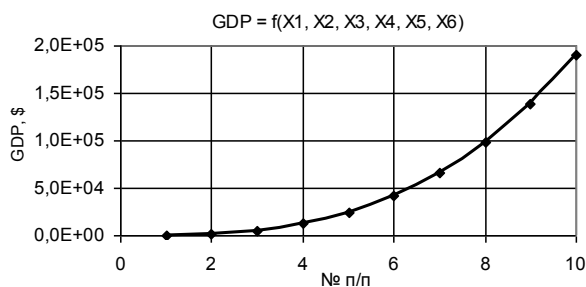


Рис. 7. $GDP = f(X_1, X_2, X_3, X_4, X_5, X_6)$
 $X_1 = X_3 = X_4 = X_5 = X_6 = 1, X_2 = 1 \dots 10$

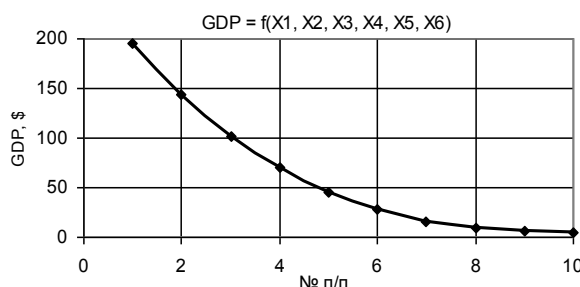


Рис. 8. $GDP = f(X_1, X_2, X_3, X_4, X_5, X_6)$
 $X_1 = X_3 = X_4 = X_5 = X_6 = 1, X_2 = 1 \dots 0,1$

Из следующих двух рисунков 5 и 6 видно, что построенные кривые GDP1 и GDP2 либо значительно увеличиваются (рис. 5), либо уменьшаются (рис. 6). Здесь значения GDP1 и GDP2 представляют верхнюю и нижнюю границы экономической оболочки. Таким образом, рисунки, на которых изображены две кривые, показывают область, в которой может существовать экономическая оболочка под воздействием внешних сил. Эти рисунки были построены при следующих значениях переменных: $X1 = X3 = X4 = X5 = 1$, $X2 = 1 \dots 10$ и $X1 = X3 = X4 = X5 = 1$, $X2 = 1 \dots 0,1$ соответственно.

На рис. 7 и 8 построенные кривые GDP при значениях переменных $X1 = X3 = X4 = X5 = X6 = 1$, $X2 = 1 \dots 10$ и $X1 = X3 = X4 = X5 = X6 = 1$, $X2 = 1 \dots 0,1$ либо увеличиваются со 194,89 до $1,91E+05$, т.е. в 978,57 раз (рис. 7), либо уменьшаются со 194,89 до 4,37, т.е. в 44,58 раз (рис. 8).

При следующих значениях переменных $X1 = X3 = X4 = X5 = 1$, $X2 = 1 \dots 10$, построенная зависимость GDP на рис. 9 увеличивается со значения 4,68 до величины 505,98, т.е. в 1009,6 раза.

Из следующего рис. 10 видно, что здесь построенная кривая GDP при переменных $X1 = X3 = X4 = X5 = 1$, $X2 = 1 \dots 0,1$ уменьшается очень незначительно с 4,68 до 4,18, т.е. в 1,12 раза.

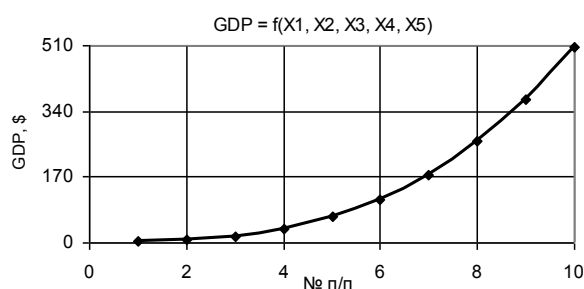


Рис. 9. $GDP = f(X1, X2, X3, X4, X5)$
 $X1 = X3 = X4 = X5 = 1$, $X2 = 1 \dots 10$

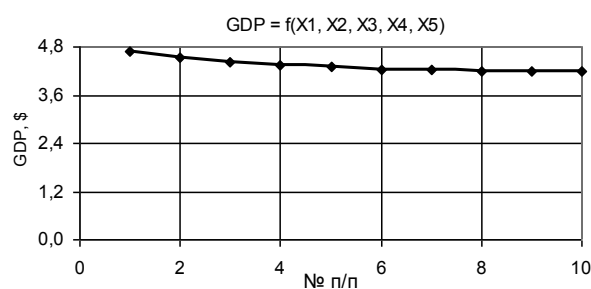


Рис. 10. $GDP = f(X1, X2, X3, X4, X5)$
 $X1 = X3 = X4 = X5 = 1$, $X2 = 1 \dots 0,1$

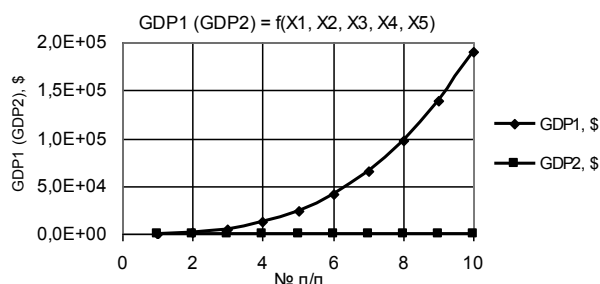


Рис. 11. $GDP1 (GDP2) = f(X1, X2, X3, X4, X5)$
 $X1 = X3 = X4 = X5 = 1$, $X2 = 1 \dots 10$

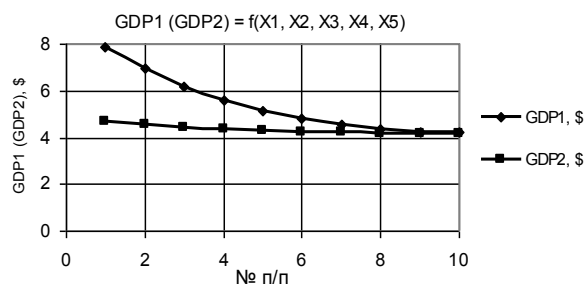


Рис. 12. $GDP1 (GDP2) = f(X1, X2, X3, X4, X5)$
 $X1 = X3 = X4 = X5 = 1$, $X2 = 1 \dots 0,1$

На последних двух 2D рисунках 11 и 12 значения построенных кривых GDP1 и GDP2 увеличиваются значительно для рис. 11 и уменьшаются для рис. 12. Так, например, при $X1 = X3 = X4 = X5 = 1$, $X2 = 1 \dots 10$ (рис. 11) значения GDP1 и GDP2 увеличивается в обоих случаях в 978,54 и 108,03 раз, а при $X1 = X3 = X4 = X5 = 1$, $X2 = 1 \dots 0,1$ (рис. 12) происходит уменьшение в 1,88 и 1,12 раз соответственно.

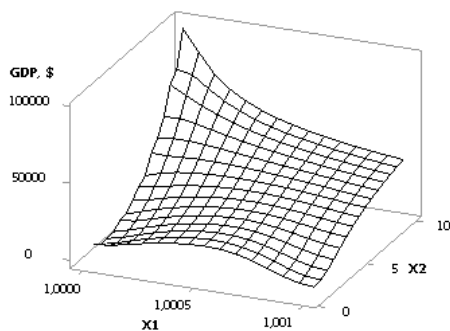


Рис. 13. $GDP = f(X1, X2, X3, X4, X5, X6)$
 $X1 = X3 = X4 = X5 = 1, X2 = 1 \dots 10$

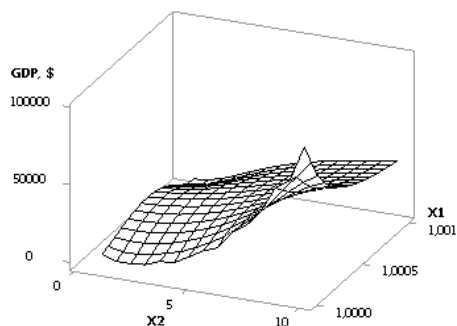


Рис. 14. $GDP = f(X1, X2, X3, X4, X5, X6)$
 $X1 = X3 = X4 = X5 = 1, X2 = 1 \dots 10$

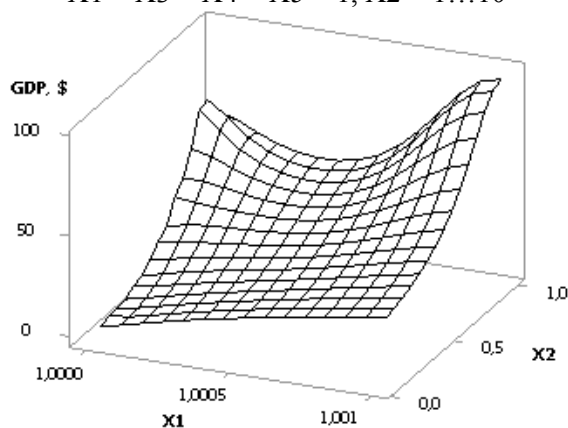


Рис. 15. $GDP = f(X1, X2, X3, X4, X5, X6)$
 $X1 = X3 = X4 = X5 = 1, X2 = 1 \dots 0,1$

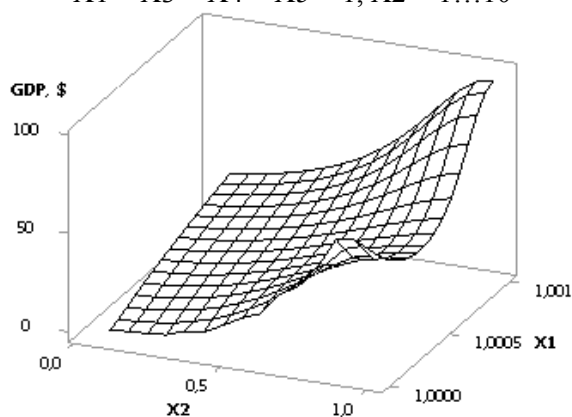


Рис. 16. $GDP = f(X1, X2, X3, X4, X5, X6)$
 $X1 = X3 = X4 = X5 = 1, X2 = 1 \dots 0,1$

Если построить 3D изображения, то они дают более наглядное представление, чем 2D рисунки, представлены выше. Как видно из этих рисунков внешний вид 3D изображения зависит от расположения осей $X1$ и $X2$. Так на рис. 13 и 14 представлены два типа одинаковых 3D рисунков, когда значения переменной $X2$ увеличиваются в десять раз ($X2 = 1 \dots 10$), но при этом значения осей $X1$ и $X2$ были поменяны местами. На рис. 15 и 16 показаны аналогичные 3D зависимости, но только здесь значения переменной $X2$ уже уменьшаются в десять раз ($X2 = 10 \dots 0,1$).

Теперь дадим интерпретацию переменной $X2$. Из теории оболочек переменная $X2$ является толщиной оболочки, которую можно интерпретировать как стоимость национальной валюты по отношению к общепринятой, т.е. доллару или евро.

При этом переменная $X2$ может принимать следующие три значения:

1. $X2 = 1$;
2. $X2 > 1$;
3. $X2 < 1$.

Рассмотрим теперь эти три варианта по отдельности.

1. Если $X2 = 1$ это означает, что одна единица национальной валюты, например, рубль соответствует одной единице конвертируемой валюты, например, доллару или евро. В этом случае выигрывает та страна, где уровень жизни выше и, соответственно, средняя зарплата населения выше, следовательно, стоимость производимых товаров и услуг тоже будет выше. Поэтому как компаниям посредникам, так и населению будет выгодно приобре-

тать товары и услуги за рубежом. Также компаниям выгодно располагать свои предприятия в странах с более низкой зарплатой, при условии, конечно, что цена на логистику доставки товаров и услуг будет меньше цены изготовления аналогичных товаров и услуг, производимых местными компаниями, а их качество одинаково.

2. Если $X_2 > 1$ это означает, что за одну единицу конвертируемой валюты придется платить больше одной единицы национальной валюты, например, на октябрь 2016 года один доллар соответствует в среднем 63,41 рублям, а один евро 69,55 рублям. Таким образом, те компании, которые поставляют свою продукцию или сервис на экспорт, заинтересованы в том, чтобы стоимость национальной валюты не укреплялась, а падала, так как в этом случае они будут получать большую прибыль при переводе полученной зарубежной валюты в национальную. Поэтому эти компании могут позволить себе, при необходимости, модернизировать и расширять, производство, повышать зарплату своим сотрудникам и т.д. Все это положительно скажется и на ВВП (GDP) страны, которое, естественно, будет расти. Но в этом случае должно выполняться условие, что производство компаниями товаров и услуг, которые ориентированы на внутренний рынок, как минимум, будет оставаться на прежнем уровне. Здесь также должно выполняться и второе условие, что цена производимых товаров и услуг также должна оставаться на прежнем уровне, а еще лучше расти, как минимум, пропорционально с ростом инфляции. То есть должно выполняться неравенство $Pr_{i+1} \geq Pr_i$, где Pr_{i+1} – прибыль компании в рассматриваемый год, Pr_i – прибыль компании за предыдущий год. Этот вариант также положительно скажется на развитии тех отраслей, которые поставляют свою продукцию и сервис на внутренний рынок, так как большая часть населения станет покупать отечественные товары и услуги ввиду подорожания импортных. На предприятия, которые работают на внутренний рынок и используют импортное оборудование этот вариант скажется отрицательно, так как им придется больше платить за приобретение нового оборудования, если нет аналогов отечественного оборудования или оно уступает по своим характеристикам зарубежному. Это, естественно, уменьшит прибыль этих компаний.

Таким образом, данный вариант приводит к решению задачи импортозамещения зарубежной техники и продуктов питания, за исключением тех, которые не растут в нашем климате, что и было сделано правительством Российской Федерации. Здесь следует отметить, что о снижении физической доли импорта при закупках оборудования во втором квартале 2015 года по сравнению со вторым кварталом 2014 года сообщили 30% предприятий. При этом 6% предприятий полностью отказались от импорта (хотя закупали его ранее), а 24% снизили его долю, но не до 0% [2]. Из статистики России видно, что при увеличении цены на валюту в два раза в 2015 г. на 31,3% сократились поездки населения за границу для отдыха и при этом они потратили на 30% меньше денег во время путешествий, чем это было раньше [3]. Удорожание валюты в два раза положительно сказалось на развитии сегмента туризма внутри страны и продуктов питания. Это также дало импульс для за-

мещения импорта и развития ряда отраслей, что и видно из таблицы 1. В таблице 2 представлены преимущества от развития импортозамещения в России, как для населения, так и для бизнеса [1].

3. Если $X_2 < 1$ это означает, что национальная валюта укрепляется. В этом случае компании экспортеры будут терять свою прибыль, что сразу отрицательно скажется на притоке иностранной валюты. В укрепление национальной валюты заинтересованы только те компании, которые используют импортное оборудование, т.к. они смогут чаще обновлять его. Положительно скажется и на компаниях занимающиеся импортом, т.к. они смогут увеличить поставку различных импортных товаров. Этот вариант также положительно скажется и на том сегменте населения, которое предпочитает проводить свой отпуск за границей, а также части населения, выезжающих для получения дешевых и качественных медицинских услуг.

Таблица 1

Импортозамещение по отраслям

Отрасль	Текущая доля импорта	Цель к 2020 году
Гражданское самолетостроение	более 80%	40%
Тяжелое машиностроение	порядка 70%	35%
Нефтегазовое оборудование	60%	40%
Энергетическое оборудование	около 50%	30%
Сельхозмашиностроение (в зависимости от категории продукции)	от 50% до 90%	20%

Таблица 2

Выгода от внедрения импортозамещения в России

Кто получит выгоду?	Как?
Рядовые граждане России	Планомерное увеличение количества рабочих мест в регионах развития; Конкуренция среди работодателей – повышение заработной платы; Востребованность специалистов узкой специализации на рынке.
Малый и средний бизнес	Увеличение доли предпринимателей за счет развития сельского хозяйства, другого малого бизнеса; Получение субсидий от государства; Увеличение объемов продаж за счет увеличения доли рынка в России; Налоговые льготы для бизнеса на несколько лет.
Банки	Увеличение прибыли за счет роста количества заемщиков.
Государство	Рост ВВП, увеличение налоговых отчислений; Снижение зависимости от западных товаров, развитие внутреннего рынка.

Следовательно, толщину экономической оболочки можно трактовать как валютную составляющую ВВП (GDP) страны и ее увеличение показывает увеличение экспорта товаров и услуг за границу, при условии, конечно, что отношение национальной валюты к конвертируемой осталось прежней.

Таким образом, политика центрального банка страны должна заключаться в том, чтобы находить равновесие в обменном курсе валют на конкретный момент времени, так чтобы, в первую очередь, рост ВВП (GDP) страны оставался или на прежнем уровне или рос, в зависимости от состояния мировой экономики. Здесь также не малую роль играет и банковская процентная ставка, установленная центральным банком.

Список литературы

1. Импортзамещение в России. Цели на 2016–2020 годы. [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://zimport.ru/cel-proekta/> (открыт 4 ноября 2016 г.).
2. Сергей Цухло. Процесс пошел, как происходит импортзамещение в промышленности. [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://www.rbc.ru/opinions/economics/05/10/2015/561273db9a79475dae1d7ae3> (открыт 4 ноября 2016 г.).
3. Туристический поток из России за границу сократился. [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://insit.tv/news/obshchestvo/turisticheskiy-potok-iz-rossii-za-granitsu-sokratilsya/> (открыт 4 ноября 2016 г.).
4. В России спад автопрома за 11 месяцев составил 23,6%. [Электронный ресурс] http://www.dp.ru/a/2015/12/15/V_Rossii_spad_avtoproma_z/ (открыт 4 ноября 2016 г.).

О ВЛИЯНИИ РОСТА ЧИСЛЕННОСТИ НАСЕЛЕНИЯ НА ПОКАЗАТЕЛЬ ВВП

Плохов С.А.

студент 2 курса экономического факультета,
Санкт-Петербургский государственный университет,
Россия, г. Санкт-Петербург

В статье рассмотрена взаимосвязь между показателями темпа роста численности населения и темпа роста ВВП на душу населения. В качестве анализа взаимосвязи использован метод корреляционного анализа. В ходе работы исследованы и другие факторы, оказывающие влияние на рост ВВП.

Ключевые слова: экономический рост, рост численности населения, ВВП, ВВП на душу населения, производительность.

Каждое государство характеризуется собственным набором экономических показателей, за счет которых и определяется такой показатель как уровень жизни. Иными словами, уровень жизни – это количество товаров и услуг, которое может быть куплено населением страны. В богатых государствах имеется большой выбор товаров, высокого качества; а чем выше качество здравоохранения и образования, тем больше продолжительность жизни [5, 6]. В интересах правителей государств выстраивать политику страны, ориентированную на долгосрочный экономический рост – увеличение реального ВВП, ведь чем больше страна производит товаров и услуг, тем выше уровень жизни ее населения [4].

Различие в показателях ВВП можно объяснить, используя производственную функцию с постоянной отдачей, которая принимает вид:

$$\frac{Y}{L} = AF\left(1, \frac{K}{L}, \frac{H}{L}, \frac{N}{L}\right),$$

где $F()$ – функция, определяющая зависимость объемов выпуска продукции от комбинации и затрат факторов производства (L – труд, K – капитал, H – человеческие ресурсы, N – природные ресурсы), A – переменная, зависящая от доступности производственных технологий [7]. Это уравнение характеризует зависимость производительности труда от величин факторов, приходящихся на одного работника. Среди экономистов данная формула вызывает противоречивые идеи. Некоторые экономисты считают, что быстрый рост населения способствует снижению уровня ВВП на одного работника, так как, по их мнению, при увеличении количества трудящихся на каждого из них приходится меньшая доля капитала [7]. В качестве примера можно рассмотреть человеческий капитал: в странах с высокими темпами роста населения много детей школьного возраста, что создает определенные трудности в системе образования. Поэтому неудивительно, что в таких странах уровень знаний, получаемых в школах весьма невысок [1]. Другие экономисты считают, что между ростом численности населения и повышением экономического благосостояния общества существует прямая взаимосвязь. Некоторые обоснования такой гипотезы изложил Майкл Кремер в статье «Рост населения и технологические изменения...» [11]. Аргументация такой позиции состоит в том, что при увеличении населения растет и доля новаторов, инженеров, изобретателей, которые являются двигателем научно-технологического прогресса, вследствие чего повышается уровень жизни населения.

Мы провели собственное исследование на предмет взаимосвязи между показателями темпа роста населения темпом экономического роста, чтобы определить степень влияния роста населения на показатель ВВП. Поскольку человеческий капитал, создаваемый людьми, производится не сразу после рождения, нами выделен временной интервал, разделяемый значениями показателей темпа роста населения и темпа экономического роста. Так, потенциальному инженеру необходимо получить образование и приобрести опыт, поэтому этот интервал определен в 30 лет. Для проведения исследования взята база данных [2] по всем странам мира по вышеназванным макроэкономическим показателям. В результате обработки массива данных собрана информация по 138 странам за два года – 2015 и 1985 (для некоторых стран данные за 1985 отсутствовали, поэтому они были исключены из исследования). Далее проведен корреляционный анализ, полученный показатель корреляции 0,1244, позволяет говорить об очень слабой связи между изменением изучаемых показателей, а в силу значения показателя R -квадрат = 0,0155 – изменения темпа экономического роста лишь на 1,5% происходят за счет изменения темпа численности населения [9, 10].

Для исследования изменений ВВП на душу населения в странах и валовых внутренних расходов на НИОКР мы обратились к базе данных

ЮНЕСКО (данные по 44 странам) [8]. Расходы государств в долларах по паритету покупательной способности за 2014 год сравнили с ростом ВВП на душу населения за 2015 год. Здесь показатель корреляции оказался равен 0,4062, что говорит об умеренности связи [9, 10]. R-квадрат=0,165, значит, расходы на НИОКР на 16,5% определяют темп экономического роста на душу населения. Неудивительно, что коэффициент корреляции далек от единицы: экономический рост не может зависеть лишь от одного фактора. Однако полученные результаты доказывают, что взаимосвязь между показателями темпа роста населения и экономического роста незначительна. Экономический рост в основном зависит от таких факторов как уровень технологического развития, доступа к природным богатствам, степени образованности [3].

Список литературы

1. Алехина Л.Н., Дюкина Т.О., Бученко Ю.Н. О современных проблемах образования в России // Наука и Мир. 2014. № 8 (12). С. 87-88.
2. База данных Всемирного экономического банка. URL: <http://data.worldbank.org/>. (Дата обращения: 10.12.2016)
3. Беляков А.В., Кордович В.И. Выбор ключевых факторов влияния для разработки сценариев // Известия Санкт-Петербургского государственного аграрного университета. 2011. № 22. С. 190-195.
4. Бубис И.В., Гилязетдинова К.Р., Дюкина Т.О. О взаимосвязи между ВВП на душу населения, индексом счастья, индексом развития человеческого потенциала и индексом экологической эффективности // Приложение математики в экономических и технических исследованиях. 2014. № 4 (4). С. 57-61.
5. Дюкина Т.О. Анализ развития рынка услуг здравоохранения в России // Известия Санкт-Петербургского государственного аграрного университета. 2012. № 28. С. 296-299.
6. Дюкина Т.О. О состоянии здоровья и заболеваемости населения России // Известия Санкт-Петербургского государственного аграрного университета. 2012. № 26. С. 331-337.
7. Мэнкью Н., Тейлор М. Макроэкономика. 2-е изд. – СПб.: Питер, 2016. – 560 с.: ил.
8. Официальный сайт ЮНЕСКО. URL: <http://uis.unesco.org/>. (Дата обращения: 8.01.2017)
9. Социально-экономическая статистика. Алехина Л.Н., Дюкина Т.О., Зуга Е.И., Ковалев В.В., Колычева В.А., Попова И.Н., Смирнов С.А., Смирнова Н.А., Соболева Г.В., Шаныгин С.И. / под ред. В.В. Ковалева, Т.О. Дюкиной. Санкт-Петербург, 2014. 328 с.
10. Теория статистики. Ковалев В.В., Зуга Е.И., Дюкина Т.О., Колычева В.А., Попова И.Н., Смирнова Н.А., Третьяков С.Л., Шаныгин С.И. Учебное пособие для бакалавров / Москва, 2014. Сер. 58 Бакалавр. Академический курс (1-е изд.). 454 с.
11. Kremer M. «Population Growth and Technological Change: One Million B.C. to 1990» URL: <http://www.ssc.wisc.edu/~walker/wp/wp-content/uploads/2012/01/kremer1993.pdf>

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МЕТОДИКИ АНАЛИЗА ЗАТРАТ В СФЕРЕ МАГИСТРАЛЬНОГО ГРУЗОВОГО ЖЕЛЕЗНОДОРОЖНОГО ТРАНСПОРТА

Помазунова Т.Н.

магистрант кафедры «Экономическая теория»,
Астраханский государственный технический университет,
Россия, г. Астрахань

Котова Т.В.

доцент кафедры «Экономическая теория», к.э.н.,
Астраханский государственный технический университет,
Россия, г. Астрахань

Болучевцева А.С.

экономист, Астраханская дистанция гражданских сооружений
Приволжской железной дороги, Россия, г. Астрахань

Исследованы вопросы анализа и оптимизации затрат для инфраструктуры железнодорожного транспорта Российской Федерации. Выявлены недостатки в существующей практике для Дистанции гражданских сооружений водоснабжения и водоотведения. Рассмотрены основные показатели деятельности Дистанции гражданских сооружений, водоснабжения и водоотведения. Приведен сравнительный анализ применения методов «Стандарт-костинг» и «Кост-киллинг» для Дистанции гражданских сооружений, водоснабжения и водоотведения. Для оптимизации и анализа затрат инфраструктуры железнодорожного транспорта России обосновано применение смешанных методик классификаций затрат. Сделан вывод, что при применении предложенной методики анализа затрат, станет возможным детальный контроль над показателями, влияющими на затраты предприятия, установление отклонения от принятых норм.

Ключевые слова: оптимизация, анализ затрат, смешанная методика анализа затрат, инфраструктура железнодорожного транспорта, Дистанция гражданских сооружений водоснабжения и водоотведения, «Стандарт-костинг», «Кост-киллинг».

Железнодорожный транспорт выполняет важную роль в деятельности товарного рынка России, обеспечивает населению передвижение. Он является ключевым элементом транспортной системы России и большинства стран СНГ. Особое значение железнодорожного транспорта Российской Федерации обосновывается дальними расстояниями перевозок, отсутствием внутренних водных путей в главных сообщениях Восток – Запад, прекращением навигации на реках в зимний период.

В связи с этим на их долю приходится почти 50% грузооборота и более 46% пассажирооборота всех видов транспорта страны.

Среди основных достоинств железнодорожного транспорта выделяют сооружение по всей сухопутной территории, а также возможность крупных перевозок. В сравнении с водным транспортом, перевозка грузов составляет более короткий путь [5].

Железнодорожные перевозки значительно влияют на состояние региональной экономики.

Оперативное управление структурных подразделений, находящихся на территории Астраханской области осуществляет Астраханское территориальное управление Приволжской железной дороги – филиала ОАО «РЖД».

Железнодорожное сообщение соединяет Астрахань с другими областными центрами России, республикой Казахстан, государствами Средней Азии и Закавказья. На долю железнодорожного транспорта приходится более 61,1% объема грузооборота и 25% пассажирооборота всех видов транспорта. Значительна роль железнодорожного транспорта в обеспечении внешнеэкономических связей. Его удельный вес в перевозках экспортно-импортных грузов составляет более 65%. Общая развернутая протяженность железных дорог в Астраханской области составляет 2222,7 километров [7].

Проблема классификации, оптимизации и анализа затрат являются важными для предприятий. С помощью правильно подобранных методик распределения затрат возможно снижение себестоимости продукции (услуг), повышение эффективности производства, соответственно увеличение прибыли. То есть, является рычагом воздействия на финансово-хозяйственную деятельность предприятий.

В состав инфраструктуры железнодорожного транспорта входят: хозяйство гражданских сооружений, водоснабжения и водоотведения, осуществляющие текущее содержание, ремонт зданий и сооружений, систем водоснабжения и водоотведения. В то же время данная инфраструктура находится в тесной связи с другими подразделениями железных дорог.

Она является структурным подразделением Приволжской железной дороги – филиала Открытого акционерного общества «Российские железные дороги», входит в его состав и подчиняется Отделению.

Грамотно проведенная политика анализа и управления затратами на предприятии может привести к их оптимизации и как следствие к увеличению прибыли [6]. При исследовании методических аспектов анализа затрат на железнодорожном транспорте выявлено, отсутствие отраслевой методики анализа.

Мнение О.А. Кулаковой выражается в том, что анализ затрат – один из эффективных методов управления, позволяющий изучать данные о затратах с целью получения информации для внутреннего планирования и контроля хозяйственных операций [4].

Распределение затрат предприятия необходимо, для оптимизации затрат, оценки экономичности процессов, эффективности использования ресурсов.

Т.А. Фролова предлагает классифицировать затраты по функциям деятельности предприятия в системе управления производством, так как это дает возможность определить величину затрат подразделений каждой сферы [8].

Керимов В.Э. считает, что важную роль в управлении затратами играет система контроля, предоставляющая возможность принять правильные

решения в будущем, влияющие на снижение затрат и повышения эффективности производства. Для обеспечения системы контроля за затратами их группируют на контролируемые и неконтролируемые затраты [3].

Жукова А.Ю. объясняет, что система «стандарт-кост» является одной из первых систем анализа затрат. Она основана на применении в учете и контроле производственных расходов принципа стандартизации рабочих процессов [2].

Ветрова Ю. же считает систему «кост-киллинг» важнейшим инструментом управления предприятием, поскольку она позволяет получить структурированную информацию, для регулирования производственного процесса оценки уровня его эффективности [1].

В качестве основы для разработки методики были взяты «Стандарт-костинг» и «Кост-киллинг».

«Стандарт-костинг» направлен на установление норм прямых затрат, выявление отклонений фактического расхода от установленных норм, определение существенности этих отклонений и устранение последних.

«Кост-киллинг» направлен на выявление нерациональных и лишних затрат, поэтому его нельзя рассматривать вне общей системы управления и отчетности, которая существует либо создается на предприятии. Применение этого метода снижает риск банкротства и дает весомые результаты там, где другие методы бездействуют. Плюсы и минусы этих методик представлены в таблице 1.

Таблица 1

Достоинства и недостатки «Стандарт-костинг» Достоинства и «Кост-киллинг»

Достоинства	Недостатки
«Стандарт-костинг»	
Для анализа и контроля затрат сформирована улучшенная информационная база	Успех применения зависит от точности информационной базы
Уменьшена учетная работа связанной с калькулированием себестоимости, а также обеспечение информацией о будущих затратах на производство во время	Невозможно установить нормы по отдельным видам затрат
Ведение учета по центрам ответственности	Трудоемкий процесс расчета нормативной себестоимости
«Кост-киллинг»	
Быстро сократить затраты внешней и внутренней среды. Снижение явных и альтернативных издержек.	Жесткость метода (в том числе сокращение на заработную плату и сокращение персонала)

Учитывая специфику деятельности нашего объекта исследования, следует отметить, что эксплуатационные затраты являются важным показателем деятельности дистанции, так как она является центром затрат и от того насколько эффективно будет работать каждое предприятие, в том числе дистанция гражданских сооружений, водоснабжения и водоотведения зависит конечный результат деятельности Компании ОАО «РЖД».

Эксплуатационными затратами на железной дороге являются затраты на перевозку грузов, пассажиров, содержание пути и вагонного парка, текущее содержание служебно-технических зданий и сооружений и т.д.

В зависимости от отношения к производственному процессу затраты делятся на непосредственно вызываемые этим процессом и общехозяйственные. В свою очередь, непосредственно вызванные процессом производства, подразделяются на специфические (прямые) для каждого места возникновения затрат и затраты общие для всех мест возникновения затрат (видов деятельности). Специфические (прямые производственные) затраты группируются по видам деятельности, отраслевым хозяйствам железнодорожного транспорта, а по локомотивному хозяйству – по видам тяги.

Общехозяйственные затраты подразделяются на две группы: общехозяйственные затраты без затрат по содержанию аппарата управления и расходы по содержанию аппарата управления.

В зависимости от экономического содержания затраты, связанные с производством и реализацией, складываются из следующих элементов: затраты на оплату труда; отчисления на социальные нужды; затраты на материальные затраты, в т.ч. материалы, топливо, электроэнергия, прочие материальные затраты; амортизация; прочие затраты.

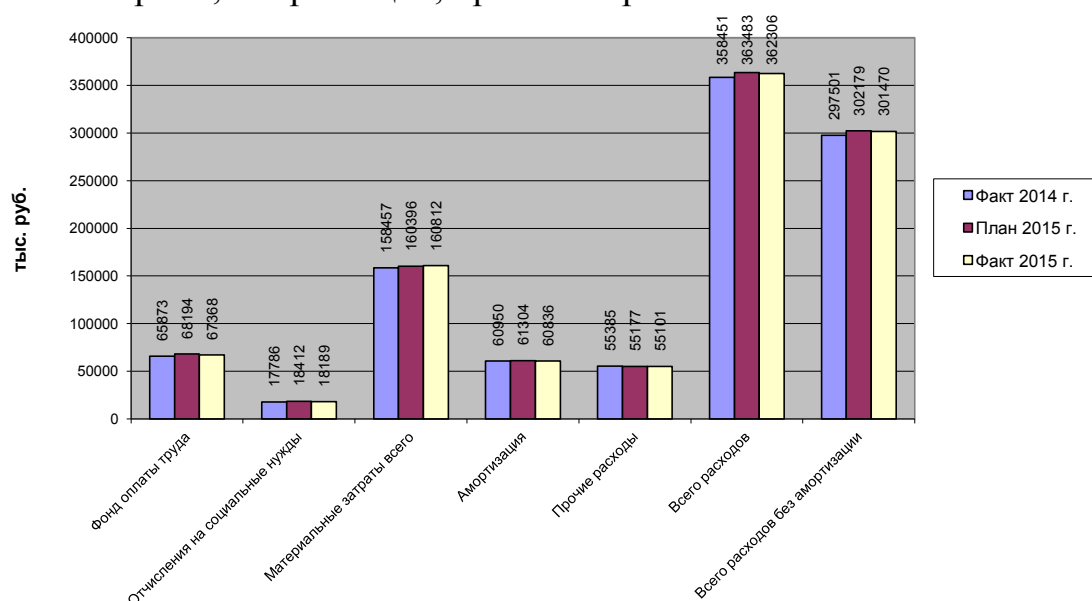


Рис. 1. Эксплуатационные затраты Дистанции за 2014-2015 гг.

По данным рисунка 1 видно, что к прошлому году эксплуатационные затраты увеличились на 3855 тыс. руб. или 2 %.

Затраты предприятия по прочей деятельности так же увеличились по сравнению с предыдущим годом.

Анализ методов, приведенный в таблице 1, особенности деятельности инфраструктуры магистрального грузового железнодорожного транспорта, позволил обосновать применение предлагаемой нами методики в таблице 2.

Таблица 2

**Обоснование применения «смешанной» методики
в сфере магистрального грузового железнодорожного транспорта**

Затраты	Методы исследования затрат	
	Кост-килинг	Стандарт-костинг
Материальные затраты	Мониторинг затрат, отслеживание отклонений. Применение ресурсосберегающих технологий: снижение сырья, материалов, уменьшение себестоимости	Использование норм снижения материалов при выполнении видов работ на единицу (ЕНиР, Гост, СНиП)
трудовые	Применение аутсорсинговых фирм, выделения контингента из основной деятельности,	Использование ставок на з/п. Нормативные затраты на 1 ед. продукции
	которые выполняет несвойственные функции следственно снижение затрат на з/п, повышение производительности труда	
накладные	Деление на прямые и косвенные затраты. С определением, закрепляемым за центрами ответственности	Фактические затраты постоянных накладных расходов Фактические затраты перемен. накладных
Постоянные		
переменные		

Своевременное выявление и минимизация отрицательных отклонений, а также применение способов снижения затрат, даже жестким методом, позволит Дистанции минимизировать свои затраты.

Алгоритм смешанной методики представлен на рисунке 2.



Рис. 2. Алгоритм «Смешанной» методики

Данный алгоритм носит системный характер и представляет собой упорядоченный процесс, обеспечивающий оптимизацию затрат, почти в любых условиях. Себестоимость продукции не только важнейшая экономическая категория, но также качественный показатель, так как она описывает степень использования всех ресурсов предприятия.

Классификация, оптимизация и анализ затрат влияют на финансово-хозяйственную деятельность предприятия, могут, в конечном счете, привести к увеличению прибыли. На железнодорожном транспорте, в том числе в сфере магистрального грузового транспорта выявлено, отсутствие отраслевой методики анализа.

Основой «смешанной методики» выбраны «станарт-костинг» и «кост-киллинг», которые направлены на выявление отклонений от норм, и способствуют устранению лишних затрат.

Основными преимуществами «смешанной» методики является ведение анализа затрат по центрам ответственности, а также быстрота сокращения затрат внешней и внутренней среды предприятия.

Применение предложенной методики анализа затрат для Дистанции гражданских сооружений водоснабжения и водоотведения будет способствовать минимизации затрат, позволит вести детальный контроль над показателями, выявить фактические отклонения от установленных норм, а также даст возможность выявить резервы снижения себестоимости.

Так, применение двух методов управления затратами позволит обеспечить реальный контроль изменения затрат на Дистанции гражданских сооружений водоснабжения и водоотведения.

Список литературы

1. Ветрова Ю. Cost-killing: современный метод управления затратами / Ю. Ветрова // URL: <http://www.proffadmin.ru/novosti/obedineniya/cost-killing-sovremennyy-metod-upravleniya-zatratami/> (дата обращения: 16.10.2016).
2. Жукова А. Ю., Булавина Е. В., Гусева Л. П. Особенности системы нормативного учета затрат «Стандарт-кост» // Молодой ученый. – 2015. – №7.3. – С. 17-20.
3. Керимов В.Э. Управленческий учет и проблемы классификации затрат / В.Э. Керимов, Е.В. Минина // Менеджмент в России и за рубежом. 2012. № 1. С. 41-49.
4. Кулакова О.А. Анализ затрат как эффективный метод управления предприятием / О.А.Кулакова // Социально-экономические явления и процессы. 2009. № 2.
5. Министерство промышленности, транспорта и природных ресурсов Астраханской области. Железнодорожный транспорт// URL: <https://mptpr.astrobl.ru/site-page/zheleznodorozhnyy-transport> (дата обращения: 25.10.2016).
6. Помазунова Т.Н. Теоретические аспекты управления затратами / Т.Н. Помазунова, Т.В. Котова // «Экономика и мы – новые идеи». V Междунар. науч.-практ. конф., Астрахань, 2016 г.: материалы докл. ФГБОУ ВПО АГТУ, 2016. С. 240-245.
7. Фальцмана В.К. Интенсивный курс MBA / В.К. Фальцмана, Э.Н. Крылатых. Учеб. пособие – М.: ИНФРА-М, 2011. 544 с.
8. Фролова Т.А. Экономика предприятия: конспект лекций / Т.А. Фролова. Таганрог: ТРТУ, 2011.

ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА ВЫБОР КАНАЛА ПРОДВИЖЕНИЯ МОБИЛЬНЫХ ПРИЛОЖЕНИЙ

Радина О.И.

профессор кафедры «Товароведение, маркетинга и предпринимательство»,
д.э.н., Институт сферы обслуживания и предпринимательства
(филиал) ДГТУ в г. Шахты, Россия, г. Шахты

Щербачёва Л.Н.

магистрант, Институт сферы обслуживания и предпринимательства
(филиал) ДГТУ в г. Шахты, Россия, г. Шахты

В статье отражены факторы, влияющие на выбор канала продвижения мобильных приложений. Авторами отмечены наиболее распространенные каналы продвижения мобильных приложений, а также выделены самые распространенные из них.

Ключевые слова: мобильные приложения, каналы продвижения мобильных приложений, методы продвижения мобильных приложений.

Способов продвижения мобильных приложений существует немало, но какие из них будут наиболее эффективны для разработчика можно понять лишь путем проб и ошибок. На сегодняшний день приложений в маркетах более чем достаточно и многие из них используют одни и те же проверенные каналы [2]. Сегодня наиболее популярно продвижение мобильных приложений на рынок, используя не только возможности специализированных магазинов (GooglePlay, AppStore), но и дополнительные методы и каналы продвижения. Эффективность раскрутки того или иного объекта в интернете зависит от правильного выбора направлений и методов воздействия на целевую аудиторию.

Однако применение только этого способа продвижения не даст максимально возможного положительного эффекта. Существует еще масса дополнительных направлений, о которых не стоит забывать. Только комплексный подход позволит в несколько раз увеличить количество потенциальных пользователей [1].

Прежде чем составить свой план продвижения, который должен включать в себя минимум две составляющие, необходимо ответить на несколько вопросов:

- 1 Какого качества приложение?
- 2 На кого направлено приложение, целевая аудитория? (этот вопрос нужно задавать перед началом разработки).
- 3 Кто основные конкуренты?

Проанализировав ответы на данные вопросы можно четко определить каналы продвижения мобильного приложения, учитывая благоприятные и неблагоприятные факторы [2, 4].

Таблица

Факторы, влияющие на выбор канала продвижения мобильных приложений

Каналы продвижения	Благоприятные факторы	Неблагоприятные факторы
1	2	3
Оффлайн-реклама	• Широкий охват аудитории • Поддержание имиджа	• Высокая стоимость (о ТВ) • Выявление результатов (трудно определить какое количество установок последовало о ТВ-рекламе) • На начальном этапе низкая эффективность (о ТВ-реклама)
Контекстная реклама	• Рекламное объявление показывается только заинтересованной аудитории • Высокий показатель конверсии при правильной настройке • Оплата за переходы	• Высокая конкуренция за показы, за счет того, что рекламодатели из смежных областей ставят выше ставку за показ • Баланс между стоимостью и эффективностью • Если ошибочно определить интересы целевой аудитории и саму аудиторию эффект будет на уровне нуля
Таргетированная реклама в соц. сетях	• В социальных сетях имеется необходимый объем пользовательских данных, которые помогают отфильтровать лишнее и выбрать все необходимые показатели • Объявление отображается лишь для целевых пользователей • Оплата за переходы, а не показы • Человек проводит в социальных сетях 70% времени	• При некачественной настройке объявления будут отображаться незаинтересованным пользователям, а это слив бюджета.
Социальные сети	• Широкий охват аудитории • Доступность	• Стоимость поста в некоторых сообществах неоправданно высока • Для введения собственного сообщества необходимо много времени и сил
Пресс-релизы	• Дешевизна способа • Доступность	• Не соответствие современным тенденциям • Подойдет не всем
Обзоры на тематических ресурсах	• Широкий охват аудитории • Долговременное действие (после публикации обзор остается на ресурсе, новые пользователи приходят даже спустя время) • Если приложение интересно редактору, обзор могут разместить бесплатно	• Если обзор будет отображать лишь недостатки или будут показаны не все достоинства
Обзоры на youtube каналах	• Широкий охват аудитории • 99% целевая аудитория (на каналы, которые специализируются на обзорах игр и приложений, подписаны в основном те, кто этим интересуются, исключения – особенные приложения, аудиторию которых нужно искать на тематических каналах) • Высокая эффективность	• Высокая стоимость на некоторых каналах • Важно правильно определить ресурс, канал для размещения, в зависимости от тематики приложения, иногда это бывает не просто

Окончание табл.

1	2	3
СРІ сети	• Оплата только за установку • Немотивированный трафик	• Возможны варианты подмешивания мотивированного трафика
Мотивированный трафик	• Низкая стоимость трафика • Быстрое попадание в ТОП	• Отток пользователей, которые были привлечены данным способом

Таким образом, выявленные факторы, влияющие на выбор эффективных каналов продвижения мобильных приложений, указали на наиболее популярные способы:

- мотивированный трафик;
- обзоры на тематических ресурсах;
- обзоры на youtube каналах;
- социальные сети.

Каждый из способов необходимо миксовать с другими. Не один из методов сам по себе не даст тех результатов, которые можно получить, объединив усилия нескольких [2, 3].

Список литературы

1. 8 основных способов продвижения мобильных приложений. URL: <http://www.spark.ru/> (дата обращения 12 августа 2014 год).
2. Продвижение мобильных приложений. URL: <http://www.socialtols.ru/> (дата обращения 01 февраля 2016 год).
3. Способы продвижения мобильных приложений из песочницы. URL: <http://www.habrahabr.ru/> (дата обращения 08 сентября 2016 год).
4. Советы по продвижению мобильных приложений. URL: <http://www.webtrafff.ru/> (дата обращения 20 ноября 2015 год).

РАЗВИТИЕ СИСТЕМЫ ОБРАЗОВАНИЯ: ОПЫТ САРАТОВСКОЙ ОБЛАСТИ

Ромашкин Т.В.

доцент кафедры экономической теории и национальной экономики, канд. экон. наук, доцент, Саратовский национальный исследовательский государственный университет имени Н.Г. Чернышевского, Россия, г. Саратов

Статья посвящена рассмотрению системы образования, способствующей формированию инновационного потенциала российской экономики. Выявлены проблемы современного этапа развития и пути их решения, на примере Саратовской области.

Ключевые слова: образование, финансирование, бюджет.

В соответствии с Федеральным законом от 28 декабря 2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании в РФ», образование представляет собой единый целенаправленный процесс воспитания и обучения, являющийся общественно значимым благом и осуществляемый в интересах человека, семьи, общества и государства, а также совокупность приобретаемых знаний, умений, навыков,

ценностных установок, опыта деятельности и компетенции определенных объема и сложности в целях интеллектуального, духовно-нравственного, творческого, физического и (или) профессионального развития человека, удовлетворения его образовательных потребностей и интересов [3].

Данная трактовка исследуемого понятия сводится к перечислению двух основных составляющих образования: оно одновременно является и процессом, и результатом данного процесса в виде совокупности приобретаемых знаний, умений, навыков, ценностных установок, опыта деятельности и компетенции, обозначения цели процесса воспитания и обучения.

На современном этапе, вектор достижения высокого качества и престижа российского образования играет важную роль в развитии страны [2].

В Саратовской области есть все типы образовательных организаций, реализующих основные образовательные программы. Данная система образования Саратовской области представляет собой мощную единую совокупность, состоящую из взаимодействующих структур. Одними из таких структур являются федеральные стандарты и обязательные требования, т. к. они определяют информационную часть учебных программ. В России реализуются два вида программ – общеобразовательные и специализированные, иными словами, профессиональные. Оба эти вида делятся на основные типы и дополнительные.

В соответствии с Бюджетом Саратовской области на 2017 г., основным приоритетом бюджетной политики, как и прежде, является обеспечение населения доступными и качественными государственными и муниципальными услугами, социальными гарантиями, адресное решение социальных вопросов, создание благоприятных и комфортных условий для проживания.

В 2016 учебном году общая численность обучающихся в учебных заведениях составила 461,8 тыс. человек (18,6 % от общей численности населения). Система образования включает 2 080 самостоятельных образовательных учреждений, 127 филиалов и 271 структурное подразделение. В 928 общеобразовательных организациях обучаются 227,8 тыс. человек. По показателю «Удельный вес обучающихся в гимназиях и лицеях в общей численности обучающихся» область занимает шестое место в Приволжском федеральном округе.

Наблюдается постепенный рост числа детей-инвалидов в системе образования. Создана региональная структура для инклюзивного образования детей-инвалидов. В результате участия в государственной программе «Доступная среда» (за 2014-15 гг. – 163,3 млн руб. федеральных и областных средств) сформирована сеть из 88 школ, в которых созданы условия для инклюзивного образования. Действуют региональный центр практической психологии и инклюзивного образования, 23 ресурсных центра по развитию инклюзивного образования на базе коррекционных учреждений. В 10 общеобразовательных учреждениях апробируется федеральный государственный образовательный стандарт для детей с ограниченными возможностями здоровья.

Кроме того в 2016 г. будет продолжено участие в федеральном проекте по ремонту спортивных залов, в государственной программе «Доступная

среда» на 2011-2020 гг. по формированию сети общеобразовательных организаций, в которых созданы условия для инклюзивного образования детей-инвалидов.

Показателем эффективности организации образовательного процесса служит количество обучающихся на одного учителя и на одного работника. В системе образования работают 45,5 тыс. педагогов. Численность педагогов общеобразовательных учреждений составляет 21,1 тыс. человек, из которых 20 % имеют высшую квалификационную категорию, доля молодых педагогических работников (со стажем работы до 5 лет) составляет 12 %, стаж работы более 10 лет имеют 80 % педагогов, причем 60,6 % имеют стаж свыше 20 лет.

Стоит отметить, что за последние годы в системе высшего образования наметилась тенденция к росту числа студентов, обучающихся на платной основе. Причем темпы роста платного обучения превышают темпы роста приема на бесплатной основе. Расширяется многообразие форм платной подготовки, тем самым расширяются возможности получения «не стандартизированного» образования, повышения квалификации, получения дополнительных знаний и навыков.

Совсем иная ситуация складывается в системе общего образования. В условиях дальнейшего снижения уровня государственного финансирования общего образования возникает реальная опасность ограничения доступа детей из бедных семей к обучению в начальной и средней школе в связи с отсутствием возможностей у их родителей производить возрастающие доплаты за обучение. Особенно резко это будет проявляться в области изучения дополнительных предметов, выходящих за рамки базисных учебных планов, с чем в настоящее время и увязываются платежи родителей.

Согласно свидетельствам представителей территориальных органов управления образованием, во многих регионах России до 20-25 % учительских ставок в школах финансируется за счет бюджетных средств для обучения по предметам, не входящим в базисные учебные планы. В связи с ростом размеров родительских платежей доступ к обучению по дополнительным предметам для детей из бедных семей все более ограничивается. Значит, все большая доля бюджетного финансирования, направляемого на обучение по дополнительным предметам, будет перераспределяться в пользу обеспеченных семей, имеющих возможность осуществлять платежи.

Таким образом, принцип полной бесплатности начального и среднего образования вступает в противоречие с принципом всеобщности школьного образования.

Для городских школ актуальна проблема нехватки мест. Во вторую смену в области учится 19 730 чел. Половина из них – ученики начальных классов. С 2016 г. Саратовская область принимает участие в программе «Содействие созданию в субъектах Российской Федерации новых мест в общеобразовательных организациях».

В профессиональном образовании продолжится решение проблемы развития структуры, содержания и технологий профессионального образова-

ния и обучения с учетом прогноза рынка труда, социально-экономического развития.

Кроме того необходимо организовать работу по соответствию подготавливаемых профессиональных кадров международным стандартам.

Задача образовательных учреждений – планировать свою образовательную деятельность таким образом, чтобы можно было четко обосновывать необходимость в финансовых ресурсах, без которых эта деятельность не жизнеспособна.

Общие расходы на содержание учреждений образования России в последние годы составляют примерно 12% общих расходов консолидированного бюджета. Основная доля расходов приходится на территориальные бюджеты: 1) из федерального фонда на образование выделяется около 4% его расходов; 2) из бюджета субъектов РФ – около 20% их расходов [1].

Расходы на образование в соответствии с бюджетной классификацией включают затраты на общее образование, на воспитание детей и подростков, на культурно-просветительскую работу и на подготовку кадров. В общей сумме расходов на образование затраты на детские дошкольные учреждения составляют примерно 15%, на общее среднее образование – 41%, на школы-интернаты – 8%, на среднее специальное образование – 10,5%, на высшее образование – 11,5%.

В общей сумме бюджетного финансирования средние школы на 99% финансируются из бюджетов субъектов РФ, на 1% из федерального бюджета. Высшие учебные заведения на 96% финансируются из федерального бюджета и на 4% из территориальных бюджетов.

Действующим законодательством образовательным учреждениям предоставлено право оказывать населению, предприятиям, учреждениям и организациям платные дополнительные образовательные услуги и вести предпринимательскую и иную приносящую доход деятельность, предусмотренную его уставом [4], т. е. привлекать внебюджетные средства. Такая деятельность является дополнительным (к бюджетному финансированию) источником средств для обеспечения образовательного процесса, развития материально-технической базы учреждения.

Таким образом, Образование как важнейшей фактор формирования нового качества экономики и общества увеличивается вместе с ростом влияния человеческого капитала. Российская система образования способна конкурировать с системами образования передовых стран. При этом необходимы широкая поддержка со стороны общественности проводимой образовательной политики, восстановление ответственности и активной роли государства в этой сфере, глубокая и всесторонняя модернизация образования с выделением необходимых для этого ресурсов и созданием механизмов их эффективного использования.

Список литературы

1. Костенко И.В. Оценка эффективности бюджетных расходов на общее образование // Финансы и кредит. 2010. № 22. С. 70-76.

2. Ромашкин Т.В. Модернизация системы образования – вектор инновационного развития России. // Проблемы и перспективы развития науки в России и мире. Сборник статей Международной научно-практической конференции. 2016. С. 158-162.

3. Федеральный закон от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации».

4. Федеральный закон от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации». Ст. 45 и 47.

ПРИЕМЫ ОБНАРУЖЕНИЯ ФАЛЬСИФИКАЦИИ ВКУСОВЫХ ТОВАРОВ

Садовой А.В.

магистрант направления «Товароведение»,
Институт сферы обслуживания и предпринимательства
(филиал) ДГТУ в г. Шахты, Россия, г. Шахты

Поваляева В.А.

доцент, к.т.н., Институт сферы обслуживания и предпринимательства
(филиал) ДГТУ в г. Шахты, Россия, г. Шахты

Лаврищева О.С.

студентка направления «Товароведение»,
Институт сферы обслуживания и предпринимательства
(филиал) ДГТУ в г. Шахты, Россия, г. Шахты

В статье рассматриваются группы вкусовых товаров и способы их фальсификации.

Ключевые слова: пряности, вкусовые товары, способы фальсификации.

Вкусовые товары играют одну из главных ролей для человека в процессе потребления им пищи. Они улучшают вкус, аромат пищи, удовлетворяют потребность в определенных вкусовых ощущениях.

В группу вкусовых товаров входят:

- пряности и приправы;
- чай и чайные напитки;
- кофе и кофейные напитки;
- алкогольные напитки;
- слабоалкогольные напитки;
- безалкогольные напитки и минеральные воды.

Пряности – это группа вкусовых товаров растительного происхождения, которые добавляются к пищевым блюдам в незначительных количествах для придания им устойчивого аромата и/или характерного привкуса [1].

Главным отличием приправ от пряностей является то, что в их состав могут входить продукты животного происхождения, неорганические соли и другие компоненты.

К приправам относятся: столовая горчица, столовый хрен, пищевые кислоты, поваренная соль.

Пряности подразделяются на классические – ваниль, кардамон, корица, имбирь, куркума; комбинированные; местные – пряные овощи, пряные травы; искусственные – пищевые эссенции; переработанные – в виде эмульсий, гранул.

Так как ассортимент пряностей очень широкий, то довольно часто встречается фальсификация пряностей, а именно обман потребителей путем подделывания продукции.

В настоящее время, фальсификация пряностей является важной и актуальной проблемой. Каждый потребитель в своем рационе употребляет блюда, добавляя в них пряности. Но не каждый потребитель хорошо разбирается в этой группе вкусовых товаров, и порой не знает, что точно он употребляет в пищу под видом, например, всем известного душистого черного перца. Фальсификация пряностей может привести к ряду серьезных и необратимых проблем со здоровьем потребителей. Данный вид фальсификации не только приносит вред здоровью потребителей, но и несет в себе и экономические потери покупателей.

Различают такие виды фальсификации пряностей и приправ, встречаемые на рынках России, как ассортиментная, качественная, количественная и информационная фальсификация.

При ассортиментной фальсификации пряностей и приправ происходит замена одного вида данного товара другим. Особенно данный вид фальсификации используется в пряностях, которые продаются в молотом виде.

Качественная фальсификация достигается путем изменения рецептурного состава, введением различных чужеродных добавок и веществ. Примером может служить кетчупы, в которые официального вместо томатов, черного перца и других компонентов, вводят пищевые красители, ароматизаторы, замутнители и загустители. Также, в качестве примера можно привести красный перец, в который могут добавлять молотый красный кирпич, который легко отделяется при внесении подобной смеси в воду. Кирпич выпадает в осадок на дно стакана, а перец плавает на поверхности.

Количественная фальсификация представляет собой недовес, обмер. Это обман потребителя за счет значительных отклонений массы, объема товара.

Информационная фальсификация – это обман потребителя с помощью неточной, неправильной или искаженной информации о товаре. Этот вид фальсификации осуществляется путем изменения информации в: товарно-сопроводительных документах; маркировке; не полной информации, наносимой на упаковку; рекламе. При фальсификации информации о пряностях и приправах довольно часто искажается или указываются неточно следующие данные: наименование товара; страна происхождения товара; фирма-изготовитель товара; количество товара.

К информационной фальсификации относится также подделка сертификата качества, таможенных документов, штрихового кода. Выявляется такая фальсификация проведением специальной экспертизы, которая позволяет выявить: каким способом изготовлены печатные документы; имеются ли

подчистки, исправления в документе; является ли штриховой код на товаре поддельным и соответствует ли содержащаяся в нем информация заявленному товару и его производителю и др.

Допускается нанесение информации любым способом, но главным условием считается, что она должна быть четкой и легко читаемой. Средства нанесения информации, контактирующие с продуктом, не должны влиять на качество продукта, на его безопасность, должны обеспечивать стойкость маркировки при хранении, транспортировке и реализации продуктов [3].

Пищевая продукция, находящаяся в обращении и в использовании по назначению должна быть безопасной, согласно Таможенному Союзу «О безопасности пищевой продукции» [2].

С учетом вышесказанного, можно отметить актуальность тема данного исследования, и проблема, которая в ней рассматривается, является серьезной.

Предложением по решению проблемы фальсификации пряностей и приправ на территории Российской Федерации является ужесточение системы контроля за качеством данного вида продукции, систематических проверок сертификатов на данный вид товара, отбор проб для установления примесей в пряностях и приправах.

Список литературы

1. Коробкина З.В., Страхова С.А. Товароведение и экспертиза вкусовых товаров. М., 2003. 351 с.
2. ТР ТС 021/2011 О безопасности пищевой продукции. Утв.: Решением Комиссии Таможенного союза от 9 декабря 2011 г. No 880.
3. ГОСТ Р 51074-2003. Продукты пищевые. Информация для потребителя. Общие требования. – Введ. 2005-07-01.

КЕЙСЫ ПО СТРАХОВОМУ БИЗНЕСУ: ИНТЕРАКТИВНЫЙ ФОРМАТ И СОДЕРЖАНИЕ

Сахирова Н.П.

доцент Департамента страхования и экономики социальной сферы,
канд. эконом. наук, доцент, Финансовый университет при Правительстве РФ,
Россия, г. Москва

В статье освещены методические основы построения кейсов и представлены их содержательные характеристики на примере разработанных кейсов в страховом бизнесе.

Ключевые слова: кейс, формат, структура, элементы кейс-метода, страхование, проблемные ситуации в страховом бизнесе, решение кейса.

Одним из универсальных способов обучения в ВУЗах и ведущих бизнес-школах является кейс-метод, обеспечивающий интерактивный формат восприятия, закрепления новых знаний и их реализации в конкретных ситуациях коммерческой деятельности. В его основе находится совместный разбор студентами проблемных ситуаций в бизнесе, их анализ, обоснование эффективных решений и выработка оптимального решения данных проблем.

К основным преимуществам кейс-метода по сравнению с традиционными методами обучения, по мнению автора, относятся следующие:

- практическая направленность, которая обеспечивается за счет применения в учебном процессе практических жизненных ситуаций из бизнеса, решаемых на базе теоретических знаний и исследовательского поиска новых знаний при выявлении проблем в бизнесе;

- более эффективное усвоение учебного материала за счет высокой эмоциональной вовлеченности и активного участия студентов в решении проблем бизнеса, что предполагает командное их изучение, дискуссию и исследование дополнительных сведений, данных и фактов. Главный акцент при таком обучении делается не на овладение знаниями, а на их выработку и реализацию в конкретных ситуациях.

Эффективность данной технологии обучения может быть продемонстрирована на примере освоения студентами дисциплин по страховому бизнесу, таких как «Актuarное оценивание в страховой организации», «Основы коммерческого страхования», «Финансовые отношения страховщика и страхователей».

Кейс (от англ. case) – это описание конкретной ситуации или случая в какой-либо сфере деятельности: производственной, экономической, финансовой, социальной и т.д. [1, с. 22]. Применительно к страховой деятельности кейс содержит не только описание ситуации в страховом бизнесе, но и определенную проблему или конкретное противоречие в страховых отношениях и базируется на реальных фактах, событиях. Так, разработанный автором кейс **«Разработка тарифной стратегии страховой компании»** включает три обязательных структурных раздела: описание проблемы, краткие методические положения и справочную информацию. Содержание каждого раздела опирается на следующий учебный, дидактический и конкретный практический материал.

Описание проблемы

В условиях современного экономического кризиса, падения платежеспособности населения, непредсказуемости тенденций и колебаний на финансовых рынках страховая компания находится перед проблемой выбора эффективной тарифной стратегии, основанной на формировании оптимальной тарифной ставки по привлекательному виду страхования «Смешанное страхование жизни», влияющей непосредственно на увеличение объема продаж и доходов компании.

Вплоть до кризиса и в первый год нестабильности экономики данный вид страхования являлся востребованным и преобладающим в корзине потребления страховых услуг активной группы населения (в возрасте 28-40 лет) и относящегося к среднему классу. В исследуемом регионе выявлена высокая доля среднего класса в составе трудоспособного населения и преобладание в нем указанной возрастной группы. Это дает основание разработать тарифную политику и стратегию по долгосрочному страхованию жизни на базе приоритетного продвижения на рынке вида «Смешанное страхование жизни». С учетом результатов тарифного анализа за последние 4 года и выявленных

факторов прогнозируется реализация двух инициатив по данному виду, конкретные параметры которых представлены в таблице 1.

Таблица 1

Параметры вида «Смешанное страхование жизни»

Параметры страхования	Обозначения	Инициатива 1	Инициатива 2
1. Возраст страхователя, лет	x	30	
2. Срок страхования, годы	n	5	8
3. Вероятность наступления несчаст. случая	$p(НС)$	0,00121	0,00153
4. Процентная ставка, % годовых	i	12	5
5. Страховая сумма, руб.	S	1 750 000	1 704 626
6. Нагрузка абсолютная, руб.	$H_{абс}$	3,81	
7. Регулярные расходы страховщика, %	$H_{отн}$	1,24	
8. Прибыль страховщика, %	$H_{отн}$	1,77	

Страховые риски, включаемые в объем ответственности страховщика, следующие: дожитие до определенного возраста, смерть страхователя, несчастный случай в быту.

Перед страховщиком стоит проблема выбора наиболее оптимальной инициативы из двух предполагаемых (прогнозируемых), как основы тарифной стратегии, и ее реализация в деятельности страховщика в планируемом периоде. На основе отчетных данных и прогноза рыночной ситуации в регионе установлено на будущий период число договоров – 2 684.

Эффективность выбранной тарифной стратегии с параметрами – n , i , $p(НС)$, $H_{стр}$, $Приб$, устанавливается по таким результативным показателям, как общий и годовой доход (страховая премия) по данному виду страхования, прибыль за весь период страхования и годовая прибыль и др.

Краткие методические положения

Решение кейса предусматривает разработку двух инициатив, т.е. расчеты тарифной нетто-ставки и брутто-ставки по каждой из них, и выбор наилучшей инициативы. Данная инициатива с рассчитанными результативными показателями на прогнозируемый период и будет представлять собой эффективную тарифную стратегию страховой компании.

Одной из особенностей тарифных расчетов по страхованию жизни является объединение в нетто-ставке двух и более определенных страховых рисков, существующих как самостоятельные виды страхования. Комбинация накопительных и рискованных видов страхования в одном страховом продукте «Смешанное страхование жизни» представляет собой полностью гарантированный пакет страховых выплат, как в период действия договора, так и по его окончании, что обуславливает самую высокую привлекательность данного продукта (вида) на страховом рынке. Неоднократность получения страхового обеспечения по рискам несчастного случая не влияет на размер выплат по накопительным составляющим данного вида страхования.

По теории вероятности, как известно, человек либо доживет, либо не доживет до установленного срока, т.е. это достоверно и сумма вероятностей

указанных событий равна единице [$p(A) + q(B) = 1$]. Поэтому выплата страхового обеспечения является достоверным событием и страховщик всегда выплачивает указанную в договоре денежную сумму.

Тарифная нетто-ставка ($T_n^{смеш}$) по комбинированному виду «Смешанное страхование жизни» рассчитывается как сумма соответствующих нетто-ставок:

$$T_n^{смеш} = T_n^{дож} + T_n^{см} + T_n^{нс}.$$

Особенности актуарных расчетов по смешанному страхованию жизни заключаются в том, что логические формулы нетто-ставок по страхованию на дожитие и на случай смерти отражают общую цену страхового риска за весь период страхования, а формула нетто-ставки по страхованию от несчастных случаев – годовую стоимость страхового риска. Годичная нетто-ставка по страхованию от несчастных случаев (${}^{год}T_{n,x}^{нс}$) рассчитывается по следующей формуле:

$${}^{год}T_{n,x}^{нс} = \frac{p \cdot (V^1 + V^2 + \dots + V^n)}{1 + q(V^1 + V^2 + \dots + V^{n-1})} \cdot 100 \text{ руб.},$$

где p – вероятность наступления несчастного случая А.

Сопоставимость единовременной и годичной ставок осуществляется за счет перевода единовременной ставки по первым двум рискам в годовую или расчета нетто-ставки по последнему виду страхования на весь период страхования (единовременной ставки). Для этого применяется коэффициент рассрочки ($K_{рас}$), который рассчитывается в зависимости от процентной ставки (i) и срока страхования (n), и по своему значению всегда меньше его величины.

По комбинированным видам страхования жизни размер нетто-ставки и, соответственно, брутто-ставки и страховой премии зависят от возраста страхователя (застрахованного лица), срока страхования, процентной ставки дохода, уровня нагрузки и размера страховой суммы по договору.

Влияние временной рассрочки платежей проявляется также в расчетах брутто-ставки. Как известно, тарифная брутто-ставка, представляющая собой цену страховой услуги, состоит из нетто-ставки и нагрузки. Нетто-ставка обеспечивает равенство финансовых обязательств страховщика и страхователя. Нагрузка же в составе брутто-ставки (абсолютная и относительная) обеспечивает окупаемость затрат, связанных непосредственно со страховым делом, т.е. обслуживанием договоров страхования, проведением страховых операций, и прибыльность коммерческой страховой компании. В связи с этим в актуарных расчетах по долгосрочным видам страхования применяется **специальный метод включения нагрузки в брутто-ставку**.

Все расходы страховщика подразделяются на единовременные, включаемые в абсолютную нагрузку ($H_{абс}$), и регулярные, входящие в состав относительной нагрузки ($H_{отн}$).

К *единовременным* относятся расходы, связанные с процессом заключения договора страхования: процентное вознаграждение, выплачиваемое

агентам, брокерам за аквизицию; оплата труда врачей по проведению медицинского осмотра лиц, принимаемых на страхование; расходы по оформлению договоров. Они осуществляются в начале страхования, а возмещение их за счет взносов страхователей происходит в течение всего срока уплаты взносов.

Включение единовременных расходов в годовую брутто-ставку производится с помощью коэффициента рассрочки в виде годичной нагрузки абсолютной:

$${}^{год}H^{abc} = \frac{H_{abc}}{K_{рас}}.$$

В состав *регулярных* расходов, осуществляемых на протяжении всего срока действия договора страхования, входят: процентное вознаграждение агентам за инкассацию, расходы на содержание штатных работников, помещений, канцелярские, почтово-телеграфные и прочие. Они включаются в нагрузку в виде твердого процента ($H_{отн}$).

Показатели, доказывающие эффективность выбранной тарифной стратегии, необходимо представить в специально разработанной таблице с указанием отклонений, плюсов и других преимуществ (в цифровом виде).

Справочная информация

Для расчета нетто-ставок по страхованию жизни применяется таблица смертности и средней продолжительности жизни населения (табл. 2).

Таблица 2

Параметры смертности и средней продолжительности жизни населения России. 2014 г. (мужчины) (в сокращ. виде) [3]

Возраст, лет (x)	Число доживших до возраста x, лет (I_x)	Число умерших в возрасте x лет (d_x)	Вероятность умереть в течение предстоящего года жизни (q_x)	Средняя продолжительность предстоящей жизни в возрасте (e_x)
0	100 000	820	0,00820	65,26
1	99 180	71	0,00072	64,80
...	...	...	...	...
20	98 142	175	0,00178	46,36
21	97 967	203	0,00207	45,44
...	...	...	...	...
30	95 364	469	0,00492	37,54
31	94 894	515	0,00543	36,72
32	94 379	552	0,00585	35,92
33	93 828	579	0,00617	35,13
34	93 249	601	0,00645	34,35
35	92 648	671	0,00724	33,57
36	91 977	713	0,00775	32,81
37	91 264	719	0,00788	32,06
38	90 545	730	0,00807	31,31
39	89 815	713	0,00793	30,56
40	89 102	754	0,00846	29,80
...	...	...	...	...
50	80 687	1 103	0,01367	22,36
...	...	...	...	...

Долгосрочный характер страховых операций и результаты соответствующих финансовых инвестиций страховщика учитываются с помощью дисконтирующих множителей (табл. 3).

Таблица 3

Значения дисконтирующего множителя V^n (фрагмент из полной таблицы) [2, с. 217]

Число лет, n	Ставка i , в %								
	5	12	15	17	18	19	20	25	30
1	0,952	0,893	0,870	0,855	0,847	0,840	0,833	0,800	0,769
2	0,907	0,797	0,756	0,731	0,718	0,706	0,694	0,640	0,592
3	0,864	0,712	0,638	0,624	0,609	0,593	0,579	0,512	0,455
4	0,823	0,636	0,572	0,534	0,516	0,499	0,482	0,410	0,350
5	0,784	0,567	0,497	0,456	0,437	0,419	0,402	0,328	0,269
6	0,746	0,507	0,432	0,390	0,370	0,352	0,335	0,262	0,207
7	0,711	0,452	0,376	0,333	0,314	0,296	0,279	0,210	0,159
8	0,677	0,404	0,327	0,285	0,266	0,249	0,233	0,168	0,123
9	0,645	0,361	0,284	0,243	0,225	0,209	0,194	0,134	0,094

Из таблицы 3 следует, что чем продолжительнее срок вложения денежных средств при конкретной процентной ставке, тем меньше современная (настоящая) их стоимость, что в страховании означает формирование меньшей величины страхового фонда.

Основные результаты решения кейса «Разработка тарифной стратегии страховой компании» представляются в следующем виде.

Выбор наиболее оптимальной инициативы из двух предполагаемых (прогнозируемых) осуществляется на основе расчетов по каждой из них следующих показателей: единовременных тарифных нетто-ставок $T_n^{дож}$ и $T_n^{см}$; годичной $T_n^{нс}$; коэффициента рассрочки; $T_n^{смеш}$. При сравнении последнего показателя по двум инициативам выбирается наибольшее его значение, что отражает эффективность инициативы, и на ее основе разрабатывается стратегия страховой компании.

По расчетам эффективной является 1-я инициатива, ее показатели следующие: $T_n^{дож} = 55,085$ руб.; $T_n^{см} = 2,025$ руб.; $^{год}T_n^{нс} = 0,108$ руб.; $^{год}T_n^{смеш} = 16,195$ руб.

Показатели стратегии: $^{год}T_{бр}^{смеш} = 17,319$ руб.; $^{год}P_{стр}^{смеш} = 303082,5$ руб. в расчете на один договор страхования.

Рассчитанные результативные показатели выбранной стратегии:

1. Общий доход страховой компании (за 5 лет) – 2 968 457 тыс. руб.
2. Годовой доход – 813 473 тыс. руб.
3. Прибыль общая (за 5 лет) – 52 541 тыс. руб.
4. Прибыль годовая – 14 399 тыс. руб.

Интерес для образовательных учреждений и страхового бизнеса представляет разработанный автором кейс «**Обоснование эффективной системы выплат для страхователя и ее внедрение в страховую практику**». Его

содержание в интерактивном формате раскрывается по тем же основным разделам, рекомендуемым автором при построении кейсов (см. выше).

Описание проблемы

При страховании имущественных комплексов и отдельных видов имущества предприятий, организаций перед ними, как страхователями возникают проблемы выбора наиболее выгодной системы страхового покрытия имущественных ущербов. В одной из крупных страховых компаний для корпоративных клиентов планируется помимо систем первого риска и пропорциональной внедрить одну из прогрессивных систем: действительной оценки или восстановительной оценки. Для этого были разработаны два сценария (инициативы) для одного и того же предполагаемого страхового случая. Так, на страхование принимается имущество (здание и уникальное оборудование) коммерческой фирмы, расположенной в престижном районе города. Основные параметры и показатели страхования представлены в табл. 4. По системе действительной оценки установлена максимальная величина превышения общей страховой выплаты – не более 20% от страховой суммы.

Таблица 4

Показатели и параметры страхования имущества фирмы

Параметры	Здание	Уникальное оборудование	Параметры
1. Действительная стоимость имущ. на дату заключения дог. ($ДС_1$), руб.	481 220	105 600	-
2. Страхование дробное	-	-	$\frac{1}{3}$
3. Брутто-ставка ($T_{бр}$), руб:			
- по системе действительной оценки	-	-	9,43
- по системе восстановит-й оценки	-	-	18,48
4. Безусловная франшиза ($БФ$) принудительная, в % от объема страх-й ответственности	-	-	3,5
5. Выплата по предыдущему случаю ($СВ_1$), в % от страховой суммы:			
- по системе действительной оценки	-	-	47,7
- по системе восстановит-й оценки	-	-	21,5
6. Расходы по ремонту, соответствующие стоимости вещественных элементов имущества ($У_{дон}$):			
- по условиям договора лимит, руб.	-	-	110 500
- после страхового случая, в % от действительной стоимости	19,4	12,8	-
7. Сумма износа ($СИ$) в руб. на дату:			
- заключения договора	426 742	68 657	-
- наступления страхового случая	537 180	94 136	-
8. Ущерб, нанесенный имуществу ($У$), в % от действительной стоимости	40,3	25,6	-

Перед страховщиком стоит проблема выбора наиболее привлекательной для страхователя системы выплат и ее активное продвижение на рынке корпоративного страхования. Применение на практике эффективной системы

обеспечит в перспективе увеличение страхового портфеля страховщика, расширение контингента страхователей и рост доходов страховой компании.

Краткие методические положения

Решение кейса предусматривает разработку двух инициатив, представляющих собой расчеты страховых выплат по двум системам: действительной оценки и восстановительной оценки. Для их сравнительного анализа предполагается также определение страховой премии по договору и других показателей, обеспечивающих убедительное обоснование эффективности выбранной системы выплат.

При страховании имущества предприятий (организаций) определение страховой стоимости зависит от того, какая стоимость материальных объектов (действительная или восстановительная) принимается в расчет, и относятся ли они к основным фондам или оборотным активам.

Действительная стоимость имущества (ДС), относящегося к основным фондам, определяется как полная восстановительная стоимость с вычетом износа на дату заключения договора (наступления страхового случая):

$$ДС = ПВС - И \cdot \frac{ПВС}{100},$$

где $И$ – износ имущества, установленный в % на дату заключения договора (наступления страхового случая).

При страховании имущества по **действительной оценке** страховая выплата определяется как фактическая величина ущерба на день наступления страхового случая. Размер возмещения соответствует сумме первичного и дополнительного ущерба. Дополнительный ущерб состоит из расходов по приобретению комплектующих изделий, различных узлов, деталей, строительных материалов и т.п., необходимых для восстановления поврежденного имущества. Его величина лимитируется при заключении договора страхования и указывается, например, в пределах 20-30% от страховой суммы (или страховой стоимости).

Особенностью данной системы является применение неагрегатной страховой суммы, т.е. в период действия договора общая сумма выплат по нескольким страховым случаям может превышать страховую сумму.

Страхование по **восстановительной оценке** означает, что величина страховой выплаты за поврежденный или утраченный объект (предмет) рассчитывается по цене нового имущества и превышает действительную стоимость. Если в результате страхового случая имущество страхователя было уничтожено полностью (100% ущерб), то страховая выплата соответствует полной восстановительной стоимости имущества:

$$СВ = ПВС, \quad \text{если } V = 75-100\%.$$

В страховой практике принято считать имущество полностью уничтоженным, если затраты на его восстановление (ремонт) составляют более 75% его действительной стоимости.

Если же в результате страхового случая имущество страхователя не было уничтожено, а лишь частично повреждено, то при определении величин

ны страховой выплаты учитывается процент ущерба, нанесенного объекту:

$$CB = Y \cdot \frac{ПВС}{100}, \quad \text{если } Y < 75\%.$$

Безусловная франшиза в расчетах не используется в связи с особым назначением системы – полного восстановления имущества для возобновления прежней нормальной деятельности страхователя.

Показатели, отражающие решение проблемы страховщика, необходимо представить в специально разработанной таблице с указанием отклонений, плюсов и других преимуществ (в цифровом виде).

Справочная информация

Для проведения расчетов необходимо применять следующие обозначения применяемых показателей и параметров:

CC – страховая сумма по договору, руб.;

CU – сумма ущерба, в руб.;

$П_{стр}$ – страховая премия, руб.;

$CB_{факт}$ – страховая выплата фактическая, руб.

Другие обозначения показателей и параметров приведены в таблице 4.

Основные результаты решения кейса «Обоснование эффективной системы выплат для страхователя и ее внедрение в страховую практику» представляются в следующем виде.

Наиболее привлекательной для страхователя является система выплат по действительной оценке. Общая страховая выплата по ней больше, чем по другой системе, а также и ниже страховая премия.

По системе действительной оценки показатели следующие:

1. Общая выплата по двум страховым случаям (в период страхования)

$CB_{общ} = 381\,422$ руб.;

2. Фактическая выплата по последнему (второму) страховому случаю

$CB_{факт} = 241\,409$ руб.;

3. Премия страховая по данной системе $П_{стр} = 27\,856$ руб.

Тогда как по системе восстановительной оценки общая выплата составляет меньшую сумму $CB_{общ} = 360\,740$ руб., а премия страховая, наоборот, намного выше $П_{стр} = 66\,657$ руб., что не выгодно для страхователя.

Вывод исследования. Кейс-методы, предназначенные для активного обучения студентов ВУЗов и бизнес-школ, позволяют совершенствовать «мягкие навыки» (soft skills), которым невозможно научиться в современных образовательных учреждениях. Эти навыки крайне необходимы в профессиональной деятельности будущего специалиста и их формирование возможно только на базе кейс-технологий, позволяющих эффективно приобрести практические навыки и компетенции.

Список литературы

1. Долгоруков А.М. Case study как способ понимания // Практическое руководство для тьютера системы Открытого образования на основе дистанционных технологий. М.: Центр интенсивных технологий образования, 2002. 44 с.
2. Сахирова Н.П. Страхование. Учебник для ВУЗов. М.: ИД «Синергия», 2005. 496 с.

3. The Human Mortality Database. Russia. Life tables by year of death (period), 1959-2014, 1x1, females, males.

НЕКОТОРЫЕ АСПЕКТЫ ОБЪЕДИНЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ПРОГНОЗОВ

Сурков А.А.

аспирант Департамента бухгалтерского учета и аудита,
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,
Россия, г. Москва

Объединение экономических прогнозов уже зарекомендовало себя на практике как один из качественных методов повышения точности прогнозирования. Но методология объединения прогнозов на сегодняшний день остается не точной. Остается ряд вопросов, которые необходимо определить для эффективного использования объединения прогнозов. Одним из таких вопросов является адаптация объединения индивидуальных прогнозов к поворотным точкам в экономике.

Ключевые слова: эконометрика, экономическое прогнозирование, объединение прогнозов, комбинированный прогноз.

Отдельные методы прогнозирования обычно используют различную информацию о наблюдаемом экономическом процессе, которая может не присутствовать в других методах прогнозирования [1]. Стандартным примером может служить построение прогнозов с использованием моделей «кривых роста», основанных на предположении инерционности динамики экономического показателя и многофакторной регрессионной модели, основанной на инерции взаимосвязей между показателями. Эти две модели базируются на разных предположениях. Они учитывают различные стороны одного и того же экономического процесса, и их совместное применение приводит к использованию дополнительной информации, позволяющей дать более полное описание изменения во времени изучаемого показателя.

Именно на использовании различной информации базируется метод объединения прогнозов. Объединение независимо полученных прогнозов позволяет привлекать дополнительную информацию, которая может способствовать более полному и точному описанию прогнозируемого процесса, и тем самым получить более точные прогнозы [2].

На сегодняшний день существует множество способов проводить объединение индивидуальных прогнозов. Учитывая, что объединение прогнозов по сути является взвешенной суммой индивидуальных прогнозов, то при выборе метода объединения главным является вопрос о нахождении весовых коэффициентов, с которыми частные прогнозные значения будут объединяться в общем прогнозе. Выбор метода объединения прогнозов сказывается на улучшении точности прогнозирования, так как различные методы объединения прогнозов могут по-разному влиять на точность прогнозирования. Определение весовых коэффициентов для частных прогнозов и обоснование

числа этих прогнозов при их объединении являются основными проблемами, которые далеки до их окончательного решения [4].

Кроме этого, остается вопрос реакции объединения прогнозов на поворотные точки в экономике, останется ли объединение прогнозов достаточно точным в кризисные моменты и сможет ли оно предсказать рост показателя?

Для ответа на последний вопрос рассмотрим объединение прогнозов на практике. Для этого были взяты результаты прогнозов производства в натуральном измерении ряда ключевых для экономики Российской Федерации товаров, таких как, производство электроэнергии, добыча каменного угля, сырой нефти и природного газа, производство металлорежущих станков, мяса, растительного масла. Более подробно о данных прогнозах и о результатах прогнозирования можно найти в статье А.А. Френкеля и др [3].

Показатели были представлены годовыми данными за период с 1950 по 2015 гг. Для построения индивидуальных прогнозов использовались следующие методы: метод адаптивного экспоненциального сглаживания с использованием трэкинг-сигнала, метод обычного экспоненциального сглаживания, метод гармонических весов и модель Бокса-Дженкинса – ARIMA(1,1,1).

Затем был построен объединенный прогноз, комбинирующий частные прогнозы методом попарных предпочтений. Этот метод является непараметрическим и не требует выполнения специальных предпосылок, предъявляемых к исходному временному ряду. Метод заключается в построении матрицы «попарных предпочтений», каждый элемент которой является степенью предпочтения одного индивидуального прогноза другому.

Прогнозирование показало, что ряды с очень большими колебаниями в исследуемом периоде дают большую ошибку прогнозирования, в том числе и для объединения прогнозов. Кроме того, стало ясно, что объединенный прогноз очень хорошо повторяет кривую фактических данных на тех отрезках, где происходят относительно монотонные изменения наблюдаемых значений. Однако он не улавливает поворотные точки, приходящиеся на периоды кризисов в российской экономике – 1998, 2009 и 2014 гг.

Таким образом, учитывая практическое применение объединения прогнозов, можно сделать следующие выводы. Объединение прогнозов в большинстве случаев приводит к повышению точности прогнозирования. Однако до сих пор остаются открытыми вопросы техники объединения прогнозов и определения эффективности применения того или иного метода объединения, оптимального числа частных прогнозов для их объединения. Кроме того, учитывая плохую реакцию на поворотные точки в экономике, требует решения проблема выбора наилучшего метода построения весовых коэффициентов, который бы давал наибольшую точность объединенного прогноза в каждом конкретном случае.

Список литературы

1. Bates J. M. and Granger C. W. J. The combination of forecasts // Operational Research Quarterly. 1969. Vol. 20. P. 451-468.
2. Френкель А.А. Прогнозирование производительности труда: методы и модели. М.: Экономика. 1989. 221 с.

3. Френкель А.А., Волкова Н.Н., Сурков А.А., Лобзова А.Ф., Романюк Э.И. Объединение прогнозов как фактор повышения качества прогнозирования // Экономика и предпринимательство. 2016. № 11 (ч.2). С. 1118-1126.

4. Френкель А.А., Сурков А.А. Методологические подходы к улучшению точности прогнозирования путем объединения прогнозов // Вопросы статистики. 2015. №8/2015. С. 17-36.

СОЦИАЛЬНАЯ РОЛЬ ДИСТАНЦИОННОЙ ТОРГОВЛИ

Хапенков В.Н.

профессор кафедры торговой политики,
Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова,
Россия, г. Москва

Непосредственное обслуживание покупателей осуществляется в сфере торговли, что определяет ее высокую социальную значимость. В статье рассматриваются такие направления повышения социального уровня торговли, как товароснабжение удаленных регионов, автоматизированные формы торговли, социальные сети, потенциал собственных торговых марок.

Ключевые слова: торговля, розничная торговля, социальная роль, дистанционная торговля, электронная торговля.

Торговля, занимая промежуточное положение между производителем и потребителем, во многом определяет уровень жизни населения. В этой связи актуальной является проблема социальной ответственности торговых организаций. Особо остро указанная проблема проявляется на региональном уровне, что определяется как низкой плотностью населения регионов, так и невысокой его покупательской способностью [2]. Проблема социальной ответственности торговли подробно рассматривается в работах Иванова Г.Г. [7], Майоровой Е.А. [12, 13] и других авторов. Как показано в работе Шинкаревой О.В. [18] и других авторов, торговля является важным источником поступления средств в бюджеты различных уровней.

В современном мире большую роль играют информационные технологии [1]. В этой связи все большее количество товаров приобретается с использованием сети Интернет [11]. Исторически дистанционная торговля была призвана обеспечить товароснабжение удаленных регионов с низкой плотностью населения. Однако использование традиционных технологий дистанционной торговли было связано с большими временными затратами. Использование Интернет-технологий позволяет снизить указанные затраты, позволяя проводить операции в режиме реального времени.

Современные технологии также привели к развитию вендинговой торговли [10]. Использование вендинговых автоматов позволяет автоматизировать процесс торговли, исключая человеческий фактор при взаимодействии продавца и потребителя. На повышение эффективности хозяйственной деятельности также оказывает большое влияние снижение затрат на оплату тру-

да, а также на реализацию программ по увеличению его производительности. Вендинговые технологии, с одной стороны, конкурируют с электронной формой торговли, с другой стороны, вендинг способствует решению задачи доставки товара для тех покупателей, которые предпочитают самостоятельно забирать купленный товар.

Новый этап развития дистанционных форм торговли связан с повсеместным распространением социальных сетей. Как показано в работах Ильяшенко С.Б. [8], Майоровой Е.А. [14], большинство крупных торговых организаций активно используют социальные сети в своей хозяйственной практике. Социальные сети, наряду с проведением различных рекламных компаний, получить канал обратной связи с покупателями. Формируются покупательские сообщества, которые оказывают существенное влияние на хозяйственную деятельность магазинов, повышая эффективность торговли в целом. Известно, что в современном мире большое влияние на хозяйственную деятельность оказывают нематериальные ресурсы [6]. При этом отзывы в социальных сетях ведут к росту деловой репутации торговой организации. В свою очередь это ведет к повышению качества обслуживания покупателей [5, 17].

Одной из особенностей современного уровня развития торговли является интеграция различных форм [3, 16]. Покупатели имеют возможность полноценно ознакомиться с товаром в традиционном магазине и затем заказать его через Интернет, или же наоборот, выбрав товар в сети Интернет, осмотреть его непосредственно перед покупкой. Укрупнение и интеграция торговых сетей позволило торговым организациям самостоятельно реализовывать договорные компании непосредственно с поставщиками, реализовывая товары как под брендами поставщиков, так и под собственными торговыми марками. Проблемы реализации товаров под собственными торговыми марками подробно рассматриваются в работах Бойковой А.В. [4], Журкиной Л.С. [9], Майоровой Е.А. [15] и других авторов.

В заключении необходимо отметить важную роль дистанционных технологий в повышении эффективности современной торговли.

Список литературы

1. Алексина С.Б., Шипилова С.С. Повышение конкурентоспособности в электронной торговле // Современные научные исследования и инновации. 2016. № 2 (58). С. 429-432.
2. Баскаков В.А., Депутатова Е.Ю. Аспекты функционирования современного FCMG-рынка. В сборнике: Наука и образование в современном мире 2016. С. 268-270.
3. Бережная Ю.В., Панкина Т.В. Направления повышения конкурентоспособности торговых организаций // Современные научные исследования и инновации. 2016. № 2 (58). С. 437-439.
4. Бойкова А.В., Никишин А.Ф. Собственные торговые марки как метод повышения эффективности торговли // Приволжский научный вестник. 2016. № 11 (63). С. 32-34.
5. Депутатова Е.Ю. Качество и культура обслуживания как факторы конкурентоспособности розничного торгового предприятия // Современные тенденции развития науки и технологий. 2016. № 9-3. С. 76-79.
6. Иванов Г.Г., Майорова Е.А. Нематериальные активы в повышении эффективности розничной торговли // Экономика. Бизнес. Банки. 2016. № 3 (16). С. 68-80.

7. Иванов Г.Г., Орлов С.Л. Социальные аспекты предпринимательства в торговле // Вестник экономики, права и социологии. 2013. № 1. С. 56-61.
8. Ильяшенко С.Б. Особенности продвижения товаров и услуг в социальных сетях. В сборнике: Стратегии устойчивого развития национальной и мировой экономики сборник статей Международной научно-практической конференции. 2016. С. 147-150.
9. Журкина Л.С., Уханова Ю.А., Никишин А.Ф. Собственные торговые марки и их роль в повышении эффективности хозяйственной деятельности организаций торговли. В сборнике: Управление инновациями в современной науке Сборник статей Международной научно-практической конференции. 2015. С. 65-68.
10. Кахриманова Д.Г., Магомедов Г.Д. Вендинговый бизнес и сервис услуг // Инновационная наука. 2015. Т. 1. № 6 (6). С. 86-88.
11. Лебедева И.С., Шипилова С.С. О конкурентоспособности социально-ориентированных торговых Интернет -проектов. В сборнике: Современные проблемы и тенденции развития экономики и управления. Сборник статей Международной научно-практической конференции: в 3 -х частях. 2016. С. 109 -113.
12. Майорова Е.А., Иванов Г.Г. Результаты исследования восприятия покупателями социальной ответственности торговых структур // Наука и бизнес: пути развития. 2015. № 5. С. 129-132.
13. Майорова Е.А., Никишин А.Ф. Влияние социальной ответственности на эффективность розничных торговых организаций // Сборник научных трудов SWorld. 2014. Т. 26. № 4. С. 23.
14. Майорова Е.А., Никишин А.Ф., Панкина Т.В. Социальные сети в деятельности розничных торговых организаций // Экономика. Бизнес. Банки. 2016. № 3 (16). С. 57-67.
15. Майорова Е.А. Тенденции развития сегмента private label в торговых сетях Европы // Вестник Московского городского педагогического университета. Серия: Экономика. 2011. № 6. С. 134-138.
16. Никишин А.Ф., Алексина С.Б. Интеграция электронной и традиционной форм в современной торговле. В сборнике: Современные концепции развития науки Сборник статей Международной научно-практической конференции. 2016. С. 105-108.
17. Перельман М.А. Качество обслуживания как фактор конкурентоспособности предприятий розничной торговли. В сборнике: Современная наука: теоретический и практический взгляд сборник статей Международной научно-практической конференции: в 4-х частях. 2016. С. 253-258.
18. Шинкарёва О.В., Майорова Е.А. Торговый сбор: анализ практики применения в Москве // Российское предпринимательство. 2016. Т. 17. № 17. С. 2193-2206.

ИННОВАЦИОННАЯ ПОЛИТИКА РЕГИОНА В РАЗВИТИИ МАШИНОСТРОЕНИЯ ОРЕНБУРГСКОЙ ОБЛАСТИ

Шаринов Т.Ф.

доцент кафедры региональной экономики, канд. экон. наук, доцент,
Оренбургский государственный университет, Россия, г. Оренбург

Диденко Д.И., Коннова В.О., Кривоножкина А.А.

Оренбургский государственный университет, Россия, г. Оренбург

В статье дана краткая характеристика предприятий машиностроения Оренбургской области, проведенный анализ позволил отметить проблемы машиностроительного комплекса Оренбуржья, и были предложены основные направления инновационного развития машиностроения области. В качестве апробации использовано машиностроительное

предприятие АО «Бузулукский механический завод», входящий в холдинг «Композит Групп».

Ключевые слова: инновации, инвестиции, конкурентоспособность, машиностроение, модернизация, развитие.

Машиностроение является одним из ведущих отраслей экономики Оренбуржья, от уровня развития которого, во многом определяется техническое оснащение всех отраслей хозяйства региона.

Наличие собственной металлургической базы, близость к ресурсам черных и цветных металлов Урала, а также обеспеченность высококвалифицированными кадрами, дали толчок для развития машиностроения в Оренбургской области. Положение на магистральных транспортных путях из Центра, Поволжья в Сибирь, Казахстан и Среднюю Азию, создают возможность широкой кооперации по комплектующим изделиям и хорошие условия сбыта. Машиностроение в Оренбуржье представлено предприятиями оборонно-промышленного комплекса, станкостроения, сельхозмашиностроения, а также производством и разработкой транспортных средств, бытовой техники и электродвигателей. Данный комплекс включает в себя 70 различных предприятий. Около 45% общероссийского производства приходится на выпуск литейных машин и сталеплавильной техники, 46% – выпуск кузнечно-прессовых машин, 4% – производство чугуна и 5% – стали. Доля всей продукции машиностроения в общем объеме производства России составляет 8% [7, с. 140].

Ведущие предприятия отрасли:

1) Филиал ОАО «РЖД» – Оренбургский локомотивно-ремонтный завод. Данный комплекс представлен совокупностью сборочных, электрических, литейных и испытательных производств и изготавливает порядка 100 видов деталей для тепловозов;

2) ОАО «МК «ОРМЕТО-ЮУМЗ». Данное предприятие является ведущим в металлургическом машиностроении, а также представляет собой промышленный комплекс по производству перегрузочно-усреднительного и горнорудного оборудования. Включает в себя сварочное, механосборочное, металлургическое и инструментальное производство;

3) АО «ПО «Стрела». Является одним из ведущих многопрофильных организаций машиностроительной отрасли России. ПО «Стрела» производит продукцию специального назначения, выпускает сборочные узлы для авиационной, нефтяной и газовой промышленности.

В последнее время отрасль машиностроения находится в кризисе, для того, чтобы она развивалась, нужно обозначить основные направления ее развития. В современных условиях развитие и эффективность деятельности машиностроения Оренбургской области напрямую зависит от инновационной активности, но по данным, собранным за 20 лет, данная отрасль промышленности испытывает существенный кризис в инновационной сфере. Для того, чтобы преодолеть данный кризис, нужно определить основные проблемы и направления развития машиностроения региона [4, с. 330].

Главные проблемы машиностроительного комплекса Оренбуржья: большой уровень морального и физического износа оборудования и технологий. Согласно данным, полученным из статистических исследований, до 70% оборудования отрасли имеет средний возраст от 18 до 22 лет, это означает, что огромная часть основных фондов устарела, не только морально, но и физически; недостаток квалифицированных рабочих; низкая кредитная и инвестиционная привлекательность предприятий, из-за чего создается недостаток денежных ресурсов; низкая конкурентоспособность выпускаемой продукции [6, с. 1080].

Для того, чтобы данные проблемы решить, нужно наметить план действий, определить основные направления инновационного развития, а также цели развития. Цель – технологическая модернизация и удовлетворение внутреннего платежеспособного спроса на машиностроительную продукцию, расширение присутствия на внешних рынках [5, с. 50].

Основные направления инновационного развития машиностроения области: на основе новых достижений НТП и внедрения новейших технологий увеличить конкурентоспособность продукции отрасли; привлечение иностранных инвестиций; расширить рынок сбыта за счет экспорта, импорта и таможенной политики; реконструкция научных учреждений внутри предприятий; обеспечить отрасль более квалифицированной рабочей силой [2].

Сейчас с помощью НТП разрабатываются качественно новые виды инструментов, такие как режущие станки, инструменты с исполнительными механизмами для предварительной настройки инструмента на размер, устройства для гарантированного формирования стружки, не мешающей циклу автоматической обработки.

За последние 5 лет созданы около 300 технологий, которые смогли бы повысить потенциал машиностроения. Из них около 12% не имеют аналогов в мире, столько же соответствует лучшим зарубежным образцам, и потенциально могут быть конкурентоспособными. Большая часть новых разработок направлены на станкостроение и инструментальное производство, а также в области сварки, модификации поверхностей. Наибольшее число новых технологий разработаны для станкостроительной и инструментальной промышленности и для химического и нефтяного машиностроения. На их долю приходится половина всех новых разработок.

Однако, из-за того, что в области низкий спрос на продукцию машиностроения, распространение новых технологий проходит медленно и причем они вводятся на малом количестве предприятий.

Так же для инновационного развития отрасли существует возможность выкупа оборудования за рубежом, и на основе иностранных технологий осуществляется разработка подобного оборудования. Но и в данной стратегии есть свои минусы. Главный минус состоит в том, что зарубежные технологии имеют более высокую стоимость, чем отечественные.

Для повышения инновационности машиностроения региона, считаем целесообразным рассмотреть необходимые мероприятия, которые следует включить в разрабатываемую инновационную политику на примере одного из машиностроительных предприятий Оренбургской области – АО «Бузулукский механический завод» и предложить его основные направления развития.

АО «Бузулукский механический завод», входящий в холдинг «Композит Групп» – крупнейшее машиностроительное предприятие Западного Оренбуржья, занимающееся выпуском радиаторов охлаждения и теплообменников, а также сельскохозяйственной и тракторной техники.

Основные направления инновационного развития АО «БМЗ»: поиск инвесторов для увеличения выпуска продукции; использование новых технологий и внедрение средств НТП для более эффективной деятельности предприятия; использование нового качественного и более дешевого сырья; поиск новых рынков сбыта [1, с. 40].

Таким образом, можно сделать вывод, что проводимая инновационная политика области, должна обеспечить рост производства и спрос на продукцию машиностроительной отрасли.

Список литературы

1. Борисов В.Н., Почукаева О.В. Инновационно-технологическое развитие машиностроения как фактор инновационного совершенствования обрабатывающей промышленности // Проблемы прогнозирования. 2009. №4. С. 37-45.
2. Кузнецов В.П., Андрияшина Н.С. Основные тенденции развития инновационной деятельности в машиностроении // Вестник Чувашского университета. 2013. №1. С. 278-285.
3. Лаврентьев Н.Я., Кривошеин Ю. В., Шалай В.В. О приоритетных моделях инновационного развития машиностроения // Омский научный Вестник. 2009. №1(64) С. 5-7.
4. Шарипов Т.Ф. Инновационное развитие региона на основе создания машиностроительного кластера // Экономика и предпринимательство. 2015. № 8-1 (61-1). С. 322-331.
5. Шарипов Т.Ф. Контроллинг как методологическая основа эффективного планирования и управления деятельностью предприятия // Интеллект. Инновации. Инвестиции. 2011. № 3. С. 46-51.
6. Шарипов Т.Ф. Модернизация планирования на предприятиях машиностроения, образующих кластер, в условиях трансформационной экономики // Экономика и предпринимательство. 2016. № 4-1. С. 1079-1085.
7. Шарипов Т.Ф., Азаматова О.И., Ефимова П.А. Стратегические направления активизации инновационной деятельности в регионе (на примере Оренбургской области). Экономист года 2016 ; сб. статей III Международного научно-практического конкурса. Пенза: МЦНС Наука и Просвещение, 2016. С. 139-143.

ПРОМЫШЛЕННЫЙ ПОТЕНЦИАЛ И ЕГО ИННОВАЦИОННО-ИНВЕСТИЦИОННАЯ ОСНОВА

Щербаков В.Н.

профессор кафедры финансовых технологий и инжиниринга, д-р экон. наук,
профессор, Московский политехнический университет, Россия, г. Москва

Акимова Л.В.

студент, Московский политехнический университет, Россия, г. Москва

В статье рассмотрены актуальные проблемы инновационно-инвестиционного промышленного роста. Варианты обновления технологического потенциала, переход на новый экономический уровень инновационных преобразований.

Ключевые слова: промышленность, инновации, инвестиции, экономический рост.

Рост конкуренции на мировых рынках, научно-технический переворот, ведут к появлению отраслей промышленности, в основе которых лежит использование принципиально новых подходов в организации, техники и технологии, в то время как традиционные производства, которые не отвечают современным требованиям, вытесняются на периферию мировой экономики. Фактически речь идет о формировании сообщества высокоразвитых государств, которые обеспечивают своё лидерство в мире благодаря использованию новых наукоемких направлений, в то время как другим государствам остается лишь размещать на своей территории отсталые, ресурсоемкие и опасные в экологическом плане производства [1, с. 271].

В таких условиях развитие технологической основы производства для российской промышленности является безальтернативным вариантом, так как мировой рынок и ускорение инновационных процессов требуют постоянного поддержания позиций. Таким образом, создания условий для расширенного воспроизводства и технологического обновления промышленности приобретают сегодня особое значение.

Процесс морального и физического старения потенциала промышленности России никак не вписывается в условия формирования мировой промышленности и перехода её к высокотехнологическому так называемому шестому укладу. В России же, несмотря на реализацию ряда высокотехнологичных проектов, имеющийся научно-технический потенциал, пока преобладает четвертый технологический уклад.

Анализируя инновационную активности промышленности и процессы обновления технологического потенциала можно сделать вывод о довольно низких показателях. Например, разработку и внедрение новых видов продукции, технологий в 2014 г. осуществляли 5%-7% общего числа предприятий, что значительно ниже аналогичных показателей высокотехнологичных стран (рисунок 1).

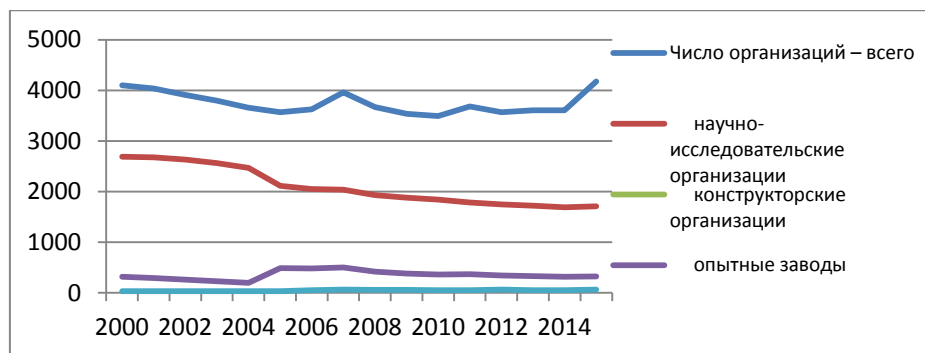


Рис. 1. Динамика численности предприятий, выполняющих исследования [3]

Еще более худшие результаты с инновациями и модернизацией обстоят в малом бизнесе. Так, в структуре малого предпринимательства инновационный сектор составляет 50%. Идентична и характеристика удельного веса инновационных работ, услуг и товаров в совокупном отгруженном объеме – 1,4%.

В сравнении с высокоразвитыми государствами, российская промышленность, безусловно отстает. Например, в Германии доля малого инновационного предпринимательства составляет 62%, во Франции – 38%, в Норвегии – 49% (рисунок 2).

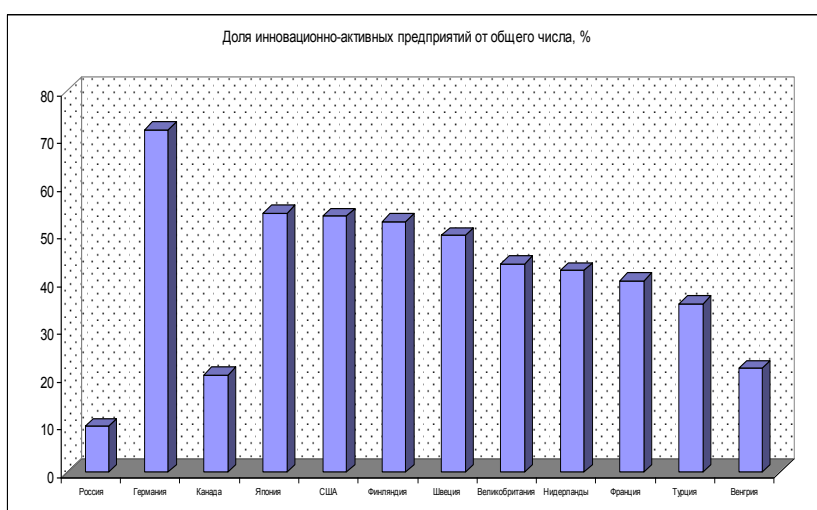


Рис. 2. Удельный вес предприятий, осуществляющих технологические инновации [3]

Несмотря на глубину экономического кризиса, который затронул практически все отрасли промышленности, включая оборонную, высокотехнологичный комплекс все еще имеет высокий статус, а оставшийся кадровый потенциал способен генерировать технологические идеи и разрабатывать новейшие поколения высокотехнологичной техники. С полной уверенностью можно утверждать, что сегодня именно военно-промышленный высокотехнологичный комплекс способен выполнить роль локомотива обновления потенциала промышленности и «вытащить» страну из кризиса. Военно-промышленный комплекс до сих пор продолжает оставаться высокотехнологичным и многопрофильным, олицетворяющим могущество, творческую мысль и организаторские способности.

Следует отметить, что потенциал российского машиностроения сохраняет передовые позиции по следующим направлениям: авиастроение, ракетостроение, судостроение и космическая техника.

Комплекс обеспечивает значительную долю в экспорте высокотехнологичной продукции (рисунок 3).

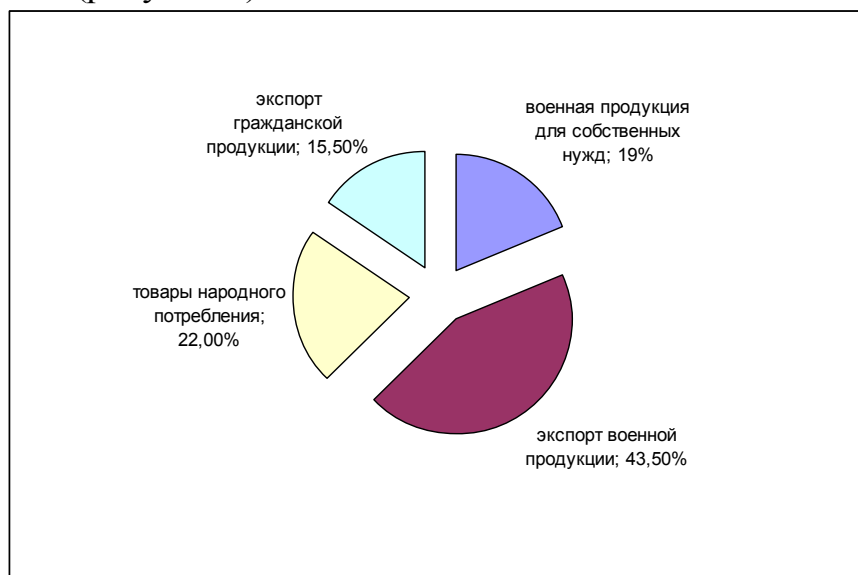


Рис. 3. Структура объемов производства ВПК

При этом есть одно обстоятельство, внушающее опасение по поводу военной безопасности России ввиду нашего технологического сотрудничества с иностранными компаниями – объем военного заказа на экспорт гораздо больше объема государственного заказа для армии.

Принятие в последнее время ряда решений правительством, безусловно, будет способствовать подъему высокотехнологичного комплекса и модернизации его потенциала.

Как отмечается, будущее предприятий определяется решением таких проблем как выполнение гособоронзаказа, изменение структуры путем преодоления технологических разрывов в отраслевом срезе.

Остаётся надеяться, что высокотехнологичный комплекс действительно меняет траекторию своего развития и послужит основой обновления потенциала промышленности.

Сложившееся сегодня положение промышленности можно представить как систему направлений развития ряда технологий, таких как новые материалы и высокоэнергетические вещества, системы направленной энергии и т.д. Рассмотрим два периода – современный и прогнозируемый (2020) – в том случае, если уровню развития научно-технического потенциала будет уделяться как и прежде посредственное внимание, можно с помощью таблицы.

Подводя итоги, можно отметить, что в настоящее время экономический рост может быть основан только на новых технологиях, новых знаниях фундаментального и прикладного характера, ускоренном их освоении на производстве.

Таблица

**Уровни развития научно-технологического потенциала
высокотехнологично комплекса**

Уровень	Направления										
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
Высший мировой уровень										2010	
Отставание до 5 лет	2010	2010		2010	2010		2010	2010			2010
Отставание до 10 лет						2010			2010		
Отставание более 10 лет	2020		2010	2020	2020			2020		2020	2020
Отставание безнадёжное			2020			2020	2020		2020		

где 1 – новые материалы; 2 – перспективные датчики; 3 – компьютеры; 4 – оптика; 5 – радиотехнические системы; 6 – моделирование; 7 – энергетика; 8 – геофизика; 9 – телекоммуникация; 10 – высокоэнергетические вещества; 11 – машины и механизмы.

Все это обуславливает необходимость роста потенциала промышленного производства, отвечающего принципам устойчивого развития неопределённости рыночной среды. Преодолеть сложившийся тренд может способствовать новая инновационная политика инновационного обновления промышленности, и, прежде всего системообразующих отраслей, способных обеспечить восстановительный импульс устойчивого технологического роста.

Список литературы

1. Щербаков В.Н. Инвестиции и инновации. М.: Дашков и К, 2017.
2. Яковец Ю.В. Эпохальные инновации XXI века. – М.: Экономика, 2016.
3. Федеральная служба государственной статистики <http://www.gks.ru/>.