



ЗАКОНОМЕРНОСТИ И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ НАУКИ В СОВРЕМЕННОМ ОБЩЕСТВЕ

**Сборник статей
Международной научно - практической конференции
15 марта 2016 г.**

Часть 1

Тюмень
НИЦ АЭТЕРНА
2016

УДК 001.1
ББК 60

3 57

**ЗАКОНОМЕРНОСТИ И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ НАУКИ В
СОВРЕМЕННОМ ОБЩЕСТВЕ:** сборник статей Международной научно -
практической конференции (15 марта 2016 г., г. Тюмень). В 3 ч. Ч.1 / - Уфа:
АЭТЕРНА, 2016. – 218 с.

ISBN 978-5-906849-64-9 Ч.1
ISBN 978-5-906849-67-0

Настоящий сборник составлен по итогам Международной научно -
практической конференции «ЗАКОНОМЕРНОСТИ И ТЕНДЕНЦИИ
РАЗВИТИЯ НАУКИ В СОВРЕМЕННОМ ОБЩЕСТВЕ», состоявшейся
15 марта 2016 г. в г. Тюмень. В сборнике статей рассматриваются современные
вопросы науки, образования и практики применения результатов научных
исследований

Сборник предназначен для широкого круга читателей, интересующихся
научными исследованиями и разработками, научных и педагогических
работников, преподавателей, докторантов, аспирантов, магистрантов и
студентов с целью использования в научной работе и учебной деятельности.

Статьи представлены в авторской редакции. Ответственность за
аутентичность и точность цитат, имен, названий и иных сведений, а так же
за соблюдение законов об интеллектуальной собственности несут авторы
публикуемых материалов.

При перепечатке материалов сборника статей Международной научно -
практической конференции ссылка на сборник статей обязательна.

**Сборник статей постатейно размещён в научной электронной
библиотеке elibrary.ru и зарегистрирован в наукометрической базе РИНЦ
(Российский индекс научного цитирования) по договору № 242 - 02 / 2014К
от 7 февраля 2014 г.**

УДК 001.1
ББК 60

ISBN 978-5-906849-64-9 Ч.1
ISBN 978-5-906849-67-0

Ответственный редактор:

Сукиасян Асатур Альбертович, кандидат экономических наук.
Башкирский государственный университет, РЭУ им. Г.В. Плеханова

В состав редакционной коллегии и организационного комитета входят:

Агафонов Юрий Алексеевич, доктор медицинских наук, доцент
Уральский государственный медицинский университет» Министерства
здравоохранения РФ

Алейникова Елена Владимировна, профессор
Запорожский институт государственного и муниципального управления

Баишева Зиля Вагизовна, доктор филологических наук, профессор
Башкирский государственный университет

Ванесян Ашот Саркисович, доктор медицинских наук, профессор
Башкирский государственный университет

Васильев Федор Петрович, доктор юридических наук, доцент,
Академия управления МВД России

Виневская Анна Вячеславовна, кандидат педагогических наук, доцент
ФГБОУ ВПО ТГПИ имени А.П. Чехова

Вельчинская Елена Васильевна, кандидат химических наук, доцент
Национальный медицинский университет имени А.А. Богомольца

Гетманская Елена Валентиновна, доктор педагогических наук, доцент
Московский педагогический государственный университет

Грузинская Екатерина Игоревна, кандидат юридических наук
Кубанский государственный университет

Закиров Мунавир Закиевич, кандидат технических наук, профессор
Институт менеджмента, экономики и инноваций

Иванова Нионила Ивановна, доктор сельскохозяйственных наук, профессор,
Технологический центр по животноводству

Калужина Светлана Анатольевна, доктор химических наук, профессор
Воронежский государственный университет

Курманова Лилия Рашидовна, доктор экономических наук, профессор
Уфимский государственный авиационный технический университет

Киркимбаева Жумагуль Слямбековна, профессор
Казахский Национальный Аграрный Университет

Козырева Ольга Анатольевна, кандидат педагогических наук, доцент
Новокузнецкий филиал -
институт «Кемеровский государственный университет»

Конопацкова Ольга Михайловна, доктор медицинских наук, профессор
Саратовский государственный медицинский университет

Маркова Надежда Григорьевна, доктор педагогических наук, профессор
Казанский государственный технический университет

Мухамадеева Зинфира Фанисовна, кандидат социологических наук, доцент
РЭУ им. Г.В. Плеханова, Башкирский государственный университет

Пономарева Лариса Николаевна, кандидат экономических наук, доцент
РЭУ им. Г.В. Плеханова, Башкирский государственный университет

Почивалов Александр Владимирович, доктор медицинских наук, профессор
Воронежская государственная медицинская академия им. Н.Н. Бурденко

Прошин Иван Александрович, доктор технических наук, доцент
Пензенский государственный технологический университет

Симонович Николай Евгеньевич, доктор психологических наук, профессор
Института психологии им. Л.С. Выготского РГГУ

Смирнов Павел Геннадьевич, кандидат педагогических наук, профессор
Тюменский государственный архитектурно - строительный университет

Старцев Андрей Васильевич, доктор технических наук, профессор
Государственный аграрный университет Северного Зауралья

Танаева Замфира Рафисовна, доктор педагогических наук, доцент
Южно - уральский государственный университет

Venelin Terziev DSc., PhD,
University of Agribusiness and Regional Development - Plovdiv, Bulgaria

Хромина Светлана Ивановна, кандидат биологических наук, доцент
Тюменский государственный архитектурно - строительный университет

Шилкина Елена Леонидовна, доктор социологических наук, профессор
Институт сферы обслуживания и предпринимательства

Шляхов Станислав Михайлович, доктор физико - математических наук,
профессор
Саратовский государственный технический университет им. Гагарина Ю.А.

Юрова Ксения Игоревна, кандидат исторических наук, доцент
Международный инновационный университет

Юсупов Рахимьян Галимьянович, доктор исторических наук, профессор
Башкирский государственный университет

Янгиров Азат Вазирович, доктор экономических наук, профессор
Башкирский государственный университет

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ

ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ЦИКЛ В РОССИИ В 2006 - 2011 ГОДАХ

Рассматривая экономику России в период с 2006 до 2011 года, можно употребить такое понятие, как «экономический цикл». Экономический цикл – это такой период, во время которого происходит спад, депрессия, подъем и пик деловой активности. Показан цикл, который начался в 2006 г. (с высокими показателями) и закончился в 2011 г. (с высокими показателями).

С 2000 г. президентом Российской Федерации стал В.В. Путин. Он проводил политику, которая помогла экономике страны развиваться. В 2006 г. были достигнуты высокие результаты экономической активности.

В 2008 г. экономика России начала погружаться в кризис, который пришел с Запада, начался в США. Экономический кризис стал важным фактором, во время него произошла дестабилизация: после продолжительного подъема, резкий и неожиданный спад экономики. Банковская система, строительство, обрабатывающее производство, бюджетная система пострадали сильнее остальных. Аналитики давали неутешительные прогнозы. К концу 2008 г., в начале 2009 г. Российская экономика погрузилась в кризис, который нанес большой ущерб многим отраслям промышленности, населению.

В 2010 году, когда экономика постепенно выходила из кризисного состояния, происходил рост многих показателей, главным образом, благодаря увеличению спроса Китая на российское сырье, а также из - за грамотных инвестиций в инфраструктуру и программу утилизации, которая была очень нужна в тот тяжелый период.

В 2011 г. отмечается рост ВВП, уменьшение инфляции, увеличение розничного товарооборота и высокие показатели по количеству иностранных инвестиций. Такие факты можно оценить, как положительное увеличение темпов развития российской экономики. Также снижение инфляции стало результатом уменьшения роста цен на продовольственные товары, что тоже является хорошим показателем.

На основе всего вышесказанного можно сделать вывод, что экономика России имеет циклический характер.

Далее предлагаю отдельно рассмотреть инфляцию, спрос, уровень безработицы в этот период.

Инфляция в положительной динамике. С каждым годом становилась меньше, но во время кризиса возросла до 13,3 % (начала расти в конце 2007 г.).

Спрос увеличивался равномерно, но в 2008 году резко возрос. Это связано с накоплением капитала населения и повышением уровня потребления. В 2009 г. спрос продолжил стабильное увеличение.

Рассмотрим уровень безработицы в России в этот период. Он стабильно снижался, в 2007 г. достиг наименьшего размера, но из - за кризисного состояния и уменьшения числа рабочих мест в 2009 г. уровень возрос на 2,7 % . В это время он почти достиг показателей

2001 г., когда страна только восстанавливалась после дефолта 1998 г. Одно из последствий кризиса 2008 г. стало повышение безработицы 2009 г.

Можно сделать вывод, что экономика имеет волнообразный характер деловой активности, с различными фазами: подъема, спада, депрессии и др. Был рассмотрен один период. С 2006 г. до 2011 г. можно выделить экономический цикл. С пиком в 2006 г., кризисом в конце 2008 г. и новыми возросшими показателями в 2011 г.

Цикличность естественна для экономики стран. Главное, чтобы государство сдерживало предкризисные явления и помогало населению страны во время кризиса

Список использованной литературы:

1. Центр макроэкономического анализа и краткосрочного прогнозирования [Электронный источник] / «О развитии российской экономики в 2008 - 2009 гг. и прогнозе на 2010 - 2012 гг.»

© Ю.А. Арсибекова, 2016

УДК 331.108.26

М.В.Баканов

канд. пед. наук, доцент ГСГУ

А.В.Каравасев

доцент ГСГУ

А.Ю.Титлов

канд. пед. наук, профессор ГСГУ

г.Коломна, Российская Федерация

КЛАССИФИКАЦИЯ КАДРОВОЙ ПОЛИТИКИ КАК ОСНОВА СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ МЕНЕДЖМЕНТА ОРГАНИЗАЦИЙ

Классификация кадровых политик является одним из ключевых аспектов организации не только результативной управленческой работы, но и построения всей системы управления в предпринимательской системе. Дело в том, что рост уровня неопределенности хозяйственных систем и увеличения всех видов рисков требует от всех сотрудников предприятия или учреждения, а не только от руководителей разных отделов (служб) активизации деловых инициатив, трудовой целеустремленности и повышения компетентного уровня.

При этом очевидно, что руководители, то есть менеджмент каждого субъекта предпринимательской деятельности самостоятельны в выборе конкретного варианта кадровой политики своей организации, которая наиболее адекватна выбранному пути и реалиям функционирования.

К тому же, сложившиеся либо целенаправленно сформированные типы кадровой политики определяют уровень осознания и степень влияния управленческих усилий на показатели работы сотрудников. В таком понимании применение результативного варианта кадровой политики соответствует применению своеобразного антикризисного,

адаптационного механизма деятельности или же механизма наращивания ресурсных возможностей.

Для уточнения исследуемого вопроса проведём классификацию кадровой политики, каждый из вариантов которой применяется либо может применяться в реальной практике рыночной деятельности.

Известны разные критерии разграничения типов кадровых политик, широко представленные в современной экономической литературе [1, с. 34; 3, с. 160 - 164].

Так, к примеру, в декларацию кадровой политики организации включаются принципы обучения и развития персонала, политика мотивации и вознаграждений, социальная политика и принципы корпоративных коммуникаций. Примерный состав декларации показан в таблице 1 [2, с. 66].

Таблица 1

Декларация кадровой политики	
№	Политика равных возможностей
1	Управление разнообразием
2	Политика вознаграждений
3	Дисциплинарная политика
4	Политика рассмотрения трудовых споров
5	Политика, направленная на достижение равновесия между трудовой жизнью работников и другими сторонами их жизни
6	Политика развития работников
7	Политика вовлеченности и участия в управлении
8	Политика отношений работников и работодателей
9	Политика новых технологий
10	Политика постоянного улучшения условий труда
11	Политика охраны труда и безопасности
12	Политика отношения к преследованиям
13	Политика в отношении курения и вредных привычек
14	Политика использования интернета (и других ресурсов) на работе в личных целях

Результативная пропорциональность декларативности и практических действий определяется практической готовностью топ - менеджеров руководствоваться сформулированными принципами.

В зависимости от степени открытости по отношению к внешней среде при формировании кадрового состава выделяются:

- Открытая и закрытая кадровая политика.

При открытой политике субъект предпринимательства развивается на принципах информационной прозрачности. Работник - новичок может начать работать с любой должности.

При закрытой политике предприятие и учреждение включают в свой кадровый состав работников - новичков только с низшего должностного уровня, а замещение вакансий

высших должностных позиций обеспечивается, исключительно или преимущественно, из числа опытных работников. В последнем случае новички часто долго не задерживаются в штате, по отношению к ним применяется схема "винтика", который легко заменить.

В зависимости от основания для прогноза и программ механизм анализа ситуации может быть как рациональным (осознаваемым), так и нерациональным (мало поддающимся алгоритмизации и описанию), на основании которого выделяются: [4, с. 23 - 24].

- Рациональная и авантюристическая кадровая политика.

В зависимости от уровня осознанности правил и норм, определяющих содержание кадровых мероприятий, и уровня непосредственного влияния управленческого аппарата на кадровую ситуацию в организации выделяются:

- Пассивная кадровая политика.

Это вариант действий, в котором руководство организационной системы не имеет научно обоснованной программы действий в отношении персонала, а кадровая работа сводится к ликвидации негативных последствий. Такой тип политики можно назвать постфактумным. Ключевая проблема – неэффективность.

- Активная кадровая политика.

Активная кадровая политика присутствует при наличии прогноза, средств результативного воздействия на ситуацию. Кадровая служба способна к разработке антикризисных кадровых программ, осуществлению непрерывного контроля за ситуацией и корректировке реализации программ в соответствии с внешней и внутренней динамикой событий.

- Реактивная кадровая политика.

Для указанного варианта характерен контроль за параметрами оценки негативного состояния в кадровой работе. Менеджмент предприятия своевременно локализует кризис, детально оценивает и анализирует причины появления кадровых проблем. Кадровые службы таких предприятий укомплектованы средствами диагностики вероятных кадровых неопределенностей и адекватного их устранения.

- Превентивная кадровая политика.

Данный вариант формируется только на основе научно обоснованных прогнозов развития ситуации с составом профессиональных кадров. Однако для перехода к превентивной кадровой политике часто отсутствуют необходимые ресурсы [5, с. 47].

По признаку «соответствие бизнес - стратегии» в зависимости от характера проявления выделяем следующие виды кадровых компенсационных политик: коррелятивную, содейтельную, автономную. При оценке их потенциала определяют характерные черты, хотя в каждой отдельной организационной структуре проявится своя специфика в системе вознаграждений, в компоновке компенсационных пакетов, в управленческих механизмах.

- *Коррелятивная кадровая компенсационная политика.*

Основана на принципе соответствия. Типичным является согласование всех направлений стратегических решений в области кадровой политики со стратегией организации. Все виды работ / должностей субъекта хозяйственной практики отбираются и распределяются экспертами по блокам на основе суммы баллов по соответствующим факторам. Для каждого из них определяется интервальная шкала заработной платы.

- *Содеятельная компенсационная кадровая политика.*

Заключается в том, что нормы организационных структур, действующих совместно (кооперативные связи) являются не предписывающими, а рекомендательными. Система оценки профессиональных кадров фрагментарна. Цели и системы оценочных параметров не продуманы и созданы лишь для отчетности. Сотрудники не ознакомлены с целями стратегии организации, не понимают задачи, показатели деятельности и материального поощрения своих отделов. Параметры оценки результатов деятельности персонала используются, но слабо связаны с приоритетами бизнеса и дополнительного стимулирования. Отсутствуют системы показателей деятельности для тех категорий персонала, труд которых трудно измерить.

- *Автономная кадровая компенсационная политика.*

Представляет крайний вариант несоответствия компенсационной политики и бизнес - стратегии. Политика кадровой деятельности существует как бы сама по себе, она автономна, обособлена от стратегии субъекта хозяйственной практики. В таких организационных системах сама стратегия также может отсутствовать.

Рассмотренные три вида кадровых компенсационных политик по признаку «соответствие бизнес - стратегии» выделены на основании требования соблюдения принципов (соответствия, приоритета цели, дерева целей и др.), вытекающих из законов организации.

Классификация кадровых политик также осуществляется по принципу определения затрат на организацию кадровой работы с персоналом и деятельности персонала.

В рамках данного признака выделены: политика опережения конкурентов, политика отставания от конкурентов, политика равнения на конкурентов и гибкая политика. Выбор конкретного вида политики по уровню суммарных затрат на обеспечение результативной работы персонала обусловлен рядом факторов: формой собственности, финансовой устойчивостью организации, этапом жизненного цикла организации, ситуацией на отраслевом рынке труда, социальной политикой организации и др.

Полный перечень разных групп кадровых политик представлен в таблице 2.

Таблица 2

Классификация кадровой политики предприятия

№ п / п	Критерий разграничения типов кадровой политики	Наименование кадровой политики
1	Степень открытости по отношению к внешней среде	Открытая и закрытая
2	Механизм анализа ситуации с персоналом	Рациональная и авантюристическая
3	Уровень осознанности правил и норм в ходе реализации кадровой политики	Пассивная, активная, реактивная, превентивная
4	Соответствие бизнес - стратегии	Коррелятивная, содеятельная, автономная
5	Уровень суммарных затрат на организацию кадровой политики	Опережение конкурентов, отставание от конкурентов, равнение на конкурентов, гибкая политика
6	Отношение к ценностям сотрудников	Сильной корпоративной культуры и слабой корпоративной культуры

Знание существующих, отличающихся друг от друга, типов кадровой политики позволяет менеджерам любой организации более точно оценивать её приоритеты и возможности в поставленных целях и доступных ресурсах развития с учетом достигнутого уровня конкурентоспособности, составлять и корректировать планы повышения эффективности организационного развития, а также прогнозировать изменения в имеющемся организационном и рыночном потенциале.

Современная результативная кадровая политика должна формироваться на принципах согласования и скоординированности интересов работников и организации, активности в различных программах подбора, отбора, найма и развития профессиональных кадров, персональной ответственности менеджеров предприятия за поведение работников, индивидуализации кадровых мероприятий, сочетания экономической целесообразности и социальной значимости, компетентности, открытости, инновационности, инициативности и комплексной взаимодополняемости решений и действий в рамках выбранной модели кадровой политики.

Список использованной литературы:

1. Кибанов А.Я. Управление персоналом организации. – М.: Инфра - М, 2011. – С. 34.
2. Лукин М.В., Фоканова Л.К. Управление персоналом в сфере государственной и муниципальной службы. – Сыктывкар, 2014. – С. 66.
3. Титлов А.Ю., Караваев А.В., Баканов М.В. Организационно - нормативное обеспечение деятельности менеджмента по физической культуре, спорту и туризму: учебно - справочное пособие / авт. - сост. А.Ю. Титлов, А.В. Караваев, М.В. Баканов; Московский государственный областной социально - гуманитарный институт. – Коломна: МГОСГИ, 2015. – 296 с.
4. Турчинов А.И. Современные проблемы кадровой политики и управления персоналом в России. Социологический анализ. Монография. – М.: РАГС, 2012. – С. 23 - 24.
5. Кадровая политика: монография. Под ред. Турчинова А.И. – М.: РАГС, 2014. – С. 47.

© М.В. Баканов, А.В. Караваев, А.Ю. Титлов, 2016

УДК 338

М.Е. Кабисов

к.э.н., доцент кафедры «Менеджмента»

СОГУ имени К.Л.Хетагурова, г. Владикавказ, Российская Федерация

Д.А.Балаева

к.э.н., доцент кафедры «Бухгалтерский учет и налогообложение»

СОГУ имени К.Л.Хетагурова, г. Владикавказ, Российская Федерация

А.К.Дзарасова

студент 1 курса магистратуры факультета управления

СОГУ им. К.Л.Хетагурова, г. Владикавказ, Российская Федерация

ТУРИСТСКО - РЕКРЕАЦИОННОЕ РАЗВИТИЕ РЕГИОНА: ИНВЕСТИЦИОННЫЙ КОМПОНЕНТ

Реальный успех в привлечении инвестиций и повышении конкурентоспособности РСО - Алания, в том числе и в туристско - рекреационном направлении, сегодня во многом

зависит от системной и целенаправленной работы всех уровней власти, создания в каждом городе и районе Северной Осетии благоприятных условий для реализации предпринимательской инициативы.

Итогом общей работы органов законодательной, исполнительной власти, муниципалитетов, организаций должны стать такие условия для старта и ведения бизнеса, которые будут по факту привлекать инвестиции в республику. А для этого необходимо решить множество задач, основными из которых являются:

- В условиях ограниченности республиканского бюджета невозможно охватить вниманием все сферы бизнеса. В такой ситуации является необходимым сконцентрировать усилия и ресурсы на тех направлениях малого и среднего предпринимательства, которые на данный момент представляются наиболее важными. А именно на содействие развитию малых производств. [1,73]

- Рост инвестиций невозможен без развитой финансовой системы. За последние полтора года наша республика лишилась четырех крупнейших региональных банков. Эти банки были основными кредиторами малых и средних предприятий республики. Их ниша на данный момент остается незаполненной. Одной из основных задач Правительства на будущий год должна стать работа по привлечению в республику финансовых институтов: банков, лизинговых компаний, микрофинансовых организаций, ориентированных на поддержку бизнеса, на кредитование предприятий реального сектора экономики. [2,53]

- Снижение административных барьеров при реализации инвестиционных проектов, сокращение сроков и упрощение согласовательных процедур в рамках единого регламента «одного окна». Действующие механизмы необоснованно затрудняют прохождение необходимых бюрократических процедур.

- До сих пор в республике неэффективно используется ресурсная база, в том числе гидроминеральные ресурсы. Достигнута договоренность с французской компанией ICE (стратегические партнёры компаний Coca - Cola, Pepsi Cola, Nestle и др.) о создании каталога минеральных источников Северной Осетии с тем, чтобы впоследствии заняться поиском инвесторов под проекты производства безалкогольных напитков, питьевой и минеральной воды, эксплуатации термальных источников. Пока мы недостаточно активно занимались продвижением этого сегмента. Теперь же в условиях нарастания в мире дефицита водных ресурсов это может дать хороший результат. Ресурсный потенциал республики, в том числе гидроминеральные ресурсы должны использоваться с максимальным эффектом, от добычи и розлива до прилавка и продвижения продукции в крупные сетевые компании. [3,27]

- Северная Осетия имеет выгодное стратегическое положение на южных границах Российской Федерации, находясь в центре сухопутных транспортных сообщений между странами Европы, Ближнего и Среднего Востока. Мы должны, наконец, реализовать те географические преимущества, которыми владеем. Развитие приграничного сотрудничества, расширение внешнеэкономической и международной деятельности со странами Закавказья имеет важное значение для привлечения иностранных инвестиций в экономику республики.

- Важным направлением развития Северной Осетии является транспортно - логистический комплекс. Использование в полной мере транзитного потенциала республики позволит развивать торговлю, финансовую систему, и транспортно - логистическую деятельность. Развитие транспортных коридоров, пролегающих по территории республики, будет способствовать росту доходов бюджета, организации сопутствующей инфраструктуры, откроет широкие возможности для экономики и торговли. Консолидация логистических возможностей транспортировки автомобильным,

железнодорожным и воздушным видами транспорта позволит организовать устойчивую транзитную перевозку и оптовую торговлю продукцией промышленного, агропромышленного, строительного и топливно - энергетического комплексов. [4,1093] Задача органов власти Северной Осетии состоит в продвижении этого проекта на федеральном уровне. Подготовлено обращение в Правительство Российской Федерации для решения вопроса о создании особой экономической зоны в Республике Северная Осетия - Алания с действием в ее рамках режима свободной таможенной зоны. Реализация этой инициативы позволит нам не только укрепить экономические позиции республики, но и уверенно смотреть в будущее. Для достижения успеха необходима только четкая и слаженная работа, общие усилия, направленные на достижение одной цели – стабильности и благополучия народа Северной Осетии.

Список использованной литературы

1. Агузарова Ф.С., Балаева Д.А. Проблемы и пути оптимизации налоговой системы России // Вестник Северо - Осетинского государственного университета имени Коста Левановича Хетагурова. 2008. Т.3. С.72 - 77.
2. Балаева Д.А. Воздействие инвестиционного процесса на воспроизводственный потенциал региона (На примере республики Северная Осетия - Алания). Диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук / Ростов - на - Дону, 1999
3. Балаева Д.А. Экономическое развитие региона: современный аспект (на примере Республики Северная Осетия – Алания) Право и инвестиции. 2013. № 3 - 4. С. 26 - 28.
4. Балаева Д.А. К вопросу создания особых экономических зон в приграничных районах РФ. Налоги и налогообложение. 2014. № 12. С. 1092 - 1096.
5. Кабисов М.Е. Региональная инновационная система как объект государственного регулирования. Гуманитарные и социальные науки. 2014. № 2. С. 725 - 728.
6. Кабисов М.Е. Рыночные стратегии компании в условиях кризиса. Nauka - Rastudent.ru. 2014. № 12 - 1 (12). С. 10
7. Токаева С.К., Дзагоева М.Р. Особенности формирования налоговых доходов субъекта РФ (на примере РСО - Алания). Налоги и налогообложение. 2014. №9. С. 821 - 836.

© Кабисов М.Е., Балаева Д.А., Дзарасова А.К., 2016

УДК 338

Д.А.Балаева,

к.э.н., доцент кафедры «Бухгалтерский учет и налогообложение»
СОГУ имени К.Л.Хетагурова, г. Владикавказ, Российская Федерация

А.К.Дзарасова,

студент 1 курса магистратуры факультета управления
СОГУ им. К.Л.Хетагурова, г. Владикавказ, Российская Федерация

К ВОПРОСУ СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНИРОВАНИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ ТУРИСТСКОЙ ОТРАСЛИ

Стратегическое планирование предприятий туристской отрасли - это совокупность функций управления, представляющая собой выбор целей деятельности хозяйствующего субъекта, обоснование путей их достижения в заданном периоде времени. Данная

совокупность функций является основой при выработке управленческих решений, обеспечивая деятельность предприятий.

Стратегическое планирование должно обеспечить возможность степени достижения цели и оценки результатов деятельности предприятия в целом и его подразделений. Поэтому стратегическое планирование является важным элементом плановой организации деятельности предприятия. Целесообразно, чтобы каждый руководитель обладал навыками в составлении и выполнении планов своей деятельности, конечно, с учетом стратегии развития всей организации. [1,27]

Стратегическое планирование начинается с этапа сбора информации и анализа ситуации, что позволяет определить закономерности изменений показателей, наличие средств, имеющихся в распоряжении предприятия, обосновать выбор целей. После анализа осуществляется само планирование как процесс определения мероприятий по достижению поставленных целей. Планирование деятельности осуществляется по направлениям деятельности, включая закупки (снабжение), производство, сбыт (реализация, продажи). При этом, планы подразделений должны быть связаны как друг с другом, так и планом предприятия в целом.

Процесс стратегического планирования состоит из следующих этапов:

- разработка целей деятельности предприятия (или отдельных подразделений) на плановый период;
- разработка конкретных мероприятий;
- определение показателей по периодам деятельности (например, по месяцам);
- осуществление контроля над выполнением мероприятий путем сравнения фактических результатов с плановыми показателями. В ходе планирования используются показатели прошлых периодов, используемых для определения их значений на перспективу. В этой связи точность и обоснованность стратегического планирования определяется полнотой и достоверностью фактических показателей деятельности предприятия в прошлых периодах. [2,71]

Стратегическое планирование предприятия туристской сферы объединяет в себе долгосрочные и краткосрочные планы, составленные на соответствующие периоды. При этом краткосрочный план отражает и конкретизирует мероприятия по достижению тех общих целей, которые представлены в долгосрочном плане. Текущие или оперативные планы, как одна из форм краткосрочных планов, детально раскрывают все пути и средства, необходимые для достижения стратегических целей. Такая организация планирования обладает рядом сходных элементов с методами программирования. Приведенные виды планов, используемых в стратегическом планировании, позволяют получить необходимый эффект при их правильном сочетании. Любое предприятие туристской сферы должно применять в рамках стратегического планирования долгосрочные планы вместе с краткосрочными. Такой подход к стратегическому планированию деятельности предприятия туристской сферы необходим по причине наличия ряда специфических черт, к которым (наряду с вышеперассмотренными особенностями) относятся поставленные цели различного характера, неодинаковые сроки их достижения, необходимость привлечения различных ресурсов и т.д. Стратегическое планирование предприятия туристской сферы определяет, в конечном итоге его рыночную стратегию. Оно применяется как на этапе создания и освоения нового вида деятельности, так и на этапе реализации уже давно

освоенных видов услуг. Первый этап требует анализа показателей деятельности предприятия, что позволяет выявить спрос на услуги, а также возможность эффективного их осуществления. Если такая деятельность затруднительна, руководство предприятия должно решать соответствующие проблемы, направленные, например, на аренду помещений, наем персонала, привлечение кредитов и т.д. Если такие проблемы нельзя решить, то следует переориентировать свои намерения на выпуск другого продукта. Если деятельность предприятия туристской сферы будет изменена, то необходимо провести тщательный анализ конкретного сектора рынка туристических услуг, на который предполагает выйти эта фирма. Далее идет работа по стратегическому планированию, которая начинается с этапа обоснования миссии и общей стратегии. [3,653] На этапе прогнозирования разработчик стратегического плана должен предложить руководству предприятия ряд альтернативных действий и мероприятий и отметить наиболее предпочтительные.

Список использованной литературы

1. Балаева Д.А. Экономическое развитие региона: современный аспект (на примере Республики Северная Осетия – Алания) Право и инвестиции. 2013. № 3 - 4. С. 26 - 28.
2. Балаева Д.А. Воздействие инвестиционного процесса на воспроизводственный потенциал региона (На примере республики Северная Осетия - Алания). Диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук / Ростов - на - Дону, 1999
3. Балаева Д.А., Дзарасова А.К. Анализ результативности применения налоговых льгот как элемента налогового механизма. Налоги и налогообложение. 2015. №9. С. 649 - 654.
4. Кабисов М.Е. Региональная инновационная система как объект государственного регулирования. Гуманитарные и социальные науки. 2014. № 2. С. 725 - 728.
5. Кабисов М.Е. Рыночные стратегии компании в условиях кризиса. Nauka - Rastudent.ru. 2014. № 12 - 1 (12). С. 10

© Балаева Д.А., Дзарасова А.К., 2016

УДК 314.7

Г.А. Батищева

Д.э.н., профессор

Д.В. Zubov

Магистрант второго курса

Факультет компьютерных технологий и информационной безопасности

Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)

г. Ростов - на - Дону, Российская Федерация

ИССЛЕДОВАНИЕ ФАКТОРОВ РАЗВИТИЯ МИГРАЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ В РОССИИ

Миграция населения является важнейшим фактором развития экономики. Анализ российской миграции, как внутренней, так и внешней, показывает на существенные

различия в миграционной привлекательности федеральных округов. На первом месте по миграционной привлекательности находится Центральный округ, получающий наибольший прирост трудовых ресурсов за счет миграции: в 2015 г. положительное сальдо миграции в данном округе составило 222 тыс. человек, в то время, как четыре федеральных округа (Северо - Кавказский, Приволжский, Дальневосточный и Сибирский) теряют свое население при миграционном обмене с другими территориями (рис.1).

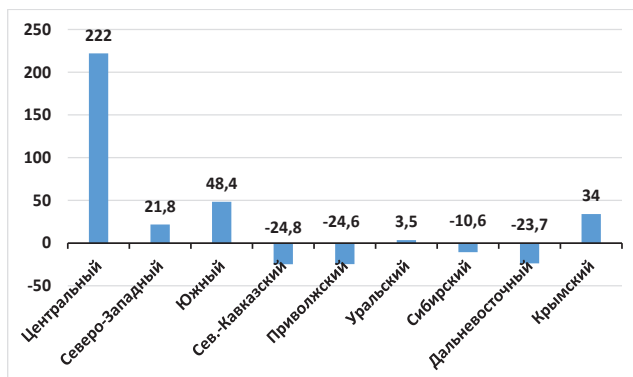


Рисунок 1 – Сальдо миграции населения, тыс. чел., 2015 г.
(Составлено авторами по данным Росстат)

Для проведения эффективной миграционной политики на государственном и региональном уровнях необходимо располагать информацией о детерминирующих факторах миграции, влияющих на объемы и направления миграционных процессов. Задача определения данных факторов может быть решена с помощью методов эконометрического моделирования.

Для определения факторов, влияющих на приток мигрантов в Южный федеральный округ (ЮФО) была использована расширенная гравитационная модель [1, с. 246]:

$$\ln M_{ijt} = \alpha + \beta \cdot Z_{ijt} + \varepsilon_{ijt},$$

где M_{ijt} – число людей, мигрирующих из региона i в регион j , человек; i – индекс отправляющего региона; j – индекс принимающего региона (ЮФО); Z_{ijt} – вектор объясняющих переменных (записанных в логарифмах); ε_{ijt} – остатки регрессии.

В качестве объясняющих переменных нами были рассмотрены факторы миграции, характеризующие экономический потенциал региона, ситуацию на региональном рынке труда, уровень жизни населения, демографические факторы, уровень социального развития, доступность общественных благ, транспортную инфраструктуру, климатические факторы [2].

Исходной информацией послужили данные Росстата, Ростовстата, Федеральной миграционной службы за период 2001–2013 гг. Информация представляет собой панельные данные. Было рассмотрено 7 секций. Всего 91 наблюдение. При построении регрессионных уравнений использовался пакет прикладных программ Econometric Views.

Построено следующее уравнение множественной регрессии:

$$\ln M_{jt} = 14,993 + 0,193 \cdot \ln(W_{jt} / W_{it}) - 0,397 \cdot \ln(L_{jt} / L_{it}) + 2,843 \cdot \ln(HO_{jt} / HO_{it}) + \\ + 0,525 \cdot \ln PRP_{jt} - 0,327 \cdot \ln SC_{jt} - 1,671 \cdot \ln U_{jt} + \varepsilon_t, \quad R^2 = 0,748,$$

где M_{jt} – число людей, мигрирующих в ЮФО; W_j (W_i) – среднемесячная заработная плата наемных работников в принимающем (отправляющем) округе; L_j (L_i) – численность экономически активного населения в принимающем (отправляющем) округе; HO_j (HO_i) – число пенсионеров на 1000 человек населения в принимающем (отправляющем) округе; PRP_j – потребность в работниках на 1000 человек населения в ЮФО; SC_j – стоимость одного кв. метра на вторичном рынке жилья в ЮФО; U_j – уровень безработицы в ЮФО.

Статистический анализ построенной модели показал, что она адекватно описывает изучаемый экономический процесс [3]. Расчетные значения F - критерия больше табличного на 5 % - ном уровне значимости. Проверка по t - критерию коэффициентов регрессии позволила установить, что включенные в модель факторы оказывают существенное влияние на миграцию. Все знаки у коэффициентов регрессии соответствуют экономической сущности влияния аргументов на функцию. Полученные модели характеризуются довольно высокой степенью детерминации (R^2), отсутствием гетероскедастичности и автокорреляции в остатках (проверка на автокорреляцию в остатках осуществлялась с помощью теста Бреуша - Годфри, проверка на гетероскедастичность – с помощью теста Уайта).

Экономический анализ построенной модели показал, что на межрегиональную миграцию в ЮФО оказывают влияние следующие факторы:

- уровень жизни населения, описываемый в модели среднемесячной заработной платой наемных работников (W): чем больше различия в уровнях жизни населения в принимающем и отправляющем регионах, тем выше уровень миграции;

- демографические факторы, представленные в модели показателями: численность экономически активного населения (L) и число пенсионеров на 1000 человек населения (HO): уменьшение численности экономически активного населения и рост числа пенсионеров на 1000 человек населения в принимающем регионе повышают для мигрантов вероятность найти работу и поэтому способствуют росту миграции в принимающем регионе. Напротив, увеличение численности экономически активного населения и снижение числа пенсионеров в отправляющем регионе снижают вероятность в данном регионе найти работу и являются выталкивающими факторами миграции;

- ситуация на региональном рынке труда, описываемая в модели уровнем безработицы (U) и потребностью в работниках на 1000 человек населения (PRP): чем ниже уровень безработицы и выше потребность в работниках на 1000 человек населения в принимающем регионе, тем выше уровень миграции;

- ситуация на жилищном рынке, описываемая в модели стоимостью одного кв. метра жилья (SC): снижение данного показателя в принимающем регионе способствует росту миграции;

Разработанная модель, позволяющая выявить факторы, оказывающие влияние на формирование и интенсивность межрегиональных миграционных потоков в ЮФО, может быть использована для подготовки рекомендаций по совершенствованию региональной миграционной политики.

Список использованной литературы:

1. Батищева Г.А., Маслова Н.П. Исследование факторов, влияющих на приток трудовых ресурсов в Ростовскую область / Г.А. Батищева, Н.П. Маслова // Вестник Северо - Осетинского государственного университета им. К.Л. Хетагурова. – 2012. – №4. – С. 243–248.
2. Батищева Г.А. Исследование факторов миграционного обмена между федеральными округами России // Региональная экономика: теория и практика. – 2009. - №30 (123). – С. 65 - 73.
3. Берндт Е. Практика эконометрики: классика и современность. – М.: ЮНИТИ, 2012. – 847 с.
4. Российский статистический ежегодник. 2015 г. Стат. сб. / Росстат. – Р76 М., 2015. – 728 с.

© Г.А. Батищева, Д.В. Зубов, 2016

УДК 338.23

В.И. Баюра,

к.э.н., доцент

Донецкий национальный университет экономики и торговли
имени Михаила Туган - Барановского
г. Кривой Рог, Украина

МАРКЕТИНГОВАЯ ПОЛИТИКА СПОСОБСТВОВАНИЯ ОБЕСПЕЧЕННОСТИ ПРИРОСТА ПОТРЕБНОСТИ В МАТЕРИАЛЬНЫХ РЕСУРСАХ ЗА СЧЕТ ИХ ЭКОНОМИИ

В макроэкономическом планировании применяется расчетный показатель, отражающий степень интенсивности ресурсообеспечения – доля прироста потребности в материальных ресурсах, обеспечиваемая за счет их экономии. Экономическое содержание данного показателя состоит в том, что он характеризует долю интенсивного фактора в ресурсосбережении полученного конечного результата производства. Для оценки уровня эффективности ресурсосберегающей работы целесообразно рассчитывать этот показатель не только по важнейшим видам ресурсов, но и в целом по всем материальным затратам.

В современных условиях необходимо определять исходный (достигнутый) уровень той части прироста потребности в материальных затратах или расходе определенного вида ресурсов, которая удовлетворяется за счет экономии, а также намечать ориентиры экономии материальных ресурсов на перспективу, исходя из заданных в целом по предприятию процентов обеспеченности прироста потребности в сырье, материалах, топливе, энергии за счет интенсивного фактора. Установленные задания по обеспечению прироста потребности в материальных ресурсах являются индивидуальными и поэтому должны рассматриваться в каждом конкретном случае применительно к конкретным производственным условиям как основной ориентир в ресурсосберегающей работе. Некоторые предприятия в результате эффективной работы по экономии сырья, материалов,

топлива и энергии обеспечивают рост производства без наращивания потребления важнейших видов ресурсов, т.е. обеспечивают прирост потребности в ресурсах за счет их экономии. Максимизация значения показателя обеспеченности прироста потребности в материальных ресурсах за счет их экономии – важнейшая цель ресурсосберегающей работы на производстве.

Потребность в материальных ресурсах представляет собой определенное на основе прогрессивной нормативной базы количество предметов труда, необходимое для производственно - хозяйственной деятельности с целью получения заданного конечного результата. Потребность в материальных ресурсах может быть представлена как общая потребность в предметах труда в стоимостном выражении (величина материальных затрат), а также как потребность в определенном виде предметов труда (сырья, материалов, топлива, энергии и др.) в натуральном выражении.

Потребность в материальных ресурсах может рассматриваться как фактическая (потребление) и как плановая. Фактическая потребность характеризует количество реально использованных (потребленных) ресурсов за определенный период для получения конечного результата за тот же период, например, объем материальных затрат на производство определенного вида продукции или количество потребленного материала на производство определенного вида продукции. Плановая потребность характеризует количество материальных ресурсов, которое необходимо затратить в планируемом периоде для получения заданных результатов производства.

В настоящее время основной формой реализации целей и задач, предусмотренных направлениями развития каждого субъекта хозяйствования, является план. Он определяет важнейшие показатели, пропорции, эффективность развития производства и выступает организационной основой всей хозяйственной деятельности предприятия.

В рамках плана осуществляется регламентация эффективности использования всех видов экономических ресурсов, в том числе материальных, на основе экономических нормативов. Уровень обеспеченности прироста потребности в материальных ресурсах за счет их экономии – один из таких нормативов. Выполнение этого норматива оценивается нарастающим итогом как к уровню базисного, так и к уровню предыдущего года. Оценка динамики выполнения норматива по годам необходима потому, что эффективность ресурсосберегающей работы из года в год неодинакова.

Для аналитических расчетов фактической величины доли прироста потребности в материальных ресурсах, обеспеченной за счет их экономии в отчетном периоде, необходимо использовать данные о фактической экономии материальных ресурсов в отчетном (анализируемом) периоде, фактическом расходе материальных ресурсов в базисном (или предыдущем) периоде, фактическом расходе материальных ресурсов в отчетном (анализируемом) периоде.

На планируемый период величина доли прироста потребности в материальных ресурсах, обеспечиваемая за счет их экономии, может устанавливаться двояко: как расчетная (результативная) при условии, что уровень материалоемкости производства на планируемую перспективу установлен заранее; в нормативном порядке и выступать определяющей при формировании плановой величины материалоемкости. В этом случае материалоемкость выступает как результативный показатель, базирующийся на нормативном уровне интенсификации ресурсообеспечения.

Расчет планируемой величины доли прироста потребности в материальных ресурсах, обеспечиваемой за счет их экономии при заранее установленной плановой величине материалоемкости, проводится в рамках разработки плана и используется в качестве ориентира при организации работы по ресурсосбережению.

Если запланированная материалоемкость производства соответствует или превышает установленное задание по ресурсосбережению, то плановые расчеты на этом заканчиваются. Следующий этап расчетов проводится для того, чтобы установить уровень материалоемкости, который соответствует требованию обеспечения заданного процента прироста потребности в материальных ресурсах за счет их экономии.

Для проведения расчета нормативной величины материалоемкости используются данные о фактической материалоемкости в базисном периоде, нормативном уровне доли прироста потребности в материальных ресурсах, который необходимо обеспечить за счет экономии в планируемом периоде и индексе планируемого роста производства продукции по отношению к базисному периоду.

После проведения экономического анализа с целью изыскания всех возможных резервов экономии и путей увеличения ресурсоотдачи обосновывается реальный план ресурсосберегающей работы с конкретными характеристиками плановой величины материалоемкости и доли прироста потребности в материальных ресурсах, обеспечиваемой за счет их экономии.

Список использованной литературы:

1. Кивачук В.С. Оздоровление предприятия: экономический анализ. – М.: Амаффея, 2002. – 234 с.
2. Пинегина М.В. Математические методы и модели в экономике. – М.: Издательство «Экзамен», 2002. – 284 с.

© В.И. Баяра, 2016

УДК 339
ББК 65.422

Т.А.Бирюкова

Кандидат педагогических наук, доцент

Институт экономики, торговли и технологий

Южно - уральский Государственный Университет, город Челябинск

МЕТОДЫ МИНИМИЗАЦИИ НАЛОГОВЫХ РИСКОВ ПРИ ИСПОЛЬЗОВАНИИ МЕРОПРИЯТИЙ МЕРЧАНДАЙЗИНГА В ТОРГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

В статье представлены основные документы, при помощи которых оформляются отношения между торговым предприятием и маркетинговым агентством. Данный вид отношений направлен на применение мероприятий мерчандайзинга с целью максимизировать объемы продаж. Показано, что грамотное документальное оформление отношений может способствовать сокращению налоговых рисков. Сделан вывод о том, что

мерчандайзинг важен всем участникам отношений, даже тем, кто напрямую не реализует товары конечному потребителю.

Ключевые слова: мерчандайзинг, налоговый риск, канал товародвижения, затраты.

The article is about the basic documents which formalized the relationship between wholesale company and marketing agency. This type of business - relations is directed to application of merchandising activities in order to maximize sales. Competent documentation of relationships can contribute to reducing the tax risks. Merchandising is an important part to all participants of relations, even those who are not directly sells products to the final consumer.

Key words: merchandising, tax risk, the product distribution channel, expenses

Товары проходят сложный маршрут от производителя к конечному потребителю через сеть распределения, при этом продажи поддерживаются средствами мерчандайзинга. Продажа товаров на первом этапе осуществляется производителем для одного или нескольких дистрибьюторов. Соглашение между производителем и дистрибьютором, как правило, дает дистрибьютору исключительное право на распространение продукта в достаточно большом географическом регионе, но запрещает дистрибьютору реализацию конкурирующих товаров. В договоре может быть вменена обязанность дистрибьютору осуществлять маркетинговую деятельность.

В дальнейшем, данный товар перепродается широкому кругу оптовиков. Предприятие оптовой торговли реализует более широкий ассортимент продукции в рамках общей товарной направленности своей деятельности. Большинство реализуемых товаров оптового торговца являются взаимодополняющими, однако часть товаров обязательно будут конкурирующими. Данные товары направляются для перепродажи на предприятия розничной торговли в меньшем географическом районе, реализация происходит в основном для конечных потребителей товаров.

Для осуществления торговой деятельности предприятие осуществляет расходы, при этом необходимо ответственно подходить к уменьшению налогооблагаемой базы по налогу на прибыль. Налоговые риски возникают в связи с тем, что допускается включать в состав расходов лишь те, которые находятся в непосредственной связи с реализацией.

Поставщик не должен прекращать мероприятия по стимулированию сбыта своей продукции как только продаст его: он должен продолжать действовать совместно с розничным продавцом, обеспечивая, тем самым, сбыт этого товара в торговой точке. Чем больше и быстрее розничный продавец реализует продукции, приобретенной у конкретного поставщика, тем больше продукции продаст оптовый поставщик в дальнейшем.

Многие предприятия розничной торговли сталкиваются с реальностью, что их налаженная ранее система мерчандайзинга не может справиться с быстро меняющимся рынком. Конкурентное давление связано с появлением - новых продуктов, новых бизнес - моделей, которые трудно реализовать в своей устаревшей среде. В этом случае более сложной задачей становится внедрение новой системы мерчандайзинга. Тем не менее, предприятия розничной торговли могут быть не готовы или не в состоянии взять на себя расходы по формированию или изменению действующей системы отношений с маркетинговыми или рекламными компаниями в том числе и в связи с налоговыми рисками.

Для минимизации рисков доначисления налоговых санкций, требуется четкая доказательная база того факта, что все расходы экономически обоснованы и документально подтверждены. Работа компании, оказывающей комплекс мерчандайзинговых услуг, направлена на создание конкретных обстоятельств, привлекающих дополнительное

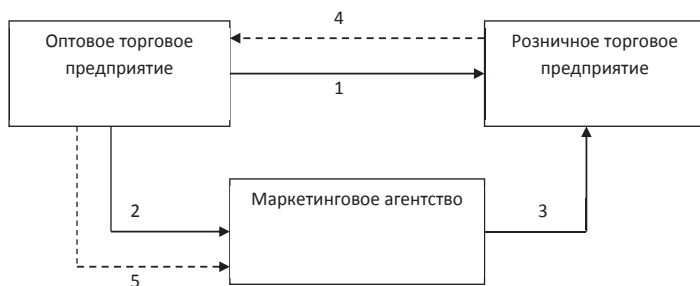
внимание покупателей к наименованию, ассортименту и условиям продажи (в том числе по цене и предоставляемым скидкам) товаров поставщика - продавца.

Центральным звеном экономических отношений, направленных на привлечение внимания покупателей, являются отношения между торговым предприятием и маркетинговой компанией. Данные отношения должны быть документально закреплены, общие правила документального отражения отношений представлены в таблице 1.

Таблица 1 – Документальное отражение отношений между торговым предприятием и маркетинговой компанией

Документ, отражающий отношения	Использование для минимизации налоговых рисков
Договор на оказание услуг между маркетинговой компанией и торговым предприятием	Определение обязанностей маркетинговой компании; Определение стоимости оказываемых услуг.
Акт выполненных работ (акт об оказании услуг)	Определение факта, что услуги оказаны в полном объеме, претензий по качеству услуг и по стоимости нет.
Отчет - соглашение по итогам работы за конкретный период	Составляется в случае, если договором предусмотрен график выполнения работ

Договором должно быть предусмотрено, что фактически услуги маркетингового агентства включают в себя посещение работниками агентства торговых точек покупателей оптового торгового предприятия и осуществление контроля за выкладкой реализуемой продукции на полках розничных магазинов - клиентов. Договором также может быть предусмотрено интервьюирование в магазинах по поводу работы оптового торгового предприятия. Схематично данные отношения представлены на рисунке 1.



Цифрами обозначено:

- 1 Заключение договора на поставку товаров
- 2 Заключение договора на услуги мерчандайзинга
- 3 Выполнение работ, определенных договором с маркетинговым агентством
- 4 Оплата поставки товара розничным торговым предприятием
- 5 Оплата услуг маркетинговой компании

Рисунок 1 – Система отношений в ходе мерчандайзинга

Цель оптовой компании очевидна - сделать так, чтобы розничный продавец приобрел именно ту продукцию, которую реализует данный поставщик [1]. При этом необходимо учитывать, что оптовая компания, как правило, является дистрибьютером – представителем производителей и импортеров – вследствие чего исключается возможность приобретения товара у какого - либо другого поставщика - конкурента.

Также необходимость услуг мерчандайзинга для предприятия оптовой торговли следует и из договорных отношений со своими поставщиками – производителями и импортерами реализуемой продукции. В соответствии с договором поставки оптовое торговое предприятие должно быть обязано способствовать продвижению товара [1]. Кроме того, договором должна быть установлена обязанность способствовать продвижению товара с учетом рекомендаций и требований относительно качества представления товара в розничных точках, обслуживаемых оптовым торговым предприятием. Документальное отражение отношений между торговым предприятием и поставщиками продукции, которое способствует минимизации налоговых рисков, представлено в таблице 2.

Таблица 2 – Документальное отражение отношений между торговым предприятием и маркетинговой компанией

Документ, отражающий отношения	Использование для минимизации налоговых рисков
Договор поставки продукции	Должны быть прописаны мероприятия мерчандайзинга, в том числе и обязанность заполнения форм отчетности для мерчандайзеров
Соглашение о предоставлении статуса дистрибьютера	Должна быть установлена обязанность проводить исследования рынка с целью разработки и предложений более эффективных программ продвижения продукции
Дополнительное соглашение к договору поставки	Должна быть установлена обязанность предоставлять информацию о представленности товара, ценовом позиционировании и условиях поставки в оптовую и розничную сеть

Из рассмотренных в таблице 2 документов следует, что проведение мероприятий мерчандайзинга считают необходимым даже компании - поставщики, которые напрямую с розничной сетью не контактируют, но заинтересованы в росте деловой активности путем продвижения товаров по действующим каналам распределения.

Природа налоговых рисков при оказании услуг мерчандайзинга заключается в том, что оплата маркетинговой компании за их размещение на полках магазинов в оговоренном месте напрямую не связана с процессом реализации и не снижает вероятности затоваривания продукцией в случае снижения спроса. Соответственно, затраты предприятия оптовой торговли по оплате услуг маркетингового агентства в рамках заключенных договоров и соглашений о предоставлении статуса дистрибьютера могут рассматриваться как экономически необоснованные расходы для целей налогообложения прибыли (специалисты маркетингового агентства могут не обладать необходимыми

знаниями и навыками, которые позволят использовать мерчандайзинг как инструмент продвижения продукции).

При этом могут возникать прецеденты, когда заключенный договор определяет целенаправленное выполнение организацией розничной торговли за вознаграждение конкретных действий, обеспечивающих дополнительное внимание покупателей к наименованию и ассортименту товаров поставщика - продавца. Данное соглашение может быть заключено как в виде отдельного договора на выполнение услуг, так и являться составной частью сложного договора, включающего в себя элементы других видов договоров (в том числе и договора поставки). Но при этом данное соглашение может быть не выполнено в заявленном объеме, что приведет к росту расходов, но не обеспечит рост выручки от реализации.

Таким образом, следует вывод, что мерчандайзинг, реализуемый на профессиональной основе маркетинговыми агентствами, необходим всем звеньям в цепи продажи товара - производителю, крупному импортеру (если такая компания присутствует в канале продаж), оптовому торговому предприятию и розничному продавцу. Это связано с тем, что все участники канала товародвижения имеют цель – получение прибыли путем реализации максимального количества товара, и эта цель достигается в совместной работе каждого на своем уровне.

Список использованной литературы:

1. Постановление Федерального Арбитражного Суда поволжского округа от 16 сентября 2008 г. по делу N А49 - 395 / 08. [Электронный ресурс] // Режим доступа: <https://ras.arbitr.ru>
© Т.А.Бирюкова, 2016

УДК 657.2

O. V. Vandrikova, Ph. D. Lecturer
faculty of economic
Kuban state University
Krasnodar, Russian Federation

SMALL AND MEDIUM BUSINESSES AS A KEY "POINT OF GROWTH" OF THE ECONOMY

Abstract: in article the questions of support of small and medium businesses, revealed progressive financial mechanisms of support of subjects of entrepreneurship, as well as reviewed under provision of current financing of existing business incubators in the country.

Keywords: small and medium business, business climate, business incubator, financial mechanisms, financial support, subsidies.

The development of small and medium - sized businesses is an integral element of the market economic system, the appropriate goal of economic reform in Russia – the creation of an efficient competitive economy, providing high level and quality of life of the population.

As practice shows, developed countries, small and medium business is a key "point of growth" of the economy and able to ensure the development of a competitive economy. It is also the base for the implementation of entrepreneurial activity of the population, the basis for the formation and expansion of the middle class.

In addition, the business environment is a powerful tool in the fight against unemployment, offering broad opportunities for self - employment of the population, which today is especially relevant. The development of small and medium business, improvement of its external environment and upgrading of relevant infrastructure support given recently much attention.

This contributes to FZ "About development of small and medium entrepreneurship in the Russian Federation". This law regulates the relations arising between legal entities, physical persons, public authorities of the Russian Federation, public authorities of subjects of the Russian Federation, bodies of local self - government in the sphere of development of small and average business, defines concepts of subjects of small and average business.

Questions of support of small and medium entrepreneurship (hereinafter SME) in the law given special attention [1].

The act makes provision for common forms of support: financial, property, informational, consulting and etc. in addition, the law identifies specific types of support depending on industry sector of small and medium enterprises (priority areas for business): support in innovation and industrial production, handicraft; support to SMEs involved in foreign economic activities; support to SMEs involved in agricultural activities.

The progressive development of financial mechanisms of support to SMEs is one of the most popular areas of supporting business development. In the framework of financial support provided:

- subsidizing small businesses at the initial stage of formation of business support beginners; - grants (subsidies) for the purchase of equipment to small businesses;
- part of the previously incurred costs of small and medium - sized businesses and organizations infrastructure, including the subsidization of interest rates, insurance premiums, [2].

In the framework of this direction provides for the maintenance of current financing of existing business incubators. Under the business incubator on the territory is understood as the organization created to support small businesses at an early stage of their activities by granting in rent of premises and rendering of consulting, accounting, legal services.

Those requirements can be met Krasnodar region, local authorities in the region trying to ensure that both domestic and foreign investors with comprehensive assistance in promotion of investment projects [3].

Now in Russia operate about a hundred (97) business incubator, the purpose of which is to create the most favorable conditions for successful initial development of small enterprises.

To meet the needs of small and medium - sized enterprises, arising in the process of organizing, maintaining and expanding entrepreneurial activities also formed the infrastructure of support of subjects of small and average business.

The infrastructure for support of SME in Russia are presented by various organizations. These include: Fund development and SME support, Russian regional office of small and medium enterprises support of Russia, Trade - industrial chamber of the Russian Federation, the Association of entrepreneur organizations of Russia, the Center of microfinance of subjects of small.

In order to optimize the measures to support small and medium enterprises Association of business organizations of the Russian Federation elaborated proposals "On perfection of measures to support small and medium enterprises".

These proposals include:

- improving the efficiency of work of state authorities and local self - government in the field of business support through: improving relationship of state and municipal employees with small and medium - sized businesses, increase of responsibility of state authorities and local self - government in the sphere of entrepreneurship support, the implementation of measures for raising interest of public authorities and local self - government in the sphere of entrepreneurship development;
- elimination of administrative barriers impeding the development of small and medium enterprises;
- improving the system of taxation of small and medium - sized businesses, in particular reducing the tax burden on SMEs;
- increasing the availability of credit for SMEs;
- the development of youth entrepreneurship, implementation of innovative potential of young people.

The light of these proposals will improve measures to support small and medium - sized business that has a favorable impact on the business climate and on the interaction of business and government in General.

The sanctions against Russia, has not had a negative impact on small and medium enterprises, on the contrary allowed to demonstrate the development in 2015: new legal entities – 4 % FE – 2 %. Although 60 % of small and medium enterprises have a sphere of trade and public catering.

The list of references

1. The Federal law from 24.07.2007 N 209 - FZ (as amended on 29.12.2015) "On development of small and medium entrepreneurship in the Russian Federation" (accessed 01.03.2016).
2. Vandrikova O. V., problems of innovative development of Krasnodar region / Scientific - methodical electronic journal Concept. 2013. No. 12. S. 121 - 125.
3. The Ministry of economic development of the Russian Federation [Electronic resource] / updated date: 01.03.2016. URL: <http://economy.gov.ru/minec/main> (reference date: 01.03.2016).

© Vandrikova O. V.

УДК 316.3

С.А.Васнев

К.э.н., доцент РАНХиГС, г. Москва, Российская Федерация

Н.Н.Васнева

К.ф.н., доцент НИЯУ МИФИ, г. Москва, Российская Федерация

ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТЬ ТРУДА: ОРГАНИЗАЦИОННО - УПРАВЛЕНЧЕСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ РОСТА

Аннотация

В статье исследуется актуальная проблема роста производительности труда. Авторы делают попытку обратить внимание на важнейший фактор роста производительности

труда, которым является управление и организация труда. Есть глубокое убеждение в том, что это еще далеко невостребованный ресурс мобилизации и активизации рабочей силы.

Ключевые слова

Производительность труда, эффективность экономики, рабочая сила, организация труда, управление трудом, дисциплина труда.

В современных условиях экономических вызовов проблема роста производительности труда становится все более актуальной, что требует мобилизации всех ресурсов, среди которых важнейшее место занимает человеческий труд. Как базовый экономический ресурс, как «глубинное основание экономики» [8, с. 4], труд действительно имеет немалый внутренний потенциал, способный определенным образом при соответствующих условиях активизации человеческого фактора, быть важнейшим ресурсом развития экономики.

Обратимся к экономической теории, где зафиксирован очень важный постулат, который говорит о том, что в общей массе затрат совокупного труда на единицу продукции доля живого труда уменьшается гораздо быстрее, чем затраты овеществленного труда, воплощенного в средствах производства. В результате, одно и то же количество живого труда способно производить всё большее количество потребительных стоимостей, используя в производственном процессе возрастающее количество овеществленного труда [4, с. 249] Из данного постулата следует значимость живого труда, как важнейшего элемента трудового процесса.

Как свидетельствует практика, даже при самых благоприятных условиях (достаточность рабочей силы, соответствующая заработная плата) могут быть высокие трудовые издержки.

Действительно, современная российская рабочая сила, требует использования не только традиционных экстенсивных, но и более активного подключения «интенсивных» методов ее применения и использования. В этом смысле может помочь опыт развитых экономик, где активно практикуется внедрение так называемых «функциональных организационных систем», цель которых – более эффективное управление рабочей силой. В своем арсенале данные системы имеют соответствующие «элементы», способные обеспечить высокие результаты управления трудовой активностью персонала. В качестве примера можно привести известную организационную модель американского специалиста по организации производства и управления производительностью труда Скотта Дж. Синка, который убежден, что данная модель, нацеленная на системную организацию, способна решать любые задачи по достижению высокой результативности. Были выделены семь основных параметров, обеспечивающих высокий уровень жизнеспособности системной модели:

- действенность с точки зрения достижения цели (effectiveness);
- экономичность (efficiency);
- качество (quality);
- прибыльность, доходность (profitability);
- производительность (productivity);
- качество трудовой жизни (quality of work life);
- инновационность (innovation).

Представленная модель актуальна для экономик любого типа, так как здесь прослеживается очевидная связь между успешным функционированием производственного механизма и эффективной деятельностью всего персонала. Работник не

должен быть лишь средством достижения цели, но есть активный составной элемент ожидаемого успеха, готовый ставить и реализовывать экономические цели, решать задачи рентабельности производства и инновационных преобразований. По этой причине главной составляющей системы является «производительность», которая трактуется достаточно широко. Синк пишет, что производительность есть «отношение между продукцией, производственной системой и затратами на производство этой продукции. В систему вводятся затраты в форме труда (человеческие ресурсы), капитала (физические и финансовые активы), энергии, материалов и информации. Эти ресурсы преобразуются в продукцию «товары и услуги» [6, с.29]. Такое широкое понимание категории «производительность» не противоречит классическим трактовкам категории «общая производительность»¹, где производительности труда определяется на основе совокупности нескольких факторов.

В условиях современного производства производительность труда должна измерять не только физические и умственные усилия человека, но и мультипликативный итог часа работы, который сводится к результату комбинации всех факторов, в том числе оборудования, технического и технологического прогресса, профессиональной квалификации работника, стилей и способов управления, отраслевых достижений и т.п. На уровне предприятия важно не только определять, сколько часов работы потребуется для создания конкретной единицы продукции, но и отслеживать динамику этого соотношения. Безусловно, это требует дополнительных организационных и профессиональных усилий, определенных материальных затрат на всех этапах внедрения этой модели, но прослеживается, тем не менее, очевидная важность такого рода организационных усилий.

Далее, хотелось бы обратить внимание на необходимость и более активного привлечения и использования прошлых известных практик роста производительности труда, применительно к современным условиям. В первую очередь, речь может идти о теории производительности труда Гаррингтона Эмерсона, который еще в начале XX столетия предложил системную стратегию *новой производительности*, включающей известные двенадцать принципов, не потерявших до сих пор своей актуальности. Особенность подхода Эмерсона еще и в том, что предложенная система принципов эффективна только при условии одновременного полного использования всей совокупности принципов. Чтобы понять подход Эмерсона, попытаемся вникнуть не столько в смысл каждого принципа, но прежде всего, в смысл логической взаимосвязи всех принципов.

Как известно, определяющим принципом Эмерсон считал «*точно поставленные цели*», которые должны быть не только внятно обозначены, но, что самое главное, внятно объяснены заинтересованному окружению. При этом Эмерсон замечает, что «неопределенность, неуверенность, отсутствие отчетливо поставленных целей, которые так характерны для наших исполнителей, являются лишь отражением неопределенности, неуверенности, отсутствия отчетливо поставленных целей, которыми страдают сами

¹Под общей *производительностью* понимается показатель количественного соотношения между объемом производства и одним или несколькими факторами этого производства, которое должно быть выражено в однородных единицах. В этом случае производительность обычно показывает, сколько единиц рассматриваемой продукции произведено на единицу фактора. См. Бернан И., Колли Ж. - К.. Толковый экономический и финансовый словарь. Французская, русская, немецкая, испанская терминология: В 2 - х т. Т. II. Пер. с фр. М.: Международные отношения, 1994. С. 398–399.

руководители» [10, с.45]. Совершенно очевидно, что данный целевой принцип определяет весь каркас системы Г.Эмерсона.

К примеру, принцип *«здоровый смысл»*, означающий необходимость придерживаться «здоровых норм, которые сможет коммерчески выдержать данный вид хозяйства», сам по себе, взятый в отдельности, относительно декларативен, не имеет явной практической направленности. Но, когда Эмерсон замечает, что данный принцип может быть реализован только в условиях *«творческой созидательной организации»*, которая способна «поддерживать в организации сверху донизу высокую дисциплину, строить всякое дело на твердой скале справедливости» [10, с. 58 - 59], становится понятной целевая программа такой организации.

В тесной зависимости от предыдущего принципа следует рассматривать и принцип *«компетентная консультация»*, когда, по убеждению Эмерсона, «надлежащая постановка дела в любой, хотя бы и очень ограниченной, области требует такой огромной массы знаний, которая иногда не может сосредоточиться в руках одного человека...» [10, с. 62]. Иными словами, функция консультирования не может быть реализована, если организация не готова располагать теми условиями, о которых речь шла выше.

Особое место в системе принципов повышения производительности труда занимает *«Дисциплина»*. У Эмерсона данный принцип не представляется, опять же, как автономный принцип, а как, прежде всего, некий механизм, который включает регламентацию, учет традиции в установлении порядка, осознанные санкции, строгое следование установленным правилам. Действительно, если организация не способна ставить четкие цели, не имеет созидательные установки, то она и не способна отладить дисциплинарный порядок, который необходим, в первую очередь, для контроля над потерями рабочего времени, которое, как известно еще со времен Адама Смита, было провозглашено «всеобщей мерой труда». В условиях эффективной экономики проблема рационального использования рабочего времени, в конечном счете, должна сводиться к его жесткой экономии. Практика свидетельствует, что потери рабочего времени в среднем составляют на многих современных предприятиях и организациях от 15 до 25 % сменного фонда времени.

Некоторые принципы в теории Эмерсона носят организационный характер и органично включены в общую систему повышения производительности труда. Таковым, к примеру, является принцип *«Справедливое отношение к персоналу»*, который у Эмерсона имеет многокритериальную трактовку и возможен только при функционировании предыдущих принципов. Речь идет о: 1) *подборе работников в соответствии с их способностями*, когда «безобразная несправедливость заключается... в том, чтобы не держать человека на той работе, к которой он не приспособлен» [10, с.84]; 2) *разумной продолжительности рабочего дня*, когда «рабочий день должен быть сведен к разумным пределам, а сверхурочные часы должны допускаться лишь в случаях крайней необходимости» [10, с. 86 - 87]; 3) *об обязанности знать нужды и желания рабочих и прислушиваться к их мнению*, «ради общего блага»; 4) *о передаче процедуры пересмотра ставок заработной платы специальному арбитражу или согласительным комиссиям*, «которые и займются устранением всяких поводов к спорам и беспорядкам» [10, с.90]. Такая широкая трактовка принципа «справедливое отношение к персоналу» обоснована у Эмерсона значимостью этой проблемы, как важнейшей функции, не только в сфере управления организацией, но и

в сфере управления трудом, а в целом, как важнейшего системного фактора повышения производительности труда. Если попытаться экстраполировать значимость этого принципа на современные условия, то есть обоснованный повод считать, что нерешенность выше обозначенных проблем – есть тормоз для роста производительности труда.

Следующие три принципа: «*Нормализация условий*»: «*Нормирование труда*» и «*Нормирование операций*» - есть важнейшие составляющие системы повышения производительности Эмерсона. Речь идет о необходимости сочетания «*времени, усилий и себестоимости*» относительно каждой трудовой операции, о поиске возможности получить «максимальные результаты». Подчеркивается, что важен не только минимум времени, но и *рациональный расход* человеческих усилий при минимальных затратах. «Идеал нормализации условий – это идеал не утопический, а непосредственно практический; без идеала неосуществим отбор, выбор нужного». [10, с. 140]. На самом деле, речь идет об очень важных методах управления производительностью. Именно отбор условий, а затем выбор из этого перечня оптимальных условий труда – это далеко не простая процессуальная задача, требующая определенных новаторских решений в сфере организации труда, и которая до сих пор актуальна для многих современных организаций. Особое внимание обращается на тот момент, что успех и эффективность нормирования обеспечивается не только тщательностью хронометража, но и теми условиями, при которых нормы труда соответствуют *индивидуальным качествам работника*. Эмерсон убежден, что критерий «индивидуальность» в нормировании труда гораздо важнее, чем определение рационального стандарта нормы времени или нормы выработки. На самом деле, это действительно очень эффективный способ мотивации и мобилизации работника. К сожалению, в современных условиях только в случаях реализации творческих проектов максимально используется критерий «индивидуализации». Между тем, учет «индивидуализации» при расчете норм труда мог бы дать несомненный мультипликативный экономический эффект.

Далее следует обратить внимание, что в системе есть четыре принципа, которые придают ей устойчивую определенность. Речь идет о таких принципах, как: 1) «*быстрый, надежный, полный, точный и постоянный учет*»; 2) «*диспетчирование*»; 3) «*норма и расписание*»; 4) «*писанные стандартные инструкции*». Данная совокупность принципов как раз и должна дать представление об объеме и уровне той организационно - управленческой работы, без которой теряет смысл сама постановка целевой задачи повышения производительности труда в любой современной организации.

И, наконец, наличие принципа «*вознаграждение за производительность*» придает системе Эмерсона логически - заверченный характер. Следует заметить, что, как показывает мировая практика, в целом оценка человеческого труда представляется процессом, где больше вопросов, чем ответов. Но задача Эмерсона иная – найти способы вознаграждения, которые могли бы стимулировать рост производительности труда. Во всяком случае, к «несправедливым» способам оценки он относит *поденную, поштучную, сдельную* оплату труда, считая их *не мотивационными*. Опираясь на вклад Ф.А. Хельси и Ф.У. Тейлора в разработку основ рационального вознаграждения за производительность, впервые в мировой практике применивших премиальную систему, и на вклад Генри Гантта в разработку и внедрение системы *полной* почасовой оплаты (оплата за количество рабочего времени и качество продукции), Эмерсон предлагает *идеальную*, по его мнению,

модель стимулирующего вознаграждения за производительность: гарантированная почасовая оплата + прогрессивная премия + моральное одобрение. Если опираться на современную практику вознаграждения за труд, то есть случаи, что высокие бонусы еще не есть гарантия высокопроизводительного труда, особенно в непроеизводственной сфере, где фонд оплаты труда не является частью произведенного совокупного продукта. Что касается морального одобрения, то жесткие рыночные условия трудовых отношений в современном обществе не оставляют надежды на функциональную значимость этой составляющей. Думается, что это связано с «эффектом Веблена», когда приоритетные цели связаны с «демонстрацией потребительских целей».

Тем не менее, организационная система «двенадцати принципов производительности» - это практический рецепт «на все времена», начиная с классических принципов производительности Адама Смита, рациональное применение которой представляется залогом успеха в повышении эффективности производства. Но, при этом практическая реализация организационных задач должна быть тесно связана с интегральной оценкой деятельности персонала организации. Во всяком случае, эффективное использование рабочего времени, соответствие работника характеру рабочего места, умелое планирование, строгая подчиненность дисциплине организации, мотивация достаточной и разумной инициативности, формирование принципов корпоративных отношений, адекватное вознаграждение – как раз и есть в целом потенциальный ресурс *повышения* производительного труда каждого работника в отдельности и персонала в целом.

Рассматривая теоретические основы повышения производительности труда за счет организационного и управленческого факторов, следует иметь в виду наличие разных практических целей и задач их реализации в производственной и непроеизводственной сферах в современной российской экономике.

В производственной сфере, особенно на крупных высокотехнологичных предприятиях, оценка эффективности труда уже опирается на применение такого рода технологий, где отлажена система управления персоналом, существует организация системы «диспетчирования» технологических процессов, отлажен контроль качества, высока доля моральной ответственности работников за конечные результаты.

Но если обратиться к оценке эффективности труда в непроеизводственной сфере, то в силу ее специфики необходим анализ с учетом данных особенностей. Это связано с тем, что здесь труд выступает в форме предоставления различного рода услуг, которые влияют на удовлетворение потребностей, как отдельного человека, так и общества в целом. Считается, что непосредственным результатом проявления труда как деятельности в форме услуги выступает полезный эффект этого труда, т.е. результатом выступают полезные свойства самого процесса труда. В этом смысле, наряду с экономическим результатом, должны учитываться и социальные результаты этого труда. Например, в сфере здравоохранения результатами деятельности врачей следует считать повышение работоспособности, улучшение здоровья, рост квалификации работников, что влияет на все сферы экономики. Если брать сферу образования, сферу культуры, то аналогично можно обнаружить социальную значимость этих видов деятельности.

Следовательно, при оценке эффективности труда в непроеизводственной сфере следует учитывать показатель социальной эффективности. Отсюда возникают определенные сложности организации системы контроля оценки «социальной эффективности», а отсюда

и измерения эффективности труда в непроизводственной сфере в целом. Если в сфере материального производства нормативы трудовых затрат достаточно очевидны, то в сфере нематериального производства установить такого рода нормативы достаточно непросто. Тем не менее, такой критерий, как повышение требований к качеству предоставляемых услуг и культуре обслуживания, можно выделить как достаточно обоснованный при измерении производительности труда. Другое дело, что качество услуг и повышение культуры обслуживания требуют иных условий труда, иной организации труда, иного оснащения рабочих мест, что влечет увеличение трудовых затрат. Можно согласиться с утверждением, что непроизводственная сфера – это совокупность преимущественно трудоемких отраслей, где высока доля функционирующего живого труда, где многое определяется ролью человеческого фактора [5, с. 276]. Даже при условии оснащения современным оборудованием непроизводственной сферы имеется намного меньше возможностей для экономии живого труда, чем в производственной сфере. В таких отраслях, как здравоохранение, образование, культура, невозможно заменить человеческую деятельность машиной, так как ряд функций обслуживания не поддается механизации или автоматизации или «диспетчированию». Вместе с тем здесь существуют возможности повышения эффективности труда. Речь идет об организации рациональных режимов рабочего времени, укреплении дисциплины труда, оптимизации структуры занятости, улучшении системы нормирования обслуживающего труда, оплаты труда по критериям качества. Общеизвестно, что недостатки в организации труда в непроизводственной сфере приводят к потерям 10–25 % фонда рабочего времени. Большое значение имеет качественный подбор состава персонала, который в совершенстве владеет не только профессиональными, но и общими компетенциями, которые важны в непроизводственной сфере.

Эффективность труда в современном обществе, основанном на рыночных отношениях, неразрывно связана с ролью культурного фактора. Речь идет, прежде всего, о таких составляющих, как трудовая этика, деловая культура и деловой этикет.

В оценке роли трудовой этики для экономического хозяйствования существуют два основных подхода. Первый связан с той группой экономистов, которые относят себя к сторонникам либеральных идей А. Смита, который считается основателем либеральной экономики, где впервые экономические отношения между людьми были представлены как автономные, в отличие от прежней экономической жизни, которая была подчинена правилам морали и религии. При этом данная группа экономистов ссылается на основную работу А. Смитта [7]. Экономисты - либералы считают, что экономика – точная наука, где определяющими являются экономические принципы. Экономическое поведение, по их мнению, подчиняется жесткой линейной экономической рациональности, где главным выступает достижение эффективного результата с минимальными затратами, что не зависит от социально - культурных влияний.

Другая точка зрения сводится к тому, что успехи рыночной экономики связаны не только с законами рынка, но и с той социально - культурной средой, где развиваются рыночные структуры. Сторонники данной точки зрения, как правило, ссылаются на исследование М. Вебера [1], где автор особо выделяет значение человеческого менталитета как важнейшего фактора рыночного успеха. Более того, данная точка зрения подкрепляется ссылкой на второй труд А.Смита [7], где присутствуют рассуждения не только об

экономическом эгоизме, но и о заботе о других людях, об ответственности за них, а идея индивидуализма в экономике («laissez - faire») приобретает несколько иной смысл.

Несмотря на неоднозначное отношение к роли этических принципов в сфере трудовых отношений, роль трудовой этики на всем протяжении человеческой истории, вопреки всему, была достаточно велика [9].

Действительно, рыночный механизм способен эффективно работать, если в обществе существует культурно - психологическая готовность к ответственному, честному труду на себя и на общество в целом. Без наличия особого рода этических основ рынок может стать источником не обогащения народа, а его нищеты. Более того, лишенная этих основ культура стремится отторгнуть свободный рынок, даже если он производит экономический эффект. История показывает, что для жизненного уровня народа наличие этической основы рыночной экономики в некотором роде важнее, чем наличие самого рынка. Благодаря роли культурного фактора немецкий крестьянин и в XVIII, и в XIX, и в XX в. жил лучше, чем русский или польский, так же, как при одном и том же строе, эстонская деревня представляла собой совершенно иную картину, чем соседняя псковская. В дореволюционной России рыночное капиталистическое предпринимательство наиболее успешно развивалось среди таких религиозных групп, как старообрядцы, молоканы, духоборы, где отношение к труду было основано на долге, чести и ответственности, когда на обычном уровне воспринимаются чистота, порядок, знание дела.

Высокие трудовые мотивации на основе коллективизма и коммунистической идеологии, имевшие место в советской России, оказались полностью неадекватны современным рыночным реалиям большинству россиян. Этические ценности невозможно моментально «насадить» сверху, они должны быть глубокой внутренней потребностью. Очевидно, рыночная экономика в России в полной мере раскроет свои возможности только тогда, когда в сфере труда будут выработаны и иные ценности, чем просто идея обогащения как высшая ценность. В хозяйственной этике капитализма, как известно, присутствуют два начала: веберовская хозяйственная этика (честность, ответственность, скупость) и марксова оценка капитализма (культ «золотого тельца»), так же как, в действительности, реально существует и «производящий» хозяйственный механизм и «фростовщический», где этические ценности диаметрально противоположны.

Господство первого начала существует только в таких национальных экономиках, где культивируется необходимость не просто трудиться, а трудиться напряженно и с полной отдачей. Второе начало может стать определяющим, где в культ возведен принцип свободного труда и созданы условия добывания средств не трудовым путем. Результатом выбора обществом приоритета ценностей могут служить примеры европейской или латиноамериканской системы трудовых мотиваций, а также российской или китайской. Следовательно, если для европейских национальных экономик трудовая этика не является насущной проблемой, поскольку раз и навсегда решен вопрос выбора трудовой мотивации, то для российского общества формирование ценностей трудовой этики представляется до сих пор достаточно актуальной проблемой.

На основе всего вышеизложенного можно придти к следующему выводу. Во - первых, рост производительности труда – это важнейшая и актуальная задача современной экономики; во - вторых, имеется основательная теоретическая база, на которую может опираться практический анализ роста производительности труда; в - третьих, рост

производительности труда в условиях современных экономических вызовов требует поиска все новых подходов, где наряду с учетом экономических факторов роста, необходимо учитывать и иные, к которым следует относить организационные и управленческие факторы роста, нацеленные непосредственно как на самого работника, так и на трудовую среду; в - четвертых, есть все основания полагать, что предстоит дальнейшая систематизация работы по использованию соответствующих методик измерения производительности труда, как в производственной, так и в непроизводственной сферах экономики.

Список использованной литературы:

1. Вебер М. Протестантская этика и дух капитализма. Избр. произведения. М.: Прогресс, 1990
2. Германова О.Е. Производительность: экономическое содержание и проблемы измерения. М.: Наука, 1996
3. Колосова Р.П., Василук Т.Н., Артамонова М.В., Луданик М.В. Экономика персонала: Учебник. М.:ИНФРА - М, 2009
4. Макконел К.Р., Брю Ст.Л. Экономикс: принципы, проблемы и политика. В 2 - х т.т.: Пер. с англ. Т.2 М.: Республика, 1992Тоффлер, Э. Революционное богатство. М.: АСТ: АСТ МОСКВА, 2008
5. Производительность труда – важнейший фактор повышения эффективности производства. М.: Наука, 1982
6. Синк Д.С. Управление производительностью: планирование, измерение и оценка, контроль и повышение / Пер. с англ. М.: Прогресс, 1989
7. Смит А.
8. Тоффлер Э. Революционное богатство. М.: АСТ МОСКВА, 2008
9. Трудовая этика как проблема отечественной культуры: современные аспекты (материалы «круглого стола») // Вопросы философии. 1992, №1
10. Эмерсон Г. Двенадцать принципов производительности труда. М.: Бизнес - Информ, 1997

© Васнев С.А., 2016

© Васнева Н.Н., 2016

УДК 336.1

Ю.Р.Гаизова

Студентка 4 курса, СтГАУ, г.Ставрополь, РФ

А.А. Гладилин

К.э.н., доцент, СтГАУ, г.Ставрополь, РФ

АНАЛИЗ СОСТОЯНИЯ ФИНАНСОВЫХ РЫНКОВ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ В УСЛОВИЯХ НЕСТАБИЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ

Развитие финансового рынка Российской Федерации на протяжении последнего десятилетия осуществляется в условиях глобализации, роста интернационализации рынков ценных бумаг, увеличения объема трансграничных инвестиционных сделок и усиления

конкуренции мировых финансовых центров. В процессе становления и развития российскому финансовому рынку удалось достигнуть определенных результатов, однако в контексте глобальной конкуренции он находится на недостаточно высоких позициях. Так, в соответствии с Индексом глобальной конкурентоспособности за 2015– 2016 годы, Россия занимает 45 - ю позицию из 140 возможных. Банк России принимает активные меры по укреплению и развитию финансового рынка российской федерации.

По последним данным в 2016 году ожидается девальвация рубля, которая может быть вызвана в связи:

- С Изменением внешних фактор (замедление экономики Китая, ухудшение нефтяной тенденции)
- С Замедлением восстановления отечественной экономики (Аналитики DanskeBank ожидают падение российской экономики на 6,2 % в текущем году, что практически в два раза превышает правительственные прогнозы (3,3 %))

- С дальнейшим падением цен на нефть
- С расширением действующих санкций с запада

Финансовый рынок РФ включает в себя:

- Валютный рынок
- Операции с наличной иностранной валютой
- Денежный рынок
- Рынок государственных ценных бумаг
- Рынок корпоративных ценных бумаг
- Рынок драгоценных металлов

Мнение экспертов по поводу состояния национальной денежной единицы различны. Но многие сходятся во мнении, что в 2016 году стабилизации и укрепления курса рубля ожидать не стоит, если только правительство не предпримет какие - либо радикальные меры.

В последнее время операции с наличной иностранной валютой очень участились. В связи с резкими скачками курса доллара и евро, многие граждане начали активно покупать и продавать валюту. Чтобы усовершенствовать федеральный закон от 07.08.2001 N 115 - ФЗ (ред. от 30.12.2015) «О противодействии легализации (отмыванию) доходов, полученных преступным путем, и финансированию терроризма» ЦБ ввел новые правила в положение об идентификации кредитными организациями своих клиентов. Идентификация обязательна при проведении операций по покупке или продаже валюты на сумму больше 15000 рублей, в настоящее время рассматривается предложение о повышении идентификационного порога до 40000 рублей.

Денежный рынок РФ в настоящее время становится более зависимым от бюджетной эмиссии, нежели от рефинансирования от ЦБ РФ. Технически это означает, что для выполнения планов по инфляции (4 % к концу 2017 года) регулятор сокращает объемы выдаваемого банкам рефинансирования, а ликвидность преимущественно поступает на рынок от Минфина через бюджетный дефицит. Учитывая объемы поступающих средств и тот факт, что предоставляются они на безвозвратной основе, это может стать выраженным инфляционным фактором в 2016 и 2017 годах. В связи с дефицитом краткосрочных и долгосрочных финансовых инструментов денежного рынка и перспективами снижения

объема ликвидного денежного обеспечения у банков в России появится новый инструмент денежного рынка. Специализированный депозитный сертификат станет новым инструментом для управления банковской ликвидностью. По сути он будет гибридом векселя и облигации, он может стать инструментом межбанковского кредитования, в будущем может быть выведен на биржу, сертификат для его владельца будет являться бездокументарной ценной бумагой, его срок обращения до 6 месяцев.

В соответствии с распоряжениями от 26 декабря 2015 года №2704 - р, №2703 - р. объемом государственных внутренних заимствований путем выпуска государственных ценных бумаг составит 300 млрд рублей. По подсчетам Минфина объемы эмиссии государственных ценных бумаг в 2016 году не превысят 1049,2 млрд рублей. Предполагается что эмиссия государственных ценных бумаг позволит сбалансировать федеральный бюджет и погасить государственные долги.

На рынке корпоративных ценных бумаг происходит стабильное и постоянное повышение количества корпоративных облигаций, размещенных на российском внутреннем рынке. Так за последний год объем размещенных облигаций увеличился с 7077,64 млрд. руб. до 8095,07 млрд. руб.

На рынке драгоценных металлов происходит довольно резкое повышение цена на основные виды металлов – золото, серебро, платину, палладий же находится в стабильном состоянии, на данный момент его ценовой уровень находится гораздо ниже его ценового максимума который был достигнут в начале и конце 2015 года.

Таблица 1. Сравнение цен на основные виды металлов, их ценовые максимумы и минимумы за рассматриваемый период.

	Цена на 17.02.2015	Цена на 17.02.2016	Ценовой максимум за год	Ценовой минимум за год
Золото	2971.01	2485.09	3167.94	1914.27
Серебро	2971.01	2485.09	40.00	25.57
Платина	2971.01	2485.09	2433.15	1772.20
Палладий	2971.01	2485.09	1654.19	1166.29

Проанализировав уровень цен за год, можно сказать, что ценовые максимумы золота, серебра и платины были достигнуты в конце 2015 года или же в начале 2016 года, ценовые минимумы наоборот, были достигнуты в начале рассматриваемого периода, то есть в начале 2015 года. Ценовой максимум палладия был достигнут в начале 2015 года, далее ценовые колебания продолжались в незначительном размахе, не было резких скачков и значительных изменений цены.

Изучив состояние каждого рынка, входящего в состав финансового рынка РФ, можно сказать что основными его составляющими являются валютный и денежный рынки, они оказывают большее влияние на состояние экономики страны, конъюктуру рынка, финансовую стабильность государства.

Нестабильность денежной единицы, санкции со стороны запада, рост государственный долгов, сокращение инвестиций негативно влияют на экономику нашей страны. Но

правительство и многие эксперты уверены, что при активном воздействии ЦБ РФ на банковский сектор, наращении инвестиций и уменьшение зависимости российской экономики от внешних рынков экономика страны сможет стабилизироваться. Более пессимистичные эксперты ожидают дальнейшее падение экономики, поскольку дефицит финансовых ресурсов приведет к банковскому кризису и сокращению финансирования инфраструктурных проектов. Дополнительными рисками могут оказаться очередное снижения цен на нефть, а также расширение действующих санкций.

Список использованной литературы:

1. www.cbr.ru/
2. www.gks.ru/
3. <https://ru.wikipedia.org/>

© Ю.Р. Газизова, 2016

УДК33

К. э. н. В.А.Гладилин

доцент кафедры ЭУФП и ИТ СФ МПГУ

г. Ставрополь. Gladilin@ro.ru

Д. э. н. профессор А.В.Гладилин

СКФУ. г.Ставрополь

ПУТИ РАЗВИТИЯ ИНТЕГРАЦИИ ИНФОРМАЦИОННОГО ПРОСТРАНСТВА РЫНКА ТУРИСТИЧЕСКИХ УСЛУГ

В настоящее время во многих регионах страны имеется насущная потребность в интеграции информационного пространства рынка туристических услуг. Несмотря на высокую скорость распространения Интернета среди населения, доступ большей части граждан к информации о туристских услугах является в целом ограниченным. Ограничениями являются также их возможности самостоятельного формирования в режиме on - line всех необходимых цепочек по организации туристического маршрута. За исключением центральных регионов и крупных городов (Москва, Санкт - Петербург и др.), где высок уровень конкуренции предприятий туристического бизнеса, на локальных региональных рынках наблюдаются тенденции к информационному монополизму, что неизбежно сопровождается повышением цен на туристические услуги. Вследствие этого типовой ситуацией является наличие известных ценовых парадоксов, когда приобретение одного и того же туристического пакета жителем региональной окраины обходится ему значительно дороже, чем столичному жителю; а расстояние (и соответствующие транспортные расходы до места оказания туристической услуги) - существенно меньше, чем у москвича, петербуржца и т.д. Например, путевка в Турцию, купленная в Краснодаре, при прочих равных условиях будет стоять в 1,5 - 2 раза дороже, чем приобретенная в Санкт - Петербурге или же в Москве.

Интеграция информации региональных рынков туристических услуг в единую систему позволит увеличить объемы спроса и предложения на рынке услуг; ликвидирует информационные ограничения, препятствующие свободному функционированию механизма конкуренции; приведет к снижению цен на тур. услуги и сделает их более доступными для потребителя; улучшит качество работы турфирм и повысит их конкурентоспособность. Таким образом, рассматриваемый процесс приведет к существенным положительным сдвигам в работе туристической отрасли [4].

Институтами, реализующими процесс интеграции информации рассматриваемых рынков, являются информационно - аналитические центры (ИАЦ). В настоящее время данная ниша в функционировании туристической отрасли является незаполненной. Особенно велика нехватка ИАЦ, интегрирующих информацию в регионах; более того, не разработаны и научно не обоснованы принципы их организации и работы. Таким образом, проблема ИАЦ является актуальной и имеющей народнохозяйственную значимость, а сами ИАЦ могут рассматриваться как институциональная инновация, реализуемая в рассматриваемой отрасли [3].

На основе обобщения опыта создания подобного, сформулированы следующие методические принципы формирования и работы ИАЦ [2].

1. Полнота, оперативность и достаточность информационного обеспечения. ИАЦ должны учитывать технологический аспект и особенности процесса оказания туристических услуг. В технологическом отношении деятельность любой турфирмы может быть представлена совокупностью следующих функциональных областей: планирование - продвижение - реализация туристической услуги. Процесс планирования должен быть информационно обеспечен нормативами и стандартами; продвижение - соответствующей рекламой и информационным сопровождением; реализация - информацией о ценах, валютном курсе, тарифах и методике расчета соответствующих показателей экономической деятельности предприятия [1].

2. Сетевой принцип организации передачи информации.

В ИАЦ должен происходить обмен информацией между различными иерархическими уровнями таким образом, чтобы с одной стороны - преодолевалась географическая разобщенность и изолированность потребителей, а с другой - осуществлялась связь с другими информационными базами (например, с базами других ИАЦ, размещенных в других регионах, городах, странах и т.д.).

3. Организационно - функциональное разнообразие ИАЦ.

В зависимости от целей и поставленных задач (а также с учетом имеющихся у организаторов возможностей) ИАЦ могут иметь как относительно простую структуру (выполняя, в основном, функции хранилища и поставщика информации), так и более сложную структуру (осуществляя, например, также и функции поддержки принимаемых управленческих решений). При этом развитие ИАЦ происходит на базе все большего круга решаемых задач, выполняемых ИАЦ функций и усложнения их структуры [5].

Список литературы:

1. Гладилин В.А., Юрина В.П., Грицай С.Е.. Некоторые проблемы и приоритетные направления развития туризма и рекреации КМВ // Вестник Института дружбы народов Кавказа. Теория экономики и управления народным хозяйством. - 2015. - № 2 - (34). С. 13.

2. Гладилин В.А. Исследование информационной базы статистического анализа рынка туристско - рекреационных услуг региона // Экономика и предпринимательство. 2015. № 12 - 1 (65 - 1). С. 1099 - 1102.

3. Гладилин В.А. Демографическая ситуация в российской федерации и ее регионах: факторы формирования и траектории развития // Вестник Института дружбы народов Кавказа. Теория экономики и управления народным хозяйством. 2015. № 2 (34). С. 12.

4. Гладилин В.А. Системы факторов регулирования устойчивого экономического развития рекреационных территорий. В сборнике: Научные исследования и разработки в эпоху глобализации Сборник статей Международной научно - практической конференции. Уфа, 2016. С. 73 - 75.

5. Гладилин В.А. Стратегическое управление развитием экономики регионов // Kant. 2011. № 3. С. 4 - 6.

© В.А.Гладилин, А.В.Гладилин, 2016

УДК33

К. э. н. В.А.Гладилин.

Доцент кафедры ЭУФП и ИТ СФ МПГУ. Г.Ставрополь. Gladilin@ro.ru

ЭТАПЫ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ РЕГИОНА, КАК ФАКТОРЫ РАЗВИТИЯ ТЕРРИТОРИИ

Традиционно понятие инвестиционная привлекательность означает наличие таких условий инвестирования, которые влияют на предпочтения инвестора в выборе того или иного объекта инвестирования. Объектом инвестирования может выступать отдельный проект, предприятие в целом, корпорация, город, регион, страна[4]. Нетрудно выделить то общее, что ставит их в один ряд: наличие собственного бюджета и собственной системы управления. Объект каждого уровня (и, соответственно, его инвестиционная привлекательность) обладает собственным набором значимых свойств, но регион в этом ряду занимает особое место: в силу особенностей он имеет свою специфику, и, в то же самое время, в силу целостности структуры не является уникальным. Именно эта особенность позволяет сравнивать регионы между собой [1].

Инвестиционная привлекательность регионов – интегральная характеристика отдельных регионов страны с позиции инвестиционного климата, уровня развития инвестиционной инфраструктуры, возможностей привлечения инвестиционных ресурсов и других факторов, существенно влияющих на формирование доходности инвестиций и инвестиционных рисков. Оценка инвестиционной привлекательности отдельных регионов осуществляется при разработке инвестиционной стратегии компании [4].

Каждый инвестиционный проект имеет конкретную направленность и с наибольшей эффективностью может быть реализован в тех регионах, где для этого имеются наилучшие условия. Поэтому важную роль в процессе обоснования стратегии инвестиционной деятельности компаний и фирм играет оценка и прогнозирование инвестиционной привлекательности регионов [2].

Оценка и прогнозирование инвестиционной привлекательности регионов должны быть непосредственно увязаны с государственной региональной политикой. Целью этой политики является обеспечение эффективного развития регионов с учетом рационального использования разнообразных экономических возможностей каждого из них. В соответствии с этой целью, задачами государственной политики регионального развития является реконструкция старых промышленных регионов; стимулирование развития экспортных и импортозамещающих производств тех регионов, которые имеют для этого наилучшие условия [1].

Определение инвестиционной привлекательности региона разбивается на следующие основные этапы:

- определяется доля основных фондов каждой отрасли, существующей в рассматриваемом регионе, в общероссийском объеме основных фондов данной отрасли;
- исходя из объема капиталовложений в данную отрасль по всей России рассчитывается нормативная величина капиталовложений в данную отрасль данного региона (произведение доли основных фондов данной отрасли, приходящейся на рассматриваемый регион, в общероссийском объеме основных фондов этой отрасли, на общероссийский объем капиталовложений, осуществленных в данную отрасль);
- суммированием нормативных величин капиталовложений всех отраслей, существующих в данном регионе, рассчитывается нормативная величина капиталовложений в данный регион;
- суммированием реальных величин капиталовложений всех отраслей, существующих в данном регионе, рассчитывается реальная величина капиталовложений в данный регион;
- осуществляется группировка и сопоставление регионов по величине реальных и нормативных капиталовложений.

Во многих методиках интегральная оценка инвестиционной привлекательности определяется сравнением эффективности вложений. К этой же группе можно отнести и тех, кто предлагает определять инвестиционную привлекательность через уровень прибыли от вложения капиталов или через мультипликаторы макроэкономических процессов. Такой подход отличается узкой сферой применения, поскольку для получения адекватных результатов требуется, чтобы инвестиции осуществлялись только в виде финансовых вложений и с одинаковой степенью риска. Поскольку инвестиции в регион должны носить преимущественно реальный характер, то применение такого подхода представляется невозможным [3].

Такой подход базируется только на социально - психологическом восприятии инвестора. Учитывая это, использование данного подхода для оценки инвестиционной привлекательности считается невозможным; его применение возможно при управлении инвестиционной привлекательностью региона в целях создания желаемого мнения о региональном развитии [5].

Литература:

1. Гладилин В.А. Если знаешь, то и соломку не стели...управление эффективностью предпринимательской деятельности сельскохозяйственных предприятий. Российское предпринимательство. 2006. № 9. С. 87 - 91.

2. Гладилин В.А. Совершенствование инструментально - технической базы управления в современной организации в сборнике: Модернизация экономики и управления II Международная научно - практическая конференция. под общей редакцией В.И. Бережного; Северо - Кавказский федеральный университет. Ставрополь, 2014. С. 57 - 58.

3. Гладилин В.А. Kant. Стратегическое управление развитием экономики регионов. 2011. № 3. С. 4 - 6.

4. Гладилин В.А. Исследование информационной базы статистического анализа рынка туристско - рекреационных услуг региона. Экономика и предпринимательство. 2015. № 12 - 1 (65 - 1). С. 1099 - 1102.

5. Гладилин В.А. Демографическая ситуация в российской федерации и ее регионах: факторы формирования и траектории развития Вестник Института дружбы народов Кавказа . Теория экономики и управления народным хозяйством. 2015. № 2 (34). С. 12.

© В.А.Гладилин, 2016

УДК33

В.В. Глушенко

Московский государственный университет путей сообщения

Императора Николая II

E - mail: glu - valery@yandex.ru

И.И.Глушенко

Российский государственный социальный университет (РГСУ)

E - mail: prepodavatel - gii@mail.ru

V. V. Glushchenko

Moscow State University of means of communication of the Emperor Nicholas II

E - mail: glu - valery@yandex.ru

I. I. Glushchenko

Russian State Social University (RSSU)

E - mail: prepodavatel - gii@mail.ru

КОМПЕТЕНЦИОЛОГИЯ: НАУКОМЕТРИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ОЦЕНКИ КОМПЕТЕНТНОСТИ ПЕРСОНАЛА ОРГАНИЗАЦИИ

KOMPETENSILOGIYA: SCIENTOMETRIC ASPECTS OF AN ASSESSMENT OF COMPETENCE OF PERSONNEL OF THE ORGANIZATION

Аннотация: в рамках компетенциологии исследованы и обсуждаются наукометрические аспекты оценки компетентности персонала организации

Summary: within a kompetensiologiya are investigated and scientometric aspects of an assessment of competence of personnel of the organization are discussed

Ключевые слова: наукометрия, оценка, компетентность, результат, финансы

Keywords: naukometriya, assessment, competence, result, finance

Актуальность настоящей статьи в 2016 определяется тем, что для снижения рисков нужно оценивать компетентность персонала.

Цель статьи является развитие методических основ компетенциологии в интересах наукометрической оценки персонала организации.

Для достижения цели в этой статье решаются задачи исследования:

- исследуется наукометрическая составляющая компетенциологии;
- предложена модель для оценки влияния компетенции персонала.

Объект статьи – компетенция персонала.

Предмет статьи – наукометрическая оценка компетентности персонала.

Наукометрию можно считать частью компетенциологии – науки о компетенции персонала или наоборот [1, с. 36 - 41]. Методами и инструментами наукометрии являются: наукометрические индексы как интеллектуальные инструменты; экспертные технологии; библиометрическая информация. Оценка деятельности научных работников и организаций должна даваться в результате всесторонней, объективной, тщательной экспертизы и публичного обсуждения полученных научных результатов. При этом известные наукометрические показатели, рассчитанные по числу публикаций и цитирований в научных журналах, могут играть лишь вспомогательную (справочную) роль. Наукометрия может включать не только статистические оценки объемов научной информации, но и оценки (например, рейтинги) научной значимости, экономической эффективности этой информации для социально - экономического развития корпораций, государства, общества.

Наиболее часто используются оценки компетентности персонала на основе статистической обработки показателей публикационной и патентной активности и др. Наиболее известными наукометрическими показателями являются: число патентов; число публикаций в различных базах (СКОПУС; РИНЦ и др.); количество цитирований; индекс Хирша и др. Однако для системной оценки практической полезности компетентности, научных результатов деятельности персонала необходимо эти количественные оценки дополнить оценками качества и степени полезности использования научных и инновационных результатов компетентности персонала. Это могут быть оценки: уровня научной новизны, перспективности развития в новых технологиях и практической полезности научных результатов в процессе их внедрения в ходе опытно - конструкторских работ в образцы товаров.

Кроме того предлагается формализовать зависимость финансового результата организации как функции компетентности и организационной культуры персонала. При этом если наблюдается отток кадров (утечка мозгов) то это отражает понижающий коэффициент $K_{ум}$ (коэффициент утечки мозгов): $0 \leq K_{ум} < 1$ для стран с утечкой мозгов; $K_{ум} \geq 1$ для стран, привлекающих специалистов из - за рубежа. Каждый из функциональных специалистов и руководителей по направлениям может иметь уровень компетентности выше или ниже среднего $K_{ур}$ (коэффициент уровня компетентности специалистов): $0 \leq K_{ур} < 1$ для организаций с неблагоприятной культурой; $K_{ур} \geq 1$ для организаций с благоприятной для компетентных специалистов организационной культурой. Коэффициент, отражающий правильность мотивации персонала инновационных проектов K_m может иметь значения: $0 \leq K_m < 1$ для организаций с неэффективной, а $K_{ур} \geq 1$ для организаций с эффективной системой мотивации персонала. Коэффициент мультипликации денежных средств инвестированных в инновации $K_{мг}$ является функцией компетентности персонала и ценообразования.

Количество творческих людей в организации $\sqrt{N}$ (где: N – численность персонала). Влияние компетентности и организационной культуры на финансовый результат (FR) инновационного проекта может быть найден по формуле:

$$FR = K_{ум} * K_{ур} * K_{м} * K_{мг} * \sqrt{N} * IC;$$

где: IC – объем инвестиций в инновационную деятельность организации.

Коэффициенты $K_{ум} * K_{ур} * K_{м}$ могут быть определены экспертным путем или путем статистической обработки результатов инновационных проектов.

В настоящей статье в процессе развития компетенциологии исследованы и обсуждаются наукометрические аспекты оценки компетентности персонала.

Литература

1. Глушенко В.В., Глушенко И.И. Компетенциология как составляющая современной науки, социальной и экономической практики // Компетентность, 2015, № 3, с.36 - 41.

© Глушенко В.В., Глушенко И.И., 2016

УДК 336.02

О. В. Демьяненко

преподаватель экономических дисциплин ХКЭС – Филиал МЭИСИ
г. Абакан, Российская Федерация

НАЛОГОВАЯ ПОЛИТИКА МАЛОГО ПРЕДПРИЯТИЯ: ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ

Обычно налоговую политику принято рассматривать в рамках макроэкономического подхода. Однако реалии сегодняшних дней требуют развития форм и методов налоговой политики на уровне хозяйствующего субъекта так как она «затрагивают финансово - хозяйственную деятельность хозяйствующих субъектов, определяют уровень их взаимодействия с налоговыми органами» [6, с. 113], мало того, в работах некоторых авторов подчеркивается, что «налоговая политика оказывает существенное влияние на инвестиционную привлекательность коммерческой организации, обуславливая значения основных финансовых показателей» [3, с. 535].

В этой связи разработка и реализация эффективной налоговой политики приобретает значимость в отношении хозяйствующих субъектов относящихся к категории малых предприятий.

Обуславливается это следующим:

- высокой налоговой нагрузкой, выделяемой в качестве основного фактора препятствующего развитию малого бизнеса [7, с. 69; 8, с. 54 - 55];
- нехваткой финансовых ресурсов [9, с. 71 - 79];
- высоким уровнем налогового риска, выражающегося в привлечении к финансовой, административной и уголовной ответственности за нарушение налогового законодательства [5, с. 127].

При разработке налоговой политики менеджменту необходимо четко осознавать, что через налоговую политику возможно не только вовлекать в оборот внутренние резервы, в том числе финансовые, нехватка которых характерна практически каждому малому предприятию, но и привести к кризисным явлениям в финансово - хозяйственной деятельности [1; 2, с. 16 - 17]. Поэтому налоговая политика малого предприятия, планирующего дальнейшее развитие и укрупнение, должна быть направлена не только на уменьшение налоговой нагрузки на предприятие, но и на снижение налоговых рисков.

В этой связи, важным, для менеджмента малого предприятия, является понимание сущности существующих видов налоговой политики и уровня налогового риска при ее внедрении и реализации, в том числе, учитывая тот факт, что действующее законодательство в отношении малых предприятий предлагает более широкий спектр налогового инструментария в рамках государственной поддержки [11; 18]. Наиболее полная, на наш взгляд, типология видов налоговой политики предлагается О. В. Коневой [6, с.114 - 115,], частично представленная в таблице 1.

Таблица - Виды налоговой политики согласно типологии О. В. Коневой

Вид налоговой политики	Характеристика налоговой политики и критерии идентификации по качественным признакам	Уровень налогового риска
Эффективная	Политика направлена на соблюдение налоговой эффективности как отдельных бизнес процессов, так и предприятия в целом, характеризуется использованием только надежных и эффективных инструментов управления налоговой нагрузкой, при оптимальном их соотношении, позволяющим не попадать в поле зрения налоговых органов. Характеризуется уровнем налоговой нагрузки четко соответствующим среднеотраслевым, сложившемся по стране и учитываемым налоговыми органами при планировании налоговых проверок	оптимальный
Консервативная	Политика направлена на соблюдение налогового законодательства, но с четким пониманием прав и обязанностей организации - как налогоплательщика и налоговых органов - как контролирующих. Характеризуется применением стандартного набора надежных, традиционных инструментов управления налоговой нагрузкой который обычно не изменяется и не расширяется или «неохотно» расширяется в процессе осуществления деятельности	ниже оптимального
Пассивная	Политика направленная на строгое соблюдение налогового законодательства, беспрекословное соблюдение всех предписаний налоговых органов. Характеризуется полным отсутствием признаков применения инструментов управления налоговой нагрузки или спонтанным (случайным) их использованием	низкий
Умеренная	Политика направлена на максимальное снижение	выше

о агрес - сивная	налоговых платежей по каждому бизнес – процессу, но с осторожным применения «ненадежных» и «спорных» инструментов. Характеризуется максимальным использованием надежных налоговых инструментов. При такой политике оспариваются некоторые действия налоговых органов, в том числе в судебном порядке, при этом учитывается величина затрат, связанная с судопроизводством. Налоговая нагрузка у таких предприятий ниже среднеотраслевой по стране	оптималь - ного
Агрес - сивная	Политика на «границах флага» или политика «крайностей», направленная на максимальное, в том числе сиюминутное, снижение налоговых платежей. Характеризуется использованием максимального количества инструментов, в том числе «ненадежных» или «спорных», позволяющих снизить налоговую нагрузку при реализации всех бизнес - процессов. При такой политике оспариваются все действия и бездействия налоговых органов, в том числе в судебном порядке, не смотря на связанные с этим затраты	высокий

Примечание. Составлено по [6, с. 114 - 115]

Эффективность налоговой политики малого предприятия, на наш взгляд, во многом определяется выбором налогового режима, их комбинацией [10, табл. 2.7], а также качеством организации учебного процесса [14].

Сформировать представление об эффективности налоговой политики, реализуемой на малом предприятии можно, во - первых, по результатам хозяйственно - финансовой деятельности и финансового состояния, согласно методике экспресс - анализа, предлагаемой в серии работ Дягель О. Ю. и Соловьевой Н. А. [15, 16, 17], во - вторых, также через систему некоторых частных показателей, предлагаемых в работах, посвященных стратегии и тактики управления [1; 12; 13].

Общую характеристику налоговой политики возможно дать ориентируясь на расчетное значение Обобщающего индикатора эффективности налоговой политики (ОиЭНП), рост которого в динамике оценивается положительно [10, параграф 6]:

$$ОиЭНП = \frac{Пч}{ВБ * ВБ} / \frac{Нз}{Нз} * \frac{Нн}{Нн} / \frac{ВН * ВН}{А * А} / \frac{СК}{СК}, (1)$$

где: *Пч* - чистая прибыль; *ВБ* - выручка брутто; *Нз* - сумма налогов, относимых на счета учета затрат; *Нн* - налоги, относимые на счета учета прибыли; *ВН* - выручка нетто; *А* - средняя стоимость совокупных активов; *СК* – средняя стоимость собственного капитала.

Таким образом, от эффективности налоговой политики, проводимой на малом предприятии, зависит не только значение уровня налоговой нагрузки [4, с. 62], но и результаты деятельности и развития малого предприятия в целом.

Список использованной литературы:

1. Дягель О. Ю. Анализ и диагностика финансово - хозяйственной деятельности: учебно - практическое пособие // О. Ю. Дягель; Краснояр. Гос. Торг. Экон. Ин - т. - Красноярск, 2011. - 232 с.

2. Дягель О. Ю. Антикризисная диагностика деятельности предприятий: теория и практика: монография // О. Ю. Дягель, Е. О. Энегельгардт; Краснояр. Гос. Торг. Экон. Ин - т. - Красноярск, 2010. - 220 с.
3. Дягель О.Ю. Концептуальные основы оценки инвестиционной привлекательности коммерческой организации / О. Ю. Дягель, О.М.Хмелевская // В сборнике: 120 лет железнодорожному образованию в Сибири Материалы Всероссийской научно - практической конференции с международным участием. Красноярск: Касс, 2014. - С. 534 - 538.
4. Конева О. В. Влияние налоговой нагрузки на формирование учетно - контрольного обеспечения кластера малого и среднего предпринимательства // Инновационное развитие экономики. - 2015. - №6 (30). – С. 57 - 62.
5. Конева О. В. Налоговая политика субъектов малого предпринимательства // Вестник Московского университета МВД России. - 2012. - № 11. - С. 125 - 128.
6. Конева О. В. Проблемы формирования и реализации налоговой политики в организациях малого бизнеса // Экономические науки. - 2015. - №11 (132). - С. 113 - 118.
7. Конева О. В. Состояние и развитие малого бизнеса в сфере услуг / диссертация ... кандидата экономических наук : 08.00.05 / Красноярский государственный торгово - экономический институт. - Красноярск, 2006. - 202 с.
8. Конева О. В. Малый бизнес: оценка вклада в развитие сферы услуг: монография // О. В. Конева, Н. А. Соловьева. - Федеральное агентство по образованию, Гос. образовательное учреждение высшего профессионального образования «Красноярский гос. торгово - экономический ин - т». - Красноярск, 2009. - 157 с.
9. Конева О. В., Уланова Е. Н. Роль малого предпринимательства в развитии сферы услуг региона (на примере Красноярского края): монография. - Сибирский федеральный университет, торгово - экономический институт. Красноярск, 2013.
10. Конева О. В. Учетно - аналитическое обеспечение управления налоговой нагрузкой малого предприятия: монография / О. В. Конева. - Красноярск : Сиб. федер. ун - т, 2016.
11. Конева О. В., Демина Е. Н. Государственная поддержка малого предпринимательства как часть финансового механизма России // Научное обозрение. Серия 1: Экономика и право. - 2010. - № 2. - С. 24 - 31.
12. Сацук Т. П. Показатели результативности деятельности предприятий в системе управленческого учета // Научное обозрение. Серия 1: Экономика и право. - 2014. - №. - С. 118 - 122.
13. Сацук Т. П. Оперативное управление финансами предприятия // Сегодня и завтра Российской экономики. - 2008. - №18. - С. 64 - 68.
14. Сацук Т. П., Полякова И. А., Ростовцева О. С. Бухгалтерский финансовый учет и отчетность: учебное пособие. - М.: КНОРУС, 2014. - 280 с.
15. Соловьева Н. А., Дягель О. Ю. 3.10. Методика экспресс – анализа финансового состояния коммерческой организации // Аудит и финансовый анализ. - 2014. - №2. – С. 161 - 168.
16. Соловьева Н. А., Дягель О. Ю. 2.5 Методика экспресс – анализа результатов деятельности коммерческой организации // Аудит и финансовый анализ. - 2013. - №6. – С. 39 - 46.

17. Соловьева Н. А., Дягель О. Ю. 2.4 Методика экспресс - анализа результатов деятельности коммерческой организации // Аудит и финансовый анализ. - 2014. - №1. – С. 63 - 69.

18. Уланова Е. Н. Развитие государственной поддержки малого бизнеса России // Инновационное развитие экономики. - 2015. - №4 (28). - С. 64 - 69.

© Демьяненко О. В., 2016

УДК 331.103.4

В.Н. Денисов

Студент гр. СТНб - 15 - 1 филиала ТюмГНГУ в г. Ноябрьске, Российская Федерация.

Р.С. Хабибов

Студент гр. СТНб - 15 - 1 филиала ТюмГНГУ в г. Ноябрьске, Российская Федерация.

Н.К. Мартыненко

д.и.н., проф. каф. «ЭМЕНД» филиала ТюмГНГУ в г. Ноябрьске, Российская Федерация.

ИННОВАЦИОННАЯ АКТИВНОСТЬ РАБОТНИКОВ ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Высокий тонус инновационной активности как основного показателя жизнестойкости бизнеса в современных условиях, мотивирует предприятия на поиски внутренних резервов поддержания высокого тонуса инновационной активности [1].

Система непрерывной подготовки персонала создает в этом случае благоприятную почву для роста рационализаторских предложений работников, и адаптации трудовых ресурсов к внедрению новшеств. Инновационная активность не мыслима без высокопрофессионального работника, заинтересованного в своем труде, основывающемся на инновационных поисках.

Профессиональная подготовка рабочих кадров любой компании активно влияет на уровень ее инновационной активности. Знания со стремительной скоростью появляются, распространяются и устаревают, поэтому промышленное предприятие стремительно вытесняет инертных работников и с удовольствием удерживает людей инициативных, живо интересующихся новациями, самосовершенствующихся, свободно и добровольно самообучающихся и познающих. Наиболее эффективным механизмом реализации тесного взаимовлияния самообразования работников и инновационной деятельности предприятия является система непрерывной профессиональной подготовки кадров.

Ежегодная периодичность корпоративных обучающих мероприятий наиболее эффективно может содействовать повышению инновационной активности работников предприятия.

И главное, что следует учесть, непрерывное профессиональное образование по сути своей нацелено на реализацию инновационной деятельности. Следовательно, сам производственный коллектив должен вплотную быть приближен к разработкам программ инновационных преобразований на предприятии. Наличие ясной и понятной для

сотрудника цели способно усилить его мотивацию, сконцентрировать его усилия на работе с инновациями.

Постоянная профессиональная подготовка формирует достаточный базис для инновационной активности, оценки работником инноваций. Только приобретенный опыт позволит индивиду провести надежную подобную оценку.

Оценка инноваций работниками осуществляется по следующим направлениям. В связи с жесткой ориентацией на рынок – возможность повышения конкурентоспособности предприятия, возможность развития работника как личности, улучшение условий труда, облегчение физической работы сотрудников промышленного предприятия. Возможность повышения качества продукции, что в свою очередь также направлено на повышение конкурентоспособности [2]. Повышение производительности и эффективности, значимый показатель, зависящий от применения инновационных технологий работы, позволяющих снизить затраты [3].

Через профессиональную подготовку, наставничество и другие виды подготовки, а также личным примером активного внедрения инноваций, который наблюдают и оценивают окружающие работники, происходит трансляция инноваций в окружающее социальное пространство. Кроме перманентной корпоративной профессиональной подготовки, в свою очередь система мотивации посредством позитивных и негативных санкций создает условия организованного стимулирования трудового коллектива во внедрение в процессе трудовой деятельности всяческих новшеств и технологических и организационных. Если корпоративная система непрерывной подготовки персонала воздействует через разъяснительную работу, убеждение, знакомство, обучение, тренировку, то мотивация действует напрямую, открыто.

Работники должны четко разбираться в предмете инновационной деятельности, видеть ту часть объекта, которая может и должна подвергнуться изменению. Подверженность изменениям может проявляться полностью или может быть труднодостижимой.

В структуре инновационной активности важно выделить цель, или предполагаемую модель будущего результата. Правильно поставленная цель способна вдохновить исполнителей на ее реализацию, она выполняет функцию ориентирования. Хорошо зная и понимая куда двигаться, индивид способен планировать тактические задачи для реализации намеченной цели инновационного процесса.

Организации и координации деятельности работника может в данном деле способствовать алгоритм инновационного воздействия [5]. Критериями классификации алгоритма инновационной активности можно назвать следующие: разработанность норм осуществления инновационного взаимодействия, степень новизны и универсальность. То, что на предприятии слабо внедряются инновации, как раз свидетельствует о неопределенности разработки и внедрения инноваций в деятельность промышленного предприятия, а это сводит к нулю всю инновационную активность предприятия [4].

Важным элементом инновационной активности является ее результат, а именно модернизация, изменение. Только реализация инновации позволит судить о результате инновационной активности.

Таким образом, инновационная активность промышленного предприятия выражена в синергетическом эффекте, повышающем результативность изменений в целом благодаря совместным усилиям отдельных работников промышленного предприятия.

Синергетическое усиление возможно путем успешной корпоративной системы непрерывной подготовки персонала.

Список использованной литературы:

1. Герасимов Б.Н., Новикова А.Н. Игровое моделирование эффективного управления инновационной деятельностью предприятия. // Вестник Волжского университета им. В.Н. Татищева. Серия «Экономика». – 2015. – № 1 (33).
2. Козлов А.В. Методы оценки рисков технических и организационно - экономических проектов. – Сборник научных трудов SWorld. – 2014. – Т. 23. – № 3. – С. 6 - 10.
3. Козлов А.В., Калукова О.М. Учет рисков при обосновании надежности технических и организационно - экономических систем // Экономика и управление: анализ тенденций и перспектив развития. – 2014. – № 14. – С. 300.
4. Тамер О.С. Неопределенность и риск в инвестиционной деятельности предприятий нефтегазовой отрасли. – Сборник научных трудов SWorld. – 2014. – Т. 23. – № 3. – С. 19 - 22.
5. Тамер О.С., Калукова О.М. Моделирование технологических и экономических процессов в нефтегазовой отрасли на основе нечетко - множественного подхода. // Экономика и управление: анализ тенденций и перспектив развития. – 2014. – № 13. – С. 323 - 332.

© В.Н. Денисов, Р.С. Хабибов, Н.К. Мартыненко, 2016.

УДК 338

Д.А.Балаева

к.э.н., доцент кафедры

«Бухгалтерский учет и налогообложение»

СОГУ имени К.Л.Хетагурова,

г. Владикавказ, Российская Федерация

А.К.Дзарасова

студент 1 курса магистратуры факультета управления

СОГУ им. К.Л.Хетагурова,

г. Владикавказ, Российская Федерация

ИНВЕСТИЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В РСО - АЛАНИЯ: ПРАВОВОЙ РАКУРС

Одним из инструментов инвестиционной политики регионов, направленной на улучшение инвестиционного климата, выступает законодательная деятельность, что имеет огромное значение для их социально - экономического развития и повышения их конкурентоспособности.

Последнее время акценты в правовом регулировании инвестиционной деятельности переместились именно на региональный уровень. Это обусловлено усилением роли субъектов Федерации в экономической и правовой сферах, острой потребностью регионов

в инвестиционных ресурсах и отсутствием внятной стратегии государства по привлечению частных инвестиций в отечественную экономику. [1,31]

При этом перед субъектами стоят следующие первоочередные задачи:

- устранение законодательным путём препятствий на пути частных инвесторов к хозяйственной деятельности на территории региона;
- создание эффективного механизма предоставления инвесторам на уровне субъектов Федерации льгот и привилегий;
- защита интересов региона на внутреннем и внешнем рынках от недобросовестной конкуренции и монополизации. [2,27]

В РСО - Алания инвестиционная деятельность осуществляется по ряду основополагающих направлений:

- вопросы социально – экономического развития республики - определение приоритетных отраслей хозяйства и приоритетных предприятий; разработка и принятие целевых инвестиционных программ республики по созданию импортозамещающих производств, повышению конкурентоспособности отдельных отраслей отдельных объектов;

- организационные вопросы - порядок регистрации предприятий с иностранными инвестициями, лицензирование, создание специальных структур в органах государственной власти РФ, непосредственно реализующих программы поддержки и привлечения инвестиций;

- вопросы льгот и привилегий - предоставление гарантий прав инвесторов; создание льготного режима инвестиционной деятельности - предоставление льгот и освобождение по налогам и сборам в части, зачисляемой в бюджет республики или в местный бюджет, предоставление инвестиционных налоговых кредитов; вопросы ускоренной амортизации; льготные условия пользования землей; льготные ставки по арендной плате за недвижимость, за пользование недрами, природными ресурсами;

- вопросы бюджетного финансирования и обеспечение инвестиционной деятельности - прямое участие республики, муниципальных образований в финансировании инвестиционных проектов; предоставление инвестиционных кредитов на льготных условиях за счет средств бюджета республики и местных бюджетов; выпуск региональных ценных бумаг; создание целевых инвестиционных фондов; предоставление государственных гарантий республики, муниципальных гарантий муниципальных образований по обеспечению исполнения обязательств инвесторами; создание залогового фонда республики;

- вопросы государственного контроля и защиты государственных интересов - осуществление государственного контроля над инвестиционной деятельностью; создание эффективного механизма защиты национальных интересов и интересов республики от неправомерных действий инвесторов, связанных со злоупотреблением предоставленными правами, с недобросовестной конкуренцией и деловой ограничительной практикой; разработка механизма компенсации возможных экологических потерь.

В последнее время в РСО - Алания проделана немалая работа по этим направлениям и по развитию нормативно - правовой базы инвестиционной деятельности, совершенствованию инвестиционной политики, улучшению её привлекательности в глазах инвесторов. [3,1093] По словам некоторых авторов, реформирование инвестиционного процесса в республике началось в условиях нормативно правового «вакуума». [4,651]

С целью обеспечения более эффективной инвестиционной деятельности были подготовлены и приняты ряд законопроектов.

В настоящее время, в условиях сложных экономических процессов, необходим более гибкий подход к решению финансовых вопросов, и адекватное реагирование законодательных нововведений требует осознанной взвешенности и осторожности.

Список использованной литературы

1. Балаева Д.А. Воздействие инвестиционного процесса на воспроизводственный потенциал региона (На примере республики Северная Осетия - Алания). Диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук / Ростов - на - Дону, 1999
2. Балаева Д.А. Экономическое развитие региона: современный аспект (на примере Республики Северная Осетия – Алания) Право и инвестиции. 2013. № 3 - 4. С. 26 - 28.
3. Балаева Д.А. К вопросу создания особых экономических зон в приграничных районах РФ. Налоги и налогообложение. 2014. № 12. С. 1092 - 1096.
4. Балаева Д.А., Дзарасова А.К. Анализ результативности применения налоговых льгот как элемента налогового механизма. Налоги и налогообложение. 2015. №9. С. 649 - 654.
5. Агузарова Л.А., Агузарова Ф.С. Приоритеты и тенденции промышленной политики Российской Федерации // Экономика и предпринимательство. 2015. № 8 - 1 (61 - 1). С. 399 - 402.

© Балаева Д.А., Дзарасова А.К., 2016

УДК 65.011.56: 004.9

С. П. Дзюба

студент факультета прикладной информатики
Кубанский государственный аграрный университет

И. В. Затонская

Старший преподаватель
Кубанский государственный аграрный университет
Г. Краснодар, Российская Федерация

ОПТИМИЗАЦИЯ РАБОТЫ ИТ - ОТДЕЛА ПРЕДПРИЯТИЯ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

В условиях кризиса и финансовой нестабильности большое значение имеет эффективное управление предприятием. Актуальность этой проблемы обусловлена следующими причинами: возросли требования к качеству управления, умению руководителей рационально организовать процесс управления, правильно спроектировать структуру управления, потоки информации; увеличились информационные нагрузки на управленческий персонал в результате усложнения организационной структуры и потока информации, поступающей на предприятие [7]. Поэтому использование информационных технологий в управлении дает возможность предприятию стать более конкурентоспособным и адаптируемым к изменениям рыночной конъюнктуры [9].

Объектом исследования является ООО «Абинский ЭлектроМеталлургический завод» – современное промышленное предприятие по производству арматурной стали, расположенное на Юге России [4]. В связи с расширением производства увеличилось число структурных подразделений со своими целями и задачами, что не могло не сказаться на темпах и качестве исполнения управленческих решений и результатах деятельности предприятия [8]. Поэтому возникла необходимость четко разграничить функции каждого управленческого звена, определить принцип взаимодействий между ними, рассмотреть возможности их перевода на информационную платформу [6].

Для оптимизации работы ИТ - отдела было принято решение создать информационную подсистему службы технической поддержки [2]. Разработка представляет собой конфигурацию платформы «1С: Предприятие» 8.3 и является готовым решением для автоматизации учета обращений в ИТ - отдел. Подсистема ведет учет: категорий обращений; контрагентов; настроек для каждого пользователя, организаций, отделов; статусов, учетных записей электронной почты; обращений в техническую поддержку [3].

Система компоновки данных собирает накопленную информацию по обращениям и выводит их в различных вариантах аналитических разрезов [5].

Внедрение информационной подсистемы службы технической поддержки ИТ - отдела в ООО «Абинский ЭлектроМеталлургический завод» позволит: предоставлять актуальную информацию о внутренних и внешних процессах; оперативно и эффективно взаимодействовать подразделениям; обеспечит качество управления процессами [1].

Список использованной литературы:

1. Затонская И. В. Информационные технологии в системе стратегического управления предприятиями АПК / С.С. Затонская, И. В. Затонская // Экономика и социум. 2015. Т. 3. № 3 (16). С. 47 - 50.
2. Затонская И. В. Оптимизация процесса обучения в ВУЗе с использованием информационных технологий / А. П. Овчаров, И. В. Затонская // В сборнике: Роль и место информационных технологий в современной науке Ответственный редактор: Сукиасян Асатур Альбертович. Уфа, 2015. С. 86 - 88.
3. Затонская И. В. Организационно - экономические проблемы формирования инновационной политики АПК / И. С. Хорев, И. В. Затонская // В сборнике: Роль инноваций в трансформации современной науки Сборник статей Международной научно - практической конференции. Ответственный редактор: Сукиасян Асатур Альбертович. Уфа, 2015. С. 255 - 258.
4. Затонская И. В. Оценка финансовых рисков аграрного предприятия по данным отчетности / А. А. Краскова, С. С. Затонская, И.В. Затонская // Политематический сетевой электронный научный журнал Кубанского государственного аграрного университета. 2015. № 113. С. 90 - 104.
5. Затонская И. В. Проблемы перехода на МСФО в аграрном секторе экономики: теория и практика / А. А. Краскова, С. С. Затонская, И.В. Затонская // Политематический сетевой электронный научный журнал Кубанского государственного аграрного университета. 2015. № 112. С. 1697 - 1710.
6. Затонская И.В. Интерактивные задания по дисциплинам «Методы оптимальных решений», «Теория принятия решений» Франциско О., Затонская И.В. методические

указания к проведению учебных занятий в интерактивной форме для бакалавров направления «Экономика», «Бизнес информатика», «Прикладная информатика», «Информационные системы и технологии» / Краснодар, 2016.

7. Затонская И. В. Монополизация рынка и антимонопольная политика государства / А. С. Троянович, И. В. Затонская // В сборнике: Стратегии устойчивого развития национальной и мировой экономики Сборник статей Международной научно - практической конференции. 2015. С. 185 - 187.

8. Франциско О. Ю. Использование информационных технологий для оценки и прогнозирования объема выручки от реализации продукции / О. Ю. Франциско, А. А. Пустоветов // Политематический сетевой электронный научный журнал Кубанского государственного аграрного университета. 2015. № 112. С. 1804 - 1819.

9. Франциско О. Ю. Использование информационных технологий для управления дебиторской задолженностью предприятия / О. Ю. Франциско, С.П. Дзюба // Политематический сетевой электронный научный журнал Кубанского государственного аграрного университета. 2015. № 112. С. 1820 - 1833.

© С. П. Дзюба, И. В. Затонская, 2016

УДК: 338.242.2

А.А. Кушнер

К.э.н., доцент кафедры

«Производственный менеджмент и организация предпринимательства»

Астраханского Государственного Технического Университета

А.С.Епифанцева, К.С.Донскова

студентки 4 курса Института экономики

Астраханского Государственного Технического Университета

Г. Астрахань Россия

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ КОРПОРАТИВНОГО МЕНЕДЖМЕНТА В РОССИЙСКИХ БАНКАХ

Корпоративное управление — руководство деятельностью корпорации, которое осуществляется специалистом в рыночных условиях. Одной из основных задач данной деятельности является достижение целей деятельности корпорации и извлечение из нее прибыли путем рационального использования имеющихся в распоряжении корпорации ресурсов.

Банковская деятельность России имеет свои особенности, отличающие её от других стран. Раскрывая подробнее этот вопрос, разумно отметить короткий исторический срок функционирования банков, в связи с чем имеется выраженный недостаток практического опыта и традиций. В сравнении с ведущими рыночными странами, российские банки имеют небольшие размеры собственных капиталов. В современном мире большое значение имеет технический уровень банка. Для большинства банков России передовое техническое оснащение представляется невозможным из - за его высокой стоимости. Управление

персоналом обеспечивает эффективную работу банка и любой другой организации, однако в банковской системе нашей страны наблюдается в целом недостаточный уровень профессионализма руководителей и персонала в целом.[1]

Современная экономическая ситуация ставит перед функционирующими банками сложные препятствия, создает неблагоприятные условия для осуществления их деятельности. К ним можно отнести экономический, инвестиционный, бюджетный, платежный и прочие кризисы. Усиливая друг друга они создали условия для неплатежеспособности клиентов банков. У банков возникали причины не доверять практически каждому потенциальному клиенту, желающему взять кредит. В свою очередь и у населения не было доверия к банковской системе страны, чему способствовало плохо исполняемое хозяйственное и уголовное законодательство и высокий уровень преступности в данной сфере. [3]

Исследование, проведенное IFC (Международной финансовой корпорацией), показало, что банки не охотно идут на принятие дополнительных внутренних документов по корпоративному менеджменту. По его результатам, лишь у 29 % банков существует отдельный кодекс корпоративного управления, только 56 % банков разработали положение по раскрытию информации. Современные банки в области раскрытия информации сообщают о переходе на международные стандарты финансовой отчетности (МСФО), но, несмотря на это, данные о других значительных аспектах функционирования банков раскрываются в самом минимальном объеме, отсутствует раскрытие информации о рисках. Большая часть банков предпочитает скрывать информацию о сделках со связанными сторонами.

В теме корпоративного менеджмента важно обозначить двойную роль ЦБ РФ. С одной стороны, он является регулятором кредитно - банковской системы и в этом качестве заинтересован в приоритетном обеспечении ее стабильности. Это предполагает более пристальное внимание к обязательствам банков по отношению к своим клиентам. С другой стороны, он является регулятором банков как акционерных обществ, каждое из которых отстаивает, в первую очередь, интересы своих акционеров. [2] Такой конфликт не свойственен всем национальным банкам. Как показывает опыт, из этих двух сторон национальные банки чаще всего придерживаются первой. Перспективным направлением создания институциональных рамок для урегулирования конфликта интересов выступает не только установление запрета на те или иные действия, но и требование к раскрытию информации.

Необходимо стремиться к тому, чтобы деятельность Центрального банка по разработке и внедрению принципов корпоративного менеджмента в банковском секторе носила более открытый характер, сочеталась с работой регулятора фондового рынка и координировалась объединениями инвесторов, экспертными центрами.

Литература

1. Белов Д.В. Сущность банковской эффективности и ее разновидности // Известия СПбУЭФ. 2009. № 3. С. 87–90.
2. Кумз П., Уотсон М., Кампос К., Ньюэлл Р., Уилсон Г. Цена корпоративного управления // Вестник McKinsey. 2003. № 1. 154 с.

3. Раскрытие российскими АО информации о практике своего корпоративного управления и соблюдение рекомендаций Кодекса корпоративного поведения. URL: [http://www.rid.ru/uploads/db2rile_ru/Final % 20document.pdf](http://www.rid.ru/uploads/db2rile_ru/Final%20document.pdf)

References

1. Belov D.V. Suschnost bankovskoi effektivnosti i ee raznovidnosti // Izvestiya SPbUEF. 2009. № 3. S. 87–90.
2. Kumz P._ Uotson M._ Campos K._ Nyuell R._ Uilson G. Cena korporativnogo upravleniya // Vestnik McKinsey. 2003. № 1. 154 s.
3. Raskritie rossiiskimi AO informacii o praktike svoego korporati URL: [http://www.rid.ru/uploads/db2rile_ru/Final % 20document.pdf](http://www.rid.ru/uploads/db2rile_ru/Final%20document.pdf)

© Донскова Кристина, Епифанцева Анастасия

УДК 338.12.017

В.С. Жамкова, главный специалист

Т.Т. Мамедов, к.т.н., начальник группы

Д.С. Серебряков, к.т.н., начальник сектора

Российский университет дружбы народов (РУДН), ИПТЭИЭ

г. Москва, Российская Федерация.

РАЗВИТИЕ РЫНКА ДИСТАНЦИОННОГО ЗОНДИРОВАНИЯ ЗЕМЛИ (ДЗЗ) ИЗ КОСМОСА

Данные дистанционного зондирования Земли (ДЗЗ) – данные, полученные неконтактным (дистанционным) методом, о поверхности Земли, объектах, на ней или в ее недрах. К таковым относят данные, полученные с помощью космической, воздушной или наземной съемочной аппаратуры, получающей изображения в одной или нескольких зонах электромагнитного спектра. Мировой рынок продуктов дистанционного зондирования Земли из космоса быстро развивается и имеет большой потенциал (рисунок 1) [1].

■ Космическая съемка ■ Аэрофотосъемка ■ Наземные средства ■ Иное

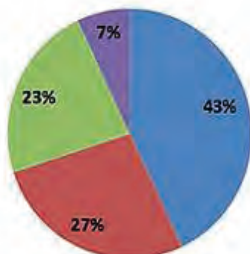


Рис. 1 Распределение рынка данных ДЗЗ между конкурирующими технологиями.

Космическое направление ДЗЗ активно развивается во всём мире и на текущий момент к числу ведущих держав в области ДЗЗ можно отнести порядка 12–14 государств, являющихся операторами национальных систем съёмки Земли и обладающие значительной (до 30) численностью КА. Среди них (в порядке убывания числа КА) США, Китай, Индия, Германия, Япония, Франция, Израиль, Россия, Италия, Великобритания, Канада, организации Eumetsat и Европейское космическое агентство ESA. Например, Китай, развернув национальную космическую картографическую систему на базе аппаратов с многокамерными оптоэлектронными стереосистемами, активизировал деятельность по предоставлению третьим странам целого комплекса услуг по разработке и запуску полностью готовых спутниковых систем ДЗЗ. Запущенный в 2012 году для Венесуэлы первый национальный спутник VRSS - 1, часть своих ресурсов отдаёт Пекину для съёмки своей территории в обмен на аналогичное использование ресурсов китайских спутников. Аналогичные контракты на создание систем ДЗЗ подписаны для Туркмении, Азербайджана и Пакистана. В планах Китая наращивать усилия по созданию многокомпонентной национальной системы ДЗЗ, продвигать свои технологии и услуг на рынки развивающихся стран. Но так как характеристики импортных спутников пока превосходят китайские аналоги, Китай в значительных количествах приобретает космическую информацию западных компаний.

Соединенные Штаты являются мировым лидером в отрасли, несмотря на относительно невысокие годовые темпы запусков КА съёмки Земли, причиной чему служит продолжительность орбитальной эксплуатации порядка 7–10 лет и высокое качество поставляемых геоинформационных продуктов. Система сбора, обработки и распространения ДЗЗ в США подразделяется на три направления:

- 1) открытая федеральная гражданская,
- 2) закрытая федеральная в интересах национальной разведки,
- 3) коммерческая система двойного назначения.

Государственные программы EOS, Landsat, POES (NOAA) и GOES служат для финансирования строительства гражданских КА ДЗЗ, входящих в открытые федеральные гражданские системы [2].

Интересы разведывательного и оборонного ведомств обслуживаются закрытой федеральной системой видовой космической разведки (ВКР) на средства госбюджета по закрытым статьям. Для увеличения информативности системы ВКР при необходимости на возмездной основе задействуются ресурсы коммерческих спутников двойного назначения, создаваемых под контролем управления геопространственной разведки NGA (программа Enhanced View). И именно американская коммерческая система ДЗЗ двойного назначения компании DigitalGlobe (DG), поглотившей в 2013 - м GeoEye (GE), становится лидером современного рынка спутниковых геоданных [3]. Этой фирме, работающей в рамках частного - государственного партнерства, принадлежат пять спутников субметрового разрешения (0,41 м – 0,8 м) и более 60 % мирового рынка [2]. Покупая по программе EnhancedView более 50 % объёмов коммерческих спутников, управление геопространственной разведки США NGA становится крупнейшим источником финансирования коммерческого направления ДЗЗ. DigitalGlobe при поддержке NGA разработала спутник третьего поколения WorldView - 3 с разрешением 25–30 см (вторая пара КА в «решении 2+2»).

В 1998 г. Европейское космическое агентство (European Space Agency, ESA) совместно с Европейским агентством по окружающей среде (European Environment Agency, EEA) была развернута программы GMES (Global Monitoring for Environment and Security) под руководством Евросоюза и при его финансировании [4]. GMES многокомпанентная сложная структура, включающая в себя спутники ДЗЗ, наземные станции, морские суда, атмосферные зонды т. д. Таким образом GMES - единая система, объединяющая многообразие информации с данными, получаемыми в том числе с космических аппаратов, система предоставляющая целый ряд тематических информационных сервисов, решающих задачи улучшения окружающей среды и условий жизни, гуманитарные проблемы и т.п.

GMES состоит из двух видов систем ДЗЗ:

- а) спутники Sentinel, специально предназначенные для программы GMES (с оператором ESA);
- б) национальные (или международные) спутниковые системы ДЗЗ, задействуемые по программе «содействия» GMES (GMES Contributing Missions; GCMS).

Перспективы развития GMES связаны с финансированием Европейским Союзом и межправительственных учреждений. Основные сервисы программы GMES являются «общественными благами» (public goods) свободно доступны и бесплатны для любых организаций и граждан, но производные продукты (аналитические, прогнозные и т. д.), выполняемые по специальным заказам, предоставляться на платной основе. Бесплатными являются и данные с самих спутников Sentinel.

На европейском рынке ДЗЗ выделяется Франция со своей собственной тщательно проработанной и экономически выверенной системой, которая позволяет выполнять съемку любого района Земли в течение суток. Она состоит из КА двойного назначения Pleiades, изготовленных за счет госбюджета, и однотипных спутниках SPOT 6 и 7, произведённых на средства компании EADS Astrium. Оператором системы является космическое агентство CNES.

Значительной группировкой спутников ДЗЗ и наземных средств обладает и Япония, где практически всё финансовое бремя несёт на себе государство. Не столь значительной, но быстро растущей системой ДЗЗ обзаводится Индия. Республика Корея последовательно создает собственную космическую систему геоданных, делая упор на национальную систему видовой космической разведки.

Объем индустрии спутникового ДЗЗ имеет разную оценку в различных источниках, так как в это понятие могут включать не только объем рынка предоставляемых сервисов, но и различные элементы промышленно - инфраструктурной цепочки, начиная от создания спутников с учетом их запуска до производства наземных приемных станций. Создание спутниковой группировки на средства госбюджета ещё больше усложняет финансовый подсчёт. На рисунке 2 представлена оценка объема рынка космических ДЗЗ основанная на данных SIA [5].

Следует отметить следующую тенденцию рынка космического ДЗЗ: темпы его роста примерно такие же, как и спутниковой индустрии в целом, хотя этот рынок составляет лишь малую часть в объеме спутниковой индустрии (немногим более 2 %). Основываясь на различных источниках информации, можно предположить, что темп наращивания объемов сервисов спутникового ДЗЗ в ближайшие годы заметно вырастет. Этому способствует то, что сервисы спутникового ДЗЗ все в большем объеме начинают

предоставляться на коммерческой основе. Например, по оценке финансового директора Янси Спруэла (Yancey Spruill), основного коммерческого игрока на рынке спутникового ДЗЗ компании DigitalGlobe, снятие запрета на продажу снимков с разрешением более 20 дюймов (50,8 см) позволит расширить мировой рынок спутникового ДЗЗ примерно на \$400 млн.

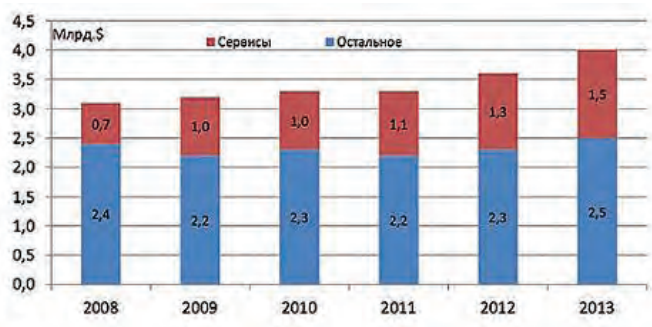


Рис. 2 Объем рынка ДЗЗ.

На текущий момент объем рынка сервисов ДЗЗ в основном (на 95 %) связан со странами Северной Америки и Западной Европы [66]. Доля российского сегмента незначительна - порядка 0,2 % (таблица 1). Всему виной ограниченность российской группировкой спутников ДЗЗ, несовершенство нормативно - правовой базы в области спутникового ДЗЗ и слабая коммерциализация. Например, до декабря 2014 г. практически не имелось возможности на коммерческой основе предоставлять обработанные данные ДЗЗ с линейным разрешением лучше 2 м. Таким образом, коммерческая составляющая на рынке ДЗЗ стремилась к нулю.

Таблица 1 Распределение объема сервисов ДЗЗ между странами.

Страна	Доля рынка данных и продуктов ДЗЗ, %	Общее количество спутников, ед.
США	61	36
Франция	18	6
Канада	6	2
Италия	4	4
Израиль	3	6
Германия	3	13
Индия	1,5	14
Япония	0,5	9
Китай	0,3	28
Россия	0,2	5
Прочие	2,5	-

Необходимыми компонентами полноценного функционирования рынка ДЗЗ являются также рынок программных продуктов и система подготовки квалифицированных кадров. Для создания точных карт на основе данных дистанционного зондирования необходима дополнительная обработка, устраняющая геометрические искажения. Снимок космическим

аппаратом с перпендикулярной осью съёмки выпуклой поверхности планеты содержит неискаженную картинку только в центре снимка, в надире. При смещении к краям изображения расстояния между точками на снимке и соответствующие расстояния на Земле все более различаются. Коррекция такого рода геометрических искажений называется процессом фотограмметрии. С начала 2000 - х подавляющее большинство коммерческих спутниковых изображений продается уже скорректированными. Но наибольший интерес у конечного потребителя вызывает законченный продукт в виде пространственного анализа, сформированных векторов и тематических слоев, тематических карт. Именно на это звено в цепочке производства геопространственной информации сделали ставку наиболее успешные коммерческие проекты.

В рамках программы NASA Earth Observing System были сформулированы уровни обработки данных дистанционного зондирования (таблица 2) [7].

Таблица 2 Уровни обработки данных ДЗЗ.

Вид обработки	Уровень	Описание
Предварительная обработка	0	Данные, поступающие непосредственно от устройства, без служебных данных (синхронизационные фреймы, заголовки, повторы).
Нормализация	1a	Реконструированные данные устройства, снабженные маркерами времени, радиометрическими коэффициентами, эфемеридами (орбитальными координатами) спутника.
	1b	Данные уровня 1a, преобразованные в физические единицы измерения.
Стандартная межатраслевая обработка	2	Производные геофизические переменные (высота океанических волн, влажность почвы, концентрация льда) с тем же разрешением, как у данных уровня 1.
Заказная тематическая обработка	3	Переменные, отображенные в универсальной пространственно - временной шкале, возможно дополненные интерполяцией.
	4	Данные, полученные в результате расчетов на основе предыдущих уровней.

«Налогоплательщики уже однажды оплатили разработку бюджетной гражданской системы ДЗЗ и НЕ ДОЛЖНЫ платить еще раз за космическую информацию этих систем», - принцип на основе которого в США (программы Landsat и EOS), странах Евросоюза

(ENVISAT), Китае (программы CBERS и HJ для внутреннего рынка) и Бразилии (CBERS в Южной Америке) свободно распространяется космическая информация гражданских систем ДЗЗ [8]. Огромная численность потенциальных пользователей и высокий уровень развития рынков ДЗЗ указанных регионов способствуют ускоренному развитию науки и национального рынка геопространственной информации и, в конечном итоге, всей экономики на базе современных геопространственных технологий.

Такой подход свободного доступа возымел эффект в виде скорого развития рынка прикладных применений геоданных. Не имея финансовых затрат на приобретение космических снимков, компании сосредоточились на разработке новых технологий, специализированных программных продуктов или интеграции космической и другой информации в продукты, ориентированные на специфические нужды конечных пользователей. «Сырая» бесплатная космическая информация компаниям геоинформационной направленности стала государственной дотацией бизнесу, направленной на достижение целей ускоренного экономического роста на основе инновационных геопродуктов. Лидеры космического рынка ДЗЗ нашли варианты обеспечения высокой эффективности и производительности государственных бюджетных программ ДЗЗ и направления ДЗЗ в целом. Используя этот успешный опыт, можно избежать ряда ошибок и добиться значительных результатов.

Сегодня информация правит миром, становясь важным фактором при принятии управленческих решений. Таким образом она становится одним из видов ресурсов для одних и товаром для других участников рыночного процесса. Одним из инновационных видов информации, дающим огромный экономический эффект, являются геопространственные данные о Земле. Рост потребности в данных ДЗЗ дал толчок развитию мировых рынков информационных продуктов и услуг ДЗЗ.

Список литературы.

1. Remote Sensing Technologies and Global Markets. // BCC Research. – 2012.
2. Кучейко А. Обилие долгостроя при скромных результатах на орбите. [Электронный ресурс]. – 27.02.2013 г. - Режим доступа: <http://www.gazeta.ru>.
3. Официальный сайт digitalglobe. [Электронный ресурс]. –Режим доступа: <https://www.digitalglobe.com/>.
4. Дворкин Б.А. Европейская программа GMES и перспективная группировка спутников ДЗЗ Sentinel. // Геоматика. - 2011. - №3.
5. The 2014 State of the Satellite Industry Report). [Электронный ресурс]. –Режим доступа: http://www.sia.org/wpcontent/uploads/2014/05/SIA_2014_SSIR.pdf.
6. Анпилогов В. О рынке дистанционного зондирования Земли из космоса и его нормативно - правовом регулировании. // Технологии и средства связи. - 2015.
7. Earth System Science Data Resources. // NASA NP - 2007 - 11 - 859 - GSFC, page 13 «Data Terminology and Formats». - 2007.
8. Кучейко А. Общественный доступ к космической информации, или Насколько эффективна гражданская космическая программа ДЗЗ? [Электронный ресурс]. –Режим доступа: http://www.scanex.ru/ru/news/News_Preview.asp?id=n780143.

© В.С. Жамкова, Т.Т. Мамедов, Д.С. Серебряков, 2016

С. С. Затонская, студентка 3 курса учетно - финансового факультета
Кубанский государственный аграрный университет
И. В. Затонская, Старший преподаватель
Кубанский государственный аграрный университет
Г. Краснодар, Российская Федерация

ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В УПРАВЛЕНИИ ЗАПАСАМИ ПРЕДПРИЯТИЙ

Информационные технологии в условиях рыночной конкуренции являются инструментом, повышающим эффективность бизнеса, дают возможность улучшить уровень обслуживания, прогнозировать тенденции спроса, автоматизировать учет товарных запасов [1, 48с.].

Актуальность автоматизации управления запасами обусловлена тем, что запасы необходимы для непрерывного функционирования производственного или торгового процесса. Излишки запасов и их недостаточное количество отражаются на финансовых результатах деятельности организаций [4, с. 1710].

Производство и реализация широкого ассортимента продукции затрудняет контроль над запасами всех номенклатурных групп, каждая из которых имеет свою степень значимости в производственном (торговом) цикле [3, с. 104]. Кроме того на предприятиях есть запасы: с большими затратами на их содержание; запасы, временное отсутствие которых может негативно отразиться на непрерывности и результатах производства и реализации продукции [7, с. 1804].

Основа оптимизации управления запасами – расчёт размера партии, который обеспечит оптимальный уровень запасов [5, с. 5]. Критерием оптимальности при этом является минимум затрат, связанных с запасами. Наиболее известный метод расчета размера заказа – модель (или формула) Уилсона [2, с. 258].

Для нормирования оптимальной величины запаса по различным видам материальных ресурсов, уточнения норм и нормативов оборотных средств в случае изменения технологии производства продукции, изменения цен, тарифов и других показателей рекомендуется использовать программу автоматизации данных по учету запасов «Управление запасами предприятия», которая разработана кандидатом экономических наук, доцентом кафедры экономической кибернетики Кубанского государственного аграрного университета Франциско О. Ю. Имеется Свидетельство Федеральной службы по интеллектуальной собственности о государственной регистрации программы на ЭВМ №2014611143, заявка №2013661131, зарегистрировано в реестре программ для ЭВМ 27 января 2014 г. [9].

Автоматизация управления запасами решит несколько проблем: сократит время выполнения операций [8, с. 1820]; увеличит точность заполнения документов; предоставит информацию о складских запасах – вид, количество, дату закупки и срок хранения товара; позволит формировать отчеты по движению товаров и анализу продаж; повысит эффективность использования складских помещений [6, с. 186].

Список использованной литературы:

1. Затонская И. В. Информационные технологии в системе стратегического управления предприятиями АПК / С.С. Затонская, И. В. Затонская // Экономика и социум. 2015. Т. 3. № 3 (16). С. 47 - 50.

2. Затонская И. В. Организационно - экономические проблемы формирования инновационной политики АПК / И. С. Хорев, И. В. Затонская // В сборнике: Роль инноваций в трансформации современной науки Сборник статей Международной научно - практической конференции. Ответственный редактор: Сукиасян Асатур Альбертович. Уфа, 2015. С. 255 - 258.

3. Затонская И. В. Оценка финансовых рисков аграрного предприятия по данным отчетности / А. А. Краскова, С. С. Затонская, И.В. Затонская // Политематический сетевой электронный научный журнал Кубанского государственного аграрного университета. 2015. № 113. С. 90 - 104.

4. Затонская И. В. Проблемы перехода на МСФО в аграрном секторе экономики: теория и практика / А. А. Краскова, С. С. Затонская, И.В. Затонская // Политематический сетевой электронный научный журнал Кубанского государственного аграрного университета. 2015. № 112. С. 1697 - 1710.

5. Затонская И.В. Интерактивные задания по дисциплинам «Методы оптимальных решений», «Теория принятия решений» Франциско О., Затонская И.В. методические указания к проведению учебных занятий в интерактивной форме для бакалавров направления «Экономика», «Бизнес информатика», «Прикладная информатика», «Информационные системы и технологии» / Краснодар, 2016.

6. Затонская И. В. Монополизация рынка и антимонопольная политика государства / А. С. Троянович, И. В. Затонская // В сборнике: Стратегии устойчивого развития национальной и мировой экономики Сборник статей Международной научно - практической конференции. 2015. С. 185 - 187.

7. Франциско О. Ю. Использование информационных технологий для оценки и прогнозирования объема выручки от реализации продукции / О. Ю. Франциско, А. А. Пустоветов // Политематический сетевой электронный научный журнал Кубанского государственного аграрного университета. 2015. № 112. С. 1804 - 1819.

8. Франциско О. Ю. Степанченко М. С. Управление запасами предприятия Свидетельство Федеральной службы по интеллектуальной собственности о государственной регистрации программы на ЭВМ №2014611143, заявка №2013661131, зарегистрировано в реестре программ для ЭВМ 27 января 2014г.

© С. С. Затонская, И. В. Затонская, 2016

УДК 658.8

И. В. Затонская

Старший преподаватель

Кубанский государственный аграрный университет

г. Краснодар, Российская федерация

ФОРМИРОВАНИЕ ИНФОРМАЦИОННОЙ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Одной из проблем деятельности аграрных предприятий является адаптация к динамичным изменениям рынка. Информационное обеспечение играет важную роль в системе управления производственно - хозяйственной деятельностью предприятия. Для

принятия маркетинговых решений актуальным становится мониторинг и оценка информации о внутренней и внешней среде предприятия [1, с. 256].

Рыночная экономика подчеркивает необходимость изучения направлений развития маркетинга в аграрном секторе экономики, совершенствование и его организацию в сельскохозяйственных предприятиях и региональных АПК [5, с.48]. В Концепции долгосрочного социально - экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года от 17.11.2008 N 1662 - р. отмечается: «для перехода страны на инновационную модель развития необходимо создание конкурентной среды, стимулирующей предпринимательскую активность и привлечение капитала в экономику» [7, с.5]. В соответствии с задачей российской экономики по переходу на инновационный путь развития предполагается расширение конкурентных преимуществ в аграрном секторе.

Аграрный сектор экономики находится в кризисном состоянии и характеризуется довольно сложным экономическим положением сельскохозяйственных товаропроизводителей. Отсутствие практического опыта работы на рынке, недостаток маркетинговой информации, вызывает необходимость разработки информационной системы управления маркетинговой деятельностью предприятий АПК, для доведения сельскохозяйственной продукции до конечных потребителей, налаживания партнерских связей в процессе производства и реализации продукции [4, с.60].

Для решения этой задачи необходимо использовать современные информационные технологии в маркетинговой деятельности аграрных предприятий, разработать меры по содействию реализации продукции через образование системы поддержки сбыта и совершенствование инфраструктуры продовольственного рынка в аграрном секторе экономики [2, с.103].

Информационные технологии в маркетинговой деятельности дадут возможность аграрным предприятиям рекламировать свою продукцию, приобщиться к современным технологиям, регулировать различные формы работы с клиентами, обеспечат постоянное взаимодействие с деловыми партнерами, позволят развивать конкурентоспособность сельского хозяйства [3, с.1709]. Для постоянного динамичного роста и развития, преобладания преимуществ перед конкурентами необходимо внедрение инноваций в производственную деятельность. Аграрному предприятию нужно заявить о себе с помощью Интернет - ресурса, путем создания Web - сайта или Web - страницы [6, с. 186]. С помощью информационных технологий у предприятия появится возможность сопровождать, обновлять и поддерживать актуальность существующих материалов, контролировать фактор заинтересованности партнеров и клиентов. Для стимулирования продаж и привлечения покупателей нужно проводить рекламные акции и презентации специальных предложений с использованием текста, изображений и динамических объектов. Предоставлять информацию о стоимостных изменениях, чтобы занять определенное место на рынке.

Растущая конкуренция на мировом рынке ставит перед Россией задачу внедрения инновационных разработок в аграрный сектор экономики. Чтобы сгладить сезонные колебания аграрным предприятиям приходится создавать товарные запасы, а это требует инвестиций в строительство зерноскладов, холодильников, цехов по переработке сельскохозяйственной продукции.

В крупных аграрных предприятиях стоит создать отделы маркетинга, которые: формируют хозяйственные связи, занимаются продвижением продукции на рынок, регулируют работу магазинов и торговых точек, рекламируют товары, следят за ассортиментом производимой продукции в соответствии с рыночным спросом. На основе мониторинга изменения спроса на различные виды товаров, предложения конкурентов, принимают решение о расширении или сокращении ассортимента производимой продукции, прогнозируют цены и ожидаемую прибыль от продаж.

Для организации оптовой торговли, развития инфраструктуры рынков, заключения договоров на поставку продовольствия в другие регионы и на экспорт необходимо создавать специальные отделы в органах управления территориальных АПК. На федеральном уровне нужны различного рода программы по поддержке отечественных товаропроизводителей, льготные условия кредитования, государственные инвестиции, без которых невозможен рост производства и реализации сельскохозяйственной продукции и повышение ее конкурентоспособности.

В статье рассмотрены предложения по формированию маркетинговой среды в аграрном секторе экономики, которые позволят повысить стабильность и устойчивость развития сельскохозяйственных предприятий, обеспечат продовольственную безопасность и конкурентоспособность продукции российских производителей.

Список использованной литературы:

1. Затонская И. В. Организационно - экономические проблемы формирования инновационной политики АПК / И. С. Хорев, И. В. Затонская // В сборнике: Роль инноваций в трансформации современной науки Сборник статей Международной научно - практической конференции. Ответственный редактор: Сукиасян Асатур Альбертович. Уфа, 2015. С. 255 - 258.
2. Затонская И. В. Оценка финансовых рисков аграрного предприятия по данным отчетности / А. А. Краскова, С. С. Затонская, И.В. Затонская // Политематический сетевой электронный научный журнал Кубанского государственного аграрного университета. 2015. № 113. С. 90 - 104.
3. Затонская И. В. Проблемы перехода на МСФО в аграрном секторе экономики: теория и практика / А. А. Краскова, С. С. Затонская, И.В. Затонская // Политематический сетевой электронный научный журнал Кубанского государственного аграрного университета. 2015. № 112. С. 1697 - 1710.
4. Затонская И.В. Интерактивные задания по дисциплинам «Методы оптимальных решений», «Теория принятия решений» Франциско О., Затонская И.В. методические указания к проведению учебных занятий в интерактивной форме для бакалавров направления «Экономика», «Бизнес информатика», «Прикладная информатика», «Информационные системы и технологии» / Краснодар, 2016.
5. Затонская И. В. Информационные технологии в системе стратегического управления предприятиями АПК / С.С. Затонская, И. В. Затонская // Экономика и социум. 2015. Т. 3. № 3 (16). С. 47 - 50.
6. Затонская И. В. Монополизация рынка и антимонопольная политика государства / А. С. Троянович, И. В. Затонская // В сборнике: Стратегии устойчивого развития национальной

и мировой экономики Сборник статей Международной научно - практической конференции. 2015. С. 185 - 187.

7. Осенний В. В. Симплексный метод / В. В. Осенний, А. Г. Бурда, Г. П. Бурда, Н. М. Гудимова, И. В. Затонская, С. И. Турлий учебно - методическое пособие для лабораторных работ и самостоятельного изучения / Краснодар, 2015.

© И. В. Затонская, 2016

УДК 338

Л.Е.Зернова

Канд.экон.наук, доцент

Институт экономики и менеджмента

Московский государственный университет

дизайна и технологий

г. Москва, Российская Федерация

А.А.Горбунова

магистрант

Институт экономики и менеджмента

Московский государственный университет

дизайна и технологий

г. Москва, Российская Федерация

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ОЦЕНКИ КРЕДИТОСПОСОБНОСТИ БАНКОВ - КОНТРАГЕНТОВ

Оценка кредитоспособности банков - контрагентов – это неотъемлемая и необходимая часть деятельности любого коммерческого банка, особенно на межбанковском рынке и рынке банковских долговых обязательств. Эта оценка также необходима для эффективного управления кредитным риском и ликвидностью банка, особенно в условиях действия санкций и нестабильности в экономике [1, с. 98].

К сожалению, Центральный Банк России не разработал стандартную и универсальную методику оценки кредитоспособности банков - контрагентов. Следовательно, коммерческие банки должны самостоятельно разрабатывать такие методики, чтобы снизить свои кредитные риски.

Сложностью в создании подобной методики является то, что коммерческий банк не имеет прямого доступа к экономической и финансовой информации банка - контрагента, чью кредитоспособность необходимо проанализировать. Такую информацию имеют проверяющие банк аудиторские фирмы и частично налоговые органы. В связи с этим при разработке метода оценки кредитоспособности банка - контрагента необходимо использовать только публичную отчетность и информацию, представленную на сайтах конкретного банка и Банка России. Подобная информация доступна, достоверна, для ее получения не нужны значительные затраты труда. Также при разработке методики оценки

кредитоспособности, с нашей точки зрения, необходимо использовать сочетание количественных и качественных сторон деятельности банка [2, с. 110]

В настоящее время коммерческие банки размещают на межбанковском рынке временно свободные денежные средства, привлекают денежные средства банков - контрагентов, покупают и продают наличную и безналичную иностранную валюту, проводят операции с долговыми обязательствами банков - контрагентов. При работе на межбанковском рынке и рынке долговых обязательств коммерческому банку необходимо: определить конкретные направления работы, проанализировать деятельность банков - контрагентов, с которыми предполагается взаимодействовать, организовать контроль за реализацией системы взаимодействия.

Для оценки кредитоспособности банков - контрагентов предлагается определять рейтинг кредитоспособности [3, с. 4] на основе анализа и оценки бизнес - риска, финансового риска и кредитной истории, а также выявить основные факторы, увеличивающие или уменьшающие риск взаимодействия с банком - контрагентом.

Оценка и анализ бизнес - риска проводится на основе такой информации как менеджмент банка, его положение на рынке, деловой репутации, содержащейся в годовом отчете банка, на официальном сайте банка, публикациях в СМИ и других источниках. Такая оценка сочетает в себе количественные и качественные показатели. Финансовый риск оценивается и анализируется на основе публичной и финансовой отчетности банка - контрагента и основывается на количественных показателях.

При рассмотрении кредитной истории банка - контрагента необходимо проанализировать всю имеющуюся информацию о качестве исполнения им обязательств и взаимодействии с коммерческими банками по привлечению или размещению денежных средств, объемам дебиторской и кредиторской задолженности, кредитной дисциплине. Такая оценка осуществляется на основе разработанной системе баллов.

После оценки всех перечисленных компонентов можно определить совокупный рейтинг кредитоспособности банка - контрагента. Анализ и определение рейтинга кредитоспособности рекомендуется осуществлять ежемесячно. Таким образом, для полноценной оценки необходимо осуществлять мониторинг рейтинга кредитоспособности банков - контрагентов.

Список используемой литературы:

- 1.Зернова Л.Е., Фарзаниан М. Классификация санкций и рисков из - за введения санкций. Научный рецензируемый журнал «Инновационные технологии управления и права» - №3(10), Йошкар - Ола, 2014 – с.98 - 101.
- 2..Зернова Л.Е., Саган Е.И. Совершенствование метода оценки кредитоспособности предприятия // Дизайн и технологии. 2010. №16 (58),С.109 - 115
- 3..Зернова Л.Е., Саган Е.И. Методический подход к определению кредитоспособности предприятия // Известия высших учебных заведений. Технология текстильной промышленности. 2010. №3. С.3 - 6

© Л.Е. Зернова, А.А. Горбунова, 2016

УПРАВЛЕНИЕ ЗАТРАТАМИ ЭКОНОМИКИ ПРОМЫШЛЕННОСТИ КАК СЛАБОСТРУКТУРИРОВАННОЙ СИСТЕМОЙ

Многоаспектность экономических, социальных, политических и экологических процессов и их взаимосвязанность предполагают сложность проведения анализа процессов и принятия управленческих решений. Поэтому, эффективное и устойчивое функционирование российской экономики требует определённого исследования в сфере информационно – аналитического обеспечения. Очевидно, что для эффективного управления затратами на производство, необходим максимально возможный учёт всех аспектов проблемы в их взаимосвязи и целостности, выделение главного и существенного, определение характера связи между концептами, переменными, свойствами, характеристиками и т.д. Для формализации данных и анализа проблем принятия решений необходимо сконцентрировать внимание на исходной информации и качественный характер описания зависимостей, что невозможно получить с помощью общепринятых методов управления, концентрирующих внимание на поиске приемлемого решения из доступного набора альтернативных решений для достижения поставленной цели. В силу указанных особенностей процесс управления затратами промышленного сектора экономики является слабоструктурированной системой, в которой число факторов в зависимости от ситуации может измеряться десятками.

Управление затратами экономики промышленности на основе когнитивного анализа предполагает принятие решений по вопросам эффективного владения, пользования и распоряжением имеющихся ресурсов. Для этого должна существовать некая оценка ситуации, которая учитывает стратегию развития промышленного сектора на основе следующих оценок:

- уровень производственного процесса – «Блок производства»;
- развитие трудовых ресурсов – «Блок трудовых ресурсов»;
- инновационная активность – «Инновационный блок»;
- финансово – хозяйственная деятельность – «Финансовый блок».

При разработке механизма оценки «Блока производства» применялся кластерный подход. Для определения основополагающих моментов управления затратами промышленной национальной системы и описания явлений, происходящих в процессе осуществления производственно – хозяйственной деятельности, выделены следующие кластеры «Блока производства»: «рисковые»; «импортозависимые»; «материалоёмкие»; «нематериалоёмкие».

В целях изучения затротообразования российской промышленности по «Блоку трудовых ресурсов» исследование проведено на основе статистических группировок. Для получения информации об управлении затратами промышленного сектора экономики России, в составе промышленных производств выделено несколько групп с точки зрения

среднемесячной заработной платы: «социально незащищённые»; «социально адаптированные»; «профессионально рискованные» [3].

Для оценки реальной ситуации инновационной активности, приводящей к эффективности производства, не установлены нормативные критерии отдельно рассчитанных относительных показателей. Поэтому, использование дискриминантного анализа позволило учесть экономическую ситуацию внутри определённого вида экономической деятельности промышленного сектора России, обеспечивая управление затратами производства. В ходе исследования произведена оценка эффективности производственной деятельности отраслей промышленности с присвоением классности. С этой целью экспертным путем выделены три соразмерные группы промышленного сектора России: I группа представлена низкоэффективными видами экономической деятельности; II группа – среднеэффективными; III группа – высокоэффективными [1, 2].

Оценка финансово – хозяйственной деятельности развития промышленного сектора осуществлялась по данным интегрального показателя на основании построенной аддитивной модели. По установленным расчетным методом пороговым значениям интегрального показателя российские отрасли промышленности сгруппированы в четыре объединения по уровню финансового состояния: «опасный уровень», «проблемный уровень», «потенциальный уровень», «благоприятный уровень» [4].

Многоаспектность происходящих экономических процессов в промышленном секторе России, их взаимосвязанность, отсутствие достаточной количественной информации о развитии процессов и ряд других причин, позволяют утверждать, что промышленное производство следует рассматривать как слабоструктурированную систему. Поэтому, для формализации и структурированию знаний о проблемных ситуациях в развитии промышленности необходимо структурно представить информацию для принятия качественных решений. Структуризацию параметров развития промышленного производства предлагается проводить с помощью метода экстремальной группировки признака. Исследование современных тенденций перспективного развития хозяйственной деятельности экономических организаций, с одной стороны, и источников их экономического роста, с другой, свидетельствует о существенном усилении роли управления уровнем затрат субъектов хозяйствования. Данные положения являются базой для детального анализа состояния определённого вида экономической деятельности страны, а также отдельных экономических субъектов и поиска путей формирования организационно – экономических моделей для управления затратами, способствующих устойчивому их развитию.

Изучение сущностных характеристик управления затратами промышленного сектора позволяет сформировать необходимую научно - методическую базу и выработать эффективные практические рекомендации по обеспечению конкурентоспособности и, как следствие, эффективности работы экономических организаций. В условиях рыночной экономики затраты производства представляют собой самостоятельный объект исследования и управления, а также выступают главным фактором оперативного, текущего и стратегического развития экономических субъектов.

Для выделения причинно – следственных связей развития производственного процесса экономики промышленности необходимо провести структуризацию информации о затратах производства на основе когнитивного подхода анализа сложных ситуаций. С этой

целью следует выделить классификационные признаки затрат производства, способствующие конструированию информации в зависимости от принимаемых управленческих решений [5].

Эффективное управление затратами строится на экономически обоснованной классификации. Следует отметить, что в последние годы экономической наукой и практикой существенно расширены классификационные признаки затрат, дана более чёткая их характеристика. Однако, несмотря на положительный характер проделанной работы, действующая в настоящее время группировка затрат нуждается в улучшении и совершенствовании. Классификация производственных затрат выявляет объективно существующие группы затрат, процессы их формирования и взаимоотношения между их отдельными частями. Большая часть классификаций затрат связана с группировкой затрат по обычным видам деятельности, однако предприятие также несёт инвестиционные затраты, затраты на социально—культурные нужды и др. Уточнённая и расширенная классификация затрат в системе управления позволит: осуществлять применение категорий затрат к типу управленческих решений; моделировать механизмы регулирования и формы управления в зависимости от типа решений; формировать политику управления затратами на различных этапах финансово – хозяйственной деятельности экономических субъектов. Поэтому, авторский подход к классификации затрат в системе управления слабоструктурированными системами проиллюстрирован на рисунке 1.

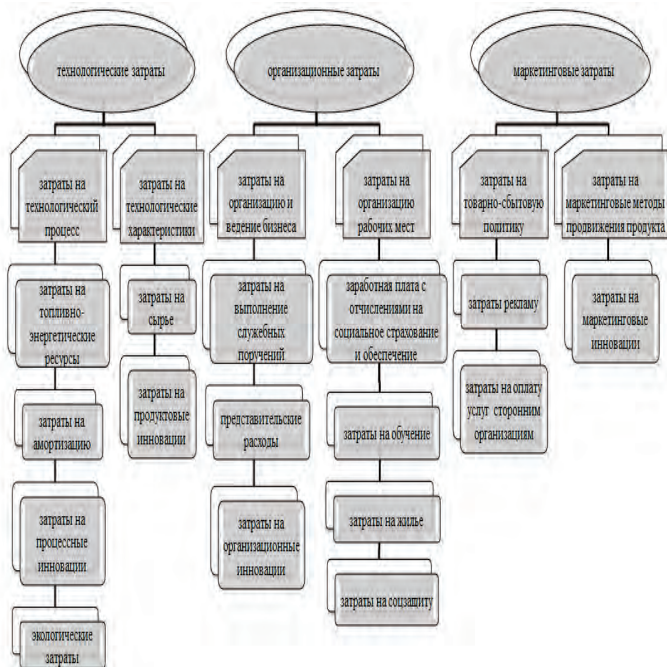


Рисунок 1 – Классификация затрат в системе управления слабоструктурированными системами

При анализе управления затратами промышленного сектора экономики необходимо определиться с базисными факторами, т.е. признаками, которые являются желательными. Поэтому, применение формализованного описания когнитивного моделирования управления затратами промышленного сектора экономики даёт возможность определить основные элементы когнитивной карты и их составляющие компоненты. Задача выработки решений по управлению затратами промышленного сектора экономики состоит в том, чтобы обеспечить желательные и вариативные изменения целевых факторов. В исходном множестве базисных факторов развития промышленного производства выделяется совокупность управляющих факторов – «входные» факторы когнитивной модели, через которые производятся управляющие воздействия в модель.

Список использованной литературы:

1. Абрашкин М.С. О реализации инновационной политики государства. [Текст] / М.С. Абрашкин // Научный подход к общественному развитию: сборник научных статей по материалам международной заочной научно - практической конференции. – Москва, 2014. – С. 4 - 5.
2. Иванова О.Е. Использование диагностики инновационного рейтинга в управлении затратами промышленных предприятий [Текст] / О.Е. Иванова // Вопросы региональной экономики – 2013. - Т. 17. - № 4. – С. 32 - 38.
3. Иванова О.Е. Структуризация информации развития промышленного сектора экономики для управления затратами [Текст] / О.Е. Иванова, М.А. Козлова // Интернет - журнал «Науковедение» – 2014. - № 4. – С. 50.
4. Иванова О.Е. Методология и инструментарий управления затратами промышленного сектора экономики [Текст] / О.Е. Иванова // Аудит и финансовый анализ– 2015. – № 2. – С. 302 – 306
5. Максимов В.И. Когнитивные технологии для поддержки принятия управленческих решений [Текст] / В.И. Максимов, Е.К. Корноушенко, С.В. Качаев. – М.: Институт управления проблем управления РАН, 2007. – 248 с.

© О.Е. Иванова, 2016

УДК 339

С.Б. Ильяшенко

К.э.н., доцент кафедры торговой политики
Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова
г. Москва, Российская Федерация

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ЭЛЕКТРОННОЙ ТОРГОВЛИ В РОССИИ

В настоящее время темпы развития Интернета набирают всё большие обороты [10]. В этой связи, возникло еще одно направление развития традиционной торговли – электронная торговля [4, 9]. Электронная торговля – коммерческая деятельность, нацеленная на

осуществление актов купли - продажи товаров посредством информационных и телекоммуникационных систем [8].

Интернет позволяет преодолеть те существующие барьеры, которые обычно встают перед покупателем в процессе совершения покупок [7]. Так, по мнению авторов [1, 4, 5, 11] осуществление торговли через Интернет позволяет покупателю получить любую информацию об интересующем его товаре в любом месте и в любое время.

На данный момент трудно найти компанию, которая бы не имела собственного сайта в сети Интернет, ведь именно это условие позволяет компаниям осуществлять торговлю в режиме 24/7/365 [6].

Кроме того, Интернет дает возможность изучить отзывы о товаре, оформить и даже оплатить заказ не выходя из дома [3]. Это существенно сокращает путь товара от производителя к потребителю [4]. Все вышеперечисленные обстоятельства послужили причиной возросшей популярности онлайн торговли [11].

Несмотря на то, что электронная торговля, а особенно заказы с использованием мобильных устройств и приложений, становятся всё более популярными, такой канал конверсии, как телефонные звонки, ещё долго будет оставаться актуальным. Следовательно, вопросы мониторинга и анализа этих рекламных каналов имеют важное значение в расчете эффективности рекламной кампании [2].

По данным компании Nielsen самыми популярными категориями среди онлайн - покупателей в России остаются одежда и потребительская электроника: такие покупки за полгода делали соответственно 64 % и 50 % опрошенных. Следом идут средства по уходу за собой (46 %), книги и журналы (45 %), мобильные устройства (44 %), билеты на мероприятия (40 %). Меньше всего пользователи покупали упакованные продовольственные товары (12 %), алкоголь (8 %). Опрос также подтверждает растущее влияние трансграничной торговли: 64 % российских онлайн - потребителей за полгода хотя бы приобретали товары в иностранных интернет - магазинах, а 6 % заявили, что делают покупки исключительно в таких магазинах.

Организация торговли в Интернете имеет свои преимущества и недостатки как для покупателей, так и для продавцов. С одной стороны, используя электронную торговлю, расширяется торговое пространство, ведь на «полках» Интернет - магазина можно разместить гораздо больше товаров, чем в реальном магазине. Кроме того, автоматизируются такие процессы, как прием и обработка заказов, прием платежей (при помощи электронных денег, чеков), происходит снижение затрат на функционирование предприятия, у магазина также появляется возможность работать круглосуточно. Для покупателя посещение магазина также становится более простым. Он может просматривать ассортимент магазина, получать всю интересующую его информацию и даже совершать покупки в любое время, не выходя из дома. Более того, он может прочитать отзывы о товаре от уже купивших его ранее покупателей, а оплачивая товар, он может выбрать любой удобный способ оплаты. Еще одним ощутимым преимуществом Интернет - магазинов являются относительно низкие цены, что достигается за счет снижения затрат на его обеспечение.

Однако не стоит забывать и о возможных рисках и трудностях, с которыми сталкивается каждый электронный торговец и покупатель. Одной из главных проблем, тормозящих развитие электронной торговли в России, является безопасность данных при онлайн -

покупках. По данным Nielsen, 70 % потребителей оплачивают товары наличными при получении, только 47 % — при помощи дебетовой карты, а 45 % — через электронные платежные системы. При этом в мире оплата наличными курьеру не слишком популярна: таким методом пользуются в среднем 36 % потребителей, 8 % — во Франции, 12 % — в Германии, 16 % — в Великобритании и 22 % — в Испании.

Во - вторых, на сегодняшний день весьма актуальна недостаточная защищенность информации и ненадежность электронных платежей. Довольно часто персональные данные покупателей «утекают» в сеть из - за недостаточной защищенности сайта магазина.

В - третьих, у покупателя отсутствует возможность посмотреть товар вживую, в связи с этим происходит достаточно большое количество отказов от покупок. Если в среднем в электронной торговле процент возврата товаров надлежащего качества составляет 5 - 10 % , то таким категориям, как одежда и обувь, возврат может составлять 25 % .

В - четвертых, в некоторых регионах страны Интернет - технологии не так распространены, и определенные слои населения до сих пор недостаточно компетентны в вопросах онлайн покупок. Несмотря на это, с развитием современных технологий, Интернет - торговля огромные обороты, ведь она не имеет географических, временных и многих других ограничений, тем самым и став удобной для огромного количества людей.

Список использованной литературы:

1. 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. Уфа, 2016. С.147 - 150.
2. Ильяшенко С.Б. Актуальные вопросы оценки эффективности рекламных каналов в электронной торговле. В сборнике: Интеграционные процессы в науке в современных условиях. Сборник статей Международной научно - практической конференции. Уфа, 2016. С.38 - 41.
3. Ильяшенко С.Б. Дополнительные услуги в электронной торговле как фактор увеличения продаж интернет магазина. В сборнике: Взаимодействие науки и общества: проблемы и перспективы. Сборник статей Международной научно - практической конференции. Уфа, 2016. С. 60 - 61.
4. Ильяшенко С.Б. Особенности и тенденции развития дистанционной торговли в России. В книге: Современные тенденции и перспективы развития торговой отрасли Российской Федерации. Уфа, 2016. С. 167 - 185.
5. Ильяшенко С.Б. Социальные сети Internet как инструмент повышения эффективности электронной торговли // В сборнике: Закономерности и тенденции формирования системы финансово - кредитных отношений. Сборник статей Международной научно - практической конференции. Уфа, 2016. С. 105 - 107.
6. Ильяшенко С.Б., Солдатова Н.Ф. Инструменты повышения продаж в электронной торговле в период кризиса // Экономика и управление в машиностроении. – 2015. – №6. – С.50 - 52.
7. Никишин А.Ф. Пути увеличения продаж торгового предприятия в условиях кризиса // Проблемы экономики. 2010. № 3. С. 57 - 59.

8. 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. Уфа, 2016. С. 105 - 108.

9. Никишин А.Ф., Панкина Т.В. Потенциал сети интернет в повышении эффективности торговли в современных условиях. В книге: Современные тенденции и перспективы развития торговой отрасли Российской Федерации. Уфа, 2016. С. 185 - 208.

10. Mayorova E.A., Nikishin A.F., Pankina T.V. Potential of the Internet network in formation of the assortment of the trade organizations // European science review. 2016. № 1 - 2.

11. Nikishin A.F., Pankina T.V. The problem of involvement of clients in electronic commerce // Austrian Journal of Humanities and Social Sciences. 2015. № 3 - 4. С. 15 - 17.

© С.Б. Ильяшенко, 2016

УДК 338

Я.М.Клявлиная

к.э.н., доцент кафедры

ЭНГП, ИНЭК

УГНТУ

М.С.Клявлин

д.х.н., профессор кафедры ВиВ

УГНТУ

г. Уфа, Российская Федерация

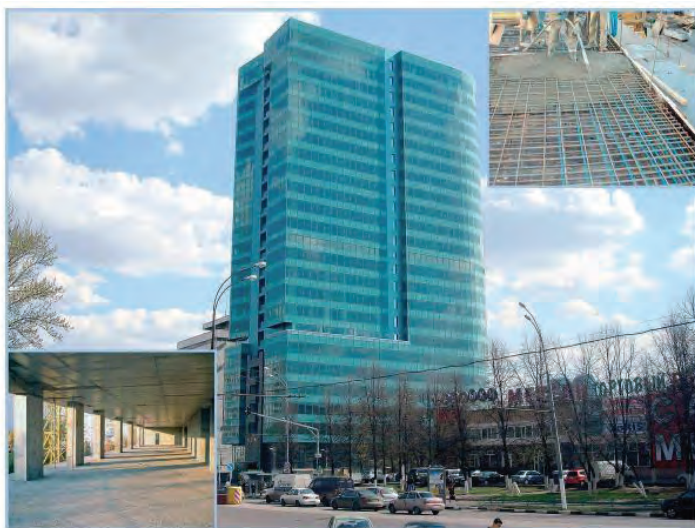
НАПРАВЛЕНИЯ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СТРОИТЕЛЬНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ ЗА СЧЕТ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ПРЕДВАРИТЕЛЬНО ПРЕДНАПРЯЖЁННОГО МОНОЛИТНОГО ЖЕЛЕЗОБЕТОНА

Сегодня в строительной индустрии на первое место выдвигается динамичное развитие предприятия в условиях жёсткого ресурсного дефицита. Современные материалы и технологии позволяют обеспечивать высокое качество возводимых зданий и сооружений, предопределяя эффективность строительства в целом.

Повышается доля монолитных конструкций в общем объёме строительных работ, и как показывает практика, именно монолитное строительство является самой перспективной технологией на десятилетия вперед.

В монолитном строительстве в последнее время наблюдается рост себестоимости. В первую очередь это связано с перерасходом материальных ресурсов и повышения трудоёмкости процессов, ведущих к увеличению сроков.

Всё это является следствием морально устаревших способов строительства, неэкономичных конструктивных решений, минимальной точности при проектировании и плохой организации производственного цикла [3].



*Рис. 1. Бизнес-центр «Газойл Плаза» в Москве
(проект БПК-II, шаг колонн 8,5×7,5 м, толщина перекрытия 22 см)*

Реализация проектов с использованием прогрессивных конструктивно - технологических схем здания (использующих технологии преднапряжённого железобетона) позволяет преодолеть недостатки монолитного строительства: высокую себестоимость, трудоёмкость и длительность строительно - монтажных работ [4,5].

В области внедрения альтернативных технологий сегодня интересным представляется разработка серии проектов монолитного строительства под общим названием «БПК». Присущая всем проектам этой серии конструктивно - технологическая схема возведения – безригельный преднапряженный каркас (БПК), определила название и принципиальную особенность этих проектов. Их основополагающей составляющей является применение технологии предварительного напряжения арматурных элементов в процессе строительства [1].

Основные преимущества проектов серии БПК заключаются в обеспечении следующих показателей:

- экономичность (высокий уровень экономической эффективности, предполагающий снижение себестоимости строительства до 30 %);
- надежность (высокие качественные характеристики зданий при минимальных сроках строительства);
- современность (большепролётность, позволяющая широко варьировать архитектурно - планировочными решениями с повышением функциональности, комфортабельности и удобства эксплуатации зданий).

Проекты БПК можно применять в широком спектре областей: в строительстве жилых зданий и объектов общественного назначения. Это могут быть жилые дома, многоэтажные объекты инфраструктуры, современные паркинги, пристройки к существующим зданиям, коттеджи, таунхаусы и т.д.

С использованием технологии БПК построено более 30 зданий в 4 городах европейской части России. Среди них – как и жилые здания с площадью здания 13, 650 тыс. м², торгово - развлекательный центр «Ереван - плаза» с общей площадью 38 тыс. м² и производственно - логистический центр «Северное Домодедово» площадью 110 тыс. м²[2].



Рис.2. – Применение технологии БПК в г. Москва
(Торгово - развлекательный центр «Ереван Плаза»)

При помощи технологии БПК можно строить здания разных видов по назначению и по площади. Актуальной данная технология будет для строительства столь востребованной к 2016 - 2020 годам инфраструктуры: логистических комплексов и паркингов.

При использовании проектов БПК для возведения зданий и сооружений получается на «финише» объект более высокого класса по своим планировочным, архитектурным и конструктивным показателям.

Использование проектов из серии БПК при строительстве позволяет за меньшую себестоимость получать объект с высокими характеристиками: архитектурными, конструктивными и планировочными (таблица 1).

Таблица 1– Особенности проектов серии БПК

Конструктивная схема	Шаг колонн, м	Толщина перекрытия, см	Расход арматуры кг / м ²	Вылет консоли, м
БПК - П ¹	до 9,0	18 - 25	15 - 22	до 3,5
БПК - К ²	до 12,0	22 - 25	22 - 25	до 6,5

БПК - СВ ³	до 12,0	17 - 22	18 - 25	до 6,5
БПК - СМ ⁴	до 12,0	22 - 30	15 - 22	-
БПК - ПС ⁵	до 18,5	25 - 30	30 - 35	-
БПК - Я ⁶	до 18,5	27 - 32	35 - 40	-

Примечание: БПК – безригельный преднапряжённый каркас с: 1) плоским перекрытием; 2) кессонным перекрытием; 3) ступенчато - впадушенным перекрытием; 4) сборно - монолитным перекрытием; 5) пустостным перекрытием; 6) ячеистым перекрытием.

При помощи БПК - П можно возводить здания с пролётами до 9 метров без использования балок и накопителей с возможностью создания консолей самой разной формы с вылетом до 3,5 метров. А конструктивные особенности БПК - СВ позволяют делать пролёты до 12 метров и с вылетом консоли до 6,5 метров. Кстати, показатели расходов бетона и арматуры в варианте БПК - СВ лишь несущественно возросли по сравнению с БПК - П.

Преднапряжённый бетон позволяет строить здания с соотношением пролёта к толщине перекрытия с показателями более чем в 1,5 раза превышающими здания из обычного бетона. Так, при приведённой толщине плиты перекрытия 25 см длина пролёта здания с преднапряжённым бетоном будет 11 метров, в то время как при традиционном исполнении она будет едва ли достигать отметки в 7 метров.

Как показывают эксперименты и исследования, эффективность преднапряжённого бетона возрастает с увеличением пролётов здания. Показывает это усиливающиеся расхождение графиков преднапряжённого и обычного бетона (рис. 3 по мере движения по оси абсцисс в сторону увеличения значений размера пролётов (слева направо).

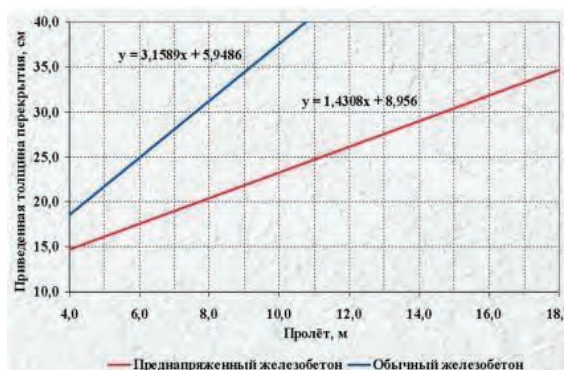


Рис. 3. Соотношение длины пролёта и толщины перекрытия в здании с применением обычного и преднапряжённого железобетона.

Соответственно падает и расход бетона вместе с арматурой за счёт более эффективного использования этих основных ресурсов.

В ходе сравнения строительства зданий по традиционным схемам (железобетон) и по результатам преднапряжения была выявлена высокая эффективность технологии БПК. Так, шаг колонн (длину пролетов) можно увеличить на 30 - 100 % , снизить толщину перекрытий на 5 - 20 % , а расход арматуры на 35 - 75 % . Разумеется, падает и расход бетона на перекрытия – его требуется на 5 - 25 % меньше на то же здание при традиционном строительстве [2].

В результате снижения расходов материалов уменьшается энергоёмкость и трудоёмкость. В результате здание, построенное по технологии БПК, экономически выгоднее традиционной постройки на 10 - 40 % .

Снижение себестоимости хорошо заметно на примере уже построенных зданий. Так, снижение показателей себестоимости на 1 м² общей площади перекрытий для строительства жилого здания составляет 430 рублей (1390 против 1820 по традиционной схеме), бизнес центра 670 рублей (1480 против 2150) и торгово - развлекательного центра 1080 рублей (1650 против 2730).

Технико - экономические показатели строительства при использовании проектов серии БПК показывают исключительно положительные результаты в несущих конструкциях здания преднапряжённого железобетона. За счёт ресурсосбережения снижается вес здания до 40 % , что приводит к снижению затрат на монолитный каркас здания до 35 % . Смотрите экономическую эффективность проектов серии БПК в таблице 2.

Технология предварительного напряжения железобетона – новая страница в истории монолитного строительства. Именно она указывает на инновационное применение бетона и арматуры, но в новом порядке, что позволяет повышать конструкторские, экономические и прочие характеристики зданий построенных по этой технологии.

Таблица 2

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ ПРОЕКТОВ СЕРИИ БПК ОТНОСИТЕЛЬНО ТРАДИЦИОННЫХ СИСТЕМ МОНОЛИТНОГО СТРОИТЕЛЬСТВА					
№ п.п.	Наименование затрат	Бетон	Функциональное назначение объекта		
			Жилое здание ¹⁾	Бизнес-центр ²⁾	Торг.-развл. центр ³⁾
1	Материалоёмкость (материалы), руб.	Обычный	1 950	2 150	2 760
		Преднапряж.	1 498	1 579	1 789
2	Трудоёмкость (заработная плата), руб.	Обычный	575	634	814
		Преднапряж.	442	466	528
3	Энергоёмкость (машины и оборудование), руб.	Обычный	256	282	362
		Преднапряж.	196	207	235
4	Прочие затраты, руб.	Обычный	416	458	588
		Преднапряж.	319	337	381
5	Себестоимость, руб.	Обычный	3 197	3 525	4 525
		Преднапряж.	2 456	2 589	2 933
6	Экономический эффект		23%	27%	35%

Примечания:

¹⁾ Жилое здание «Дом Альянса» (г. Санкт-Петербург, ул. Трефолева, 7). Общая площадь здания – 13 650 м², этажность – 12 (+1 подземный).

²⁾ Бизнес-центр «Лизой Плаза» (г. Москва, ул. Нагаткина, 14). Общая площадь здания – 36 500 м², этажность – 24 (+3 подземных).

³⁾ Торгово-развлекательный центр «Ереван Плаза» (г. Москва, ул. Большая Тульская, 2). Общая площадь здания – 38 200 м², этажность – 5 (+1 подземный).

Список использованной литературы:

1 Асатрян Л.В. публикация «Инновационные технологии как главный фактор снижения себестоимости и повышения качества строительства» в журнале «Строительные материалы, оборудование технологии XXI века» №4, 2009. – 106 с.

2 Горохов Д. Строительные инновации // www.expert74.com

3 Фатхутдинов Р.А. Инновационный менеджмент: Учебник для вузов. 5 - е изд. - СПб.: Питер, 2006

4 Клявлиня Я.М., Клявлин М.С., Талипов Р.А., Бобков О.В. Инновационные процессы на нулевом цикле строительного производства // Актуальные проблемы технич., естеств. и гуман. наук: Материалы Межд. научно - техн. конф. 20 ноября 2013г. Вып.7. - Уфа, УГНТУ, 2013. - С.94 - 96.

5 Клявлиня Я.М. Экономическая эффективность применения новых материалов и технологий в малоэтажном строительстве // Экономика и управление: научно - практический журнал, №5, 2014. - С.89 - 92.

© Я.М.Клявлиня, М.С.Клявлин, 2016

УДК 657.22

Д.А. Крылова

студентка

Институт экономики, управления и финансов
ФГБОУ ВО «Марийский государственный университет»
г. Йошкар - Ола, Российская Федерация

М.В. Стафиевская

Канд. экон. наук, доцент

Институт экономики, управления и финансов
ФГБОУ ВО «Марийский государственный университет»
г. Йошкар - Ола, Российская Федерация

ЭТАПЫ РАЗВИТИЯ УПРАВЛЕНЧЕСКОГО УЧЕТА

Анализируя научную литературу в области становления и развития управленческого учета можно говорить о дискуссионных вопросах по поводу этапов его развития. Российские и зарубежные авторы выделяют следующие этапы:

1 - й этап: период, когда калькулирование себестоимости выделяется в отдельную сферу учета;

2 - й этап: выделение центров ответственности как объектов управленческого учета;

3 - й этап: анализ бизнес - процессов, анализ снижения затрат;

4 - й этап: совершенствование инновационными процессами;

5 - й этап: появление автоматизированной системы учета, появление комплексного управленческого учета.

Первый этап приходится на 1950 год, второй этап затрагивает период соответственно с 1950 по 1965 годы, третий этап 1965 - 1985годы, четвертый этап 1985 - 1995 годы, пятый этап 1995 - 2005 годы.

Если рассматривать эволюцию управленческого учета, то здесь рассматриваются две стадии:

- эмпирическая;
- теоретическая.

Вопрос выделения управленческого учета из общей системы учета является дискуссионным. Ряд сторонников считают, понятие «управленческий учет» абсолютно бессмысленным и отвергают его. Сторонники международной практики признают управленческий учет как бухгалтерский. Ряд современников считают управленческий учет как самостоятельное научное направление. С нашей точки зрения, ввиду отсутствия научно - обоснованной методологии объекта данной дискуссии, недопонимания роли руководства предприятий, пока не следует выделять управленческий учет как самостоятельное научное направление, а учитывать как раздел бухгалтерского учета.

Список использованной литературы:

1. Смирнов, А.А. Новые подходы к инновационным процессам в агропромышленном комплексе [Текст] / А.А. Смирнов // Актуальные проблемы экономики современной России. - 2015. - Т. 2. - № 2. - С. 88 - 97.
2. Смирнов, А.А., Стафиевская, М.В. Основы страхования: учебное пособие [Текст] / А.А. Смирнов, М.В. Стафиевская. - Йошкар - Ола: ООО ИПФ «СТРИНГ», 2015. - 159с.
3. Sarycheva T.V., Shvetsov M.N. Statistical approaches to the evaluation of the demand and supply at the labour market based on panel data // Review of European Studies. - 2015. - Т. 7. - № 8. - С. 356 - 367.
4. Sarycheva T.V., Bakumenko L.P., Shvetsov M.N. Assessment of the competitiveness of economic activities of the region in terms of employment // Mediterranean Journal of Social Sciences. - 2015. - Т. 6. - № 3. - С. 119 - 126.
5. Stafievskaya M.V., Sarycheva T.V., Nikolayeva L.V., Vanyukova R.A., Danilova O.A., Semenova O.A., Sokolova T.A. Risks in conditions of uncertainty // Mediterranean Journal of Social Sciences. - 2015. - Т. 6. - № 3. - С. 107 - 114.
6. Стафиевская М.В. Концептуальные основы бухгалтерского учета рисков в страховых организациях: монография / Мар.гос.ун - т; М.В. Стафиевская. - Йошкар - Ола, 2015. - 152с.
7. Стафиевская, М.В. Управление рисками бухгалтерского дела в страховых организациях Республики Марий Эл: монография [Текст] / М.В. Стафиевская; Мар.гос.ун - т. - Йошкар - Ола, 2014. - 148с.
8. Стафиевская, М.В., Мельников М.В. О некоторых аспектах резервирования как методе снижения рисков [Текст] / М.В. Стафиевская, М.В. Мельников // Актуальные проблемы экономики современной России, 2015. - Т. 2. - № 2. - С. 394 - 397.
9. Стафиевская М.В. Резервирование прямых убытков как способ учета последствий бухгалтерских рисков страховщика [Текст] / М.В. Стафиевская М.В. // Международный бухгалтерский учет. - 2015. - № 39 (381). С. 27 - 34.

10. Стафиевская М.В., Файзрахманова Г.Р. Страховые и финансовые резервы страховщика [Текст] / М.В. Стафиевская, Г.Р. Файзрахманова // Проблемы экономики и менеджмента 2014. - № 11 (39). - С. 89 - 91.

11. Стафиевская М.В., Стукова И.В. Методические приемы аудита: учебно - методическое пособие / Стафиевская М.В., Стукова И.В. - Йошкар - Ола: ФГБОУ ДПОС МИПКА, 2015. - 134с.

12. Гурьева А.А., Стафиевская М.В. Бухгалтерский учет затрат на ремонт основных средств. В сборнике: Современный взгляд на будущее науки. Сборник статей Международной научно - практической конференции. Ответственный редактор Сукиасян Асатур Альбертович. - 2015. - С. 147 - 149.

13. Шакирова, Р.К. Инфляция, антиинфляционная политика и налоги: теория и практика [Текст] / Р.К. Шакирова // Финансы и кредит. - 2015. - № 2. - С. 22 - 38.

© Д.А. Крылова, М.В. Стафиевская, 2016

УДК 631.11:332.334.4

В.И. Кузнецов,

К.с.х. - н., доцент

В.В. Кузнецова,

К.с.х. - н., доцент

И.А. Азиева,

старший преподаватель

ФГБОУ ВО Волгоградский ГАУ,

г. Волгоград, Российская Федерация

ПРИМЕНЕНИЕ МАТЕРИАЛОВ МОНИТОРИНГА ЗЕМЕЛЬ ПРИ ЗЕМЛЕУСТРОЙСТВЕ

В соответствии со статьей 67 Земельного кодекса Российской Федерации государственный мониторинг земель представляет собой систему наблюдений за состоянием земель. Объектами государственного мониторинга земель являются все земли в Российской Федерации [4,6].

Государственный мониторинг земель является частью государственного экологического мониторинга (государственного мониторинга окружающей среды), осуществляемого в рамках решения задач, связанных с регулярными наблюдениями за состоянием окружающей среды, хранением, обработкой информации о состоянии окружающей среды, анализом полученной информации в целях своевременного выявления изменения состояния окружающей среды под воздействием природных и антропогенных факторов, оценки и прогноза этих изменений, обеспечения органов государственной власти, органов местного самоуправления, юридических лиц, индивидуальных предпринимателей, граждан информацией о состоянии окружающей среды [7].

Земля, как природный объект и природный ресурс, является самой главной составляющей окружающей среды и, поэтому государственный мониторинг земель

призван выполнять связующую и координирующую роль всех мониторингов окружающей среды.

В соответствии с изменениями в законодательстве, с 1 марта 2015 года – мониторинг земель заключается не столько в наблюдении, сколько в оценке и прогнозировании, направленных на получение достоверной информации о состоянии земель, об их количественных и качественных характеристиках, их использовании и о состоянии плодородия почв (п. 1 ст. 67). В связи с этим существенно изменились задачи государственного мониторинга земель, носившие ранее предупредительный характер. Сущность мониторинга теперь заключается в выработке предложений о предотвращении негативного воздействия на земли; обеспечении органов власти информацией о состоянии окружающей среды в части состояния земель; обеспечении юридических лиц, индивидуальных предпринимателей, граждан информацией о состоянии окружающей среды в части состояния земель.

Изменились формы мониторинга, которые зависят не от наблюдаемой территории, а от целей наблюдения (мониторинг использования земель и мониторинг состояния земель), его результаты после систематизации станут общедоступными.

Современное состояние земельных ресурсов показывает, что земельные преобразования, произошедшие в 90 - х годах прошлого столетия, не достигли желаемых результатов, о чем свидетельствует низкая эффективность их использования [1]. Объясняется это, прежде всего экономическими причинами: постоянно растущими ценами на энергоносители, сельскохозяйственную технику, минеральные удобрения и химические препараты, семенной материал и т.д. Решить все эти проблемы не под силу одному частному землевладельцу. К тому же реализация полученной сельскохозяйственной продукции носит неустойчивый, случайный характер [1,2].

В то же время следует отметить очень важное аграрно - экономическое обстоятельство. Получение земли в собственность не улучшило эффективность ее использования. По - прежнему отмечается повсеместное проявление деградации земель, полная зависимость от проявления негативных природных и природно - технических явлений (периодически проявляющийся недостаток естественного увлажнения, негативное воздействие водной и ветровой эрозии, недостаток мелиоративных мероприятий, подтопление и т.п.) [5]. Все эти обстоятельства создают острую потребность в объективной информации и контроле происходящих изменений в использовании земель сельскохозяйственного назначения.

Для реализации задачи мониторинга сельскохозяйственных земель Главный вычислительный центр Министерства сельского хозяйства России и Институт космических исследований Российской академии наук ведут совместную разработку системы спутникового мониторинга сельскохозяйственных земель России, призванную обеспечить получение объективной информации об их использовании. Важным элементом разрабатываемой системы является получение информации о наличии и использовании пахотных земель [8]. Такая информация должна включать в себя данные о пространственном размещении используемых пахотных земель и посевов сельскохозяйственных культур, а также данные оперативного мониторинга состояния посевов. Таким образом, система направлена на обеспечение заинтересованных пользователей информацией о площадях пахотных земель и посевов различных типов, их продуктивности, оперативной информацией о состоянии посевов. Особый интерес для

получения оценок использования сельскохозяйственных земель представляет применение данных дистанционного зондирования (ДДЗ). В условиях необходимости обеспечения регулярного мониторинга данные спутниковой съемки являются практически безальтернативным источником данных. Важным преимуществом спутниковой съемки также является оперативность, объективность и независимость получаемой информации. К числу факторов, сдерживавших до недавнего времени развитие практических систем мониторинга, можно отнести ограниченную доступность необходимых программно - технических современных спутниковых средств, систем, недостаточное развитие методов тематической обработки спутниковых изображений.

Появившиеся в последние годы спутниковые системы делают данных дистанционного зондирования качественно более доступными для пользователей. Разработка методов обработки ДДЗ для мониторинга сельскохозяйственных земель позволит существенно повысить точность и объективность информации об их использовании, что явится важным шагом к созданию обзорных карт землепользования [3].

Состояние и динамика использования пахотных земель являются важным вопросом современной экологии. Изменения в использовании пахотных земель ведут к изменениям микроклимата, ландшафта, влияют на объемы углекислого газа. Забрасывание пахотных земель, имевшее место практически во всех регионах России в последние десятилетия, как правило, сопровождается их деградацией, эрозией, резким снижением плодородия почв, зарастанием древесно - кустарниковой растительностью [2]. При этом стихийный характер забрасывания усложняет задачу наблюдения и контроля за использованием сельскохозяйственных земель. Нерациональное землепользование, связанное с несоблюдением правил сельскохозяйственного севооборота, может приводить к истощению почв, а значит, к длительному снижению плодородия земель.

Из вышесказанного следует, что первоочередными задачами, которые необходимо решить с помощью данных дистанционного зондирования земли (ДЗЗ) в аграрном секторе экономики России, являются создание специальных тематических карт. Сельскохозяйственные угодья, а также брошенные, засоренные, зарастающие (в том числе лесной растительностью) земли хорошо дешифрируются по текстуре изображения. Наличие большого массива архивных снимков также может оказать существенную помощь. Например, если сравнить снимки *Landsat* 1990 - х годов с современными, то несложно выявить земли, пришедшие в негодность и требующие значительных финансовых вложений для возвращения в оборот [3].

Таким образом, существует необходимость в объективных методах контроля землепользованием, причём как на уровне отдельных аграрных регионов, так и на уровне страны в целом. Учитывая важное экологическое, экономическое и социальное значение сельского хозяйства в России, имеющийся недостаток объективной, оперативной и достоверной информации об использовании пахотных земель, можно утверждать, что развитие методов спутникового мониторинга пахотных земель России стоит в ряду приоритетных научных задач.

Список использованной литературы:

1. Гурман В.И., Рюмина Б.В. Эколога - экономические модели устойчивого развития территории с ресурсодобывающим типом производств // Эколога - экономическое развитие России (проблемы и пути их решения). М.: МГЛУ, 2001. 393 с.

2. Козырёва Е.П. Комплексная оценка территории в экономической и социальной географии // География в меняющемся мире: взгляд молодых учёных: материалы молодёжной научно - практической конф. «Факты географии и геоэкологии» / СПбГУ. СПб., 2005. 273 с.

3. Нейштадт И.А. Методы обработки данных спутниковых наблюдений MODIS для мониторинга пахотных земель: дисс. канд. техн. наук. М., 2007 162 с.

4. Приказ Минэкономразвития России от 26.12.2014 № 852 «Об утверждении Порядка осуществления государственного мониторинга земель, за исключением земель сельскохозяйственного назначения»

5. Сводные материалы по мониторингу земель Волгоградской области 2004 г.

6. Постановление Правительства Российской Федерации от 19.01.2005 № 30 «О Типовом регламенте взаимодействия федеральных органов исполнительной власти»

7. Постановление Правительства Российской Федерации от 28.11.2002 № 846 «Об утверждении Положения об осуществлении государственного мониторинга земель».

8. Федеральный закон от 27.07.2006 № 149 - ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации»

9. Федеральный закон от 24.07.2007 № 221 - ФЗ «О государственном кадастре недвижимости»

© Кузнецов В.И., 2016

УДК 658.626

О.А. Лебедева

К.э.н., доцент кафедры «Маркетинг и торговое дело»

ФГБОУ ВПО «Орел ГИЭТ»

г. Орел, Российская Федерация

Р.И. Гукова

студентка 3 курса факультета бизнеса и рекламы

ФГБОУ ВПО «Орел ГИЭТ»

г. Орел, Российская Федерация

В.К. Филин

Студент 3 курса факультета бизнеса и рекламы

ФГБОУ ВПО «Орел ГИЭТ»

г. Орел, Российская Федерация

ПРИМЕНЕНИЕ РЕБРЕНДИНГА ДЛЯ НОВОГО ВОСПРИЯТИЯ ОБРАЗА КОМПАНИИ

Ребрендинг - это изменение, перестраивание бренда в позиционировании его потребителю. Предпосылками данного шага является изменение тенденций в мире, а так же смена целевой аудитории для компании. Суть ребрендинга заключается в том, чтобы создать новую волну эволюции бренда. В этот период изменяется все составляющие брендингования: начиная с упаковки и заканчивая рекламными материалами [1].

Отличие ребрендинга от брендинга заключается в том, что во втором случае вы создаете образ компании «с нуля», сами выбираете политику, идею, целевую аудиторию и позиционирование марки. Когда же происходит ребрендинг компании, то вы имеете дело уже с готовой историей, дальнейшее течение которой должно быть изменено. Самое важное в этом процессе - изначально определить в каком состоянии находится ваш бренд [2].

Ситуации где необходим ребрендинг:

- 1) Устаревание бренда. Развитие современного мира стремительно, что говорит о необходимости подстраиваться под новые тенденции и правила рынка для успешного ведения бизнеса. Когда бренд перестает работать, его отправляют «на переустановку».
- 2) Появление сильного конкурента с более интересным образом. Чтобы не потерять свою долю на рынке, когда приходит новый участник, необходимо меняться.
- 3) Когда поставлены новые задачи. Не менее важной причиной ребрендинга является постановка новых целей, к примеру, выход на новый рынок или же увеличение продаж.
- 4) Смена сферы деятельности. Если вы решили, к примеру, перейти с производства запчастей на производство автомобилей - не забудьте обновить бренд [3].

Этапы ребрендинга:

- 1) Целеполагание. Рабочей группе, знающей о стратегических целях компании, необходимо четко сформулировать цели изменения бренда. Эти цели удобнее всего формулировать в следующих параметрах: осведомленность, знание, отношение, лояльность.

К примеру, если у гипотетической компании есть стратегическая цель - стать самым крупным продавцом определенного товара на Российском рынке, то показатели должны быть следующие:

- осведомлённость – определенный процент аудитории;
- знание - целевая аудитория знает особенности бренда;
- отношение к продукции производителя лучше, чем к продукции конкурентов;
- уровень лояльности - определяется количеством повторных покупок.

Данный подробный план поможет исполнителям составить представление о будущей работе. Измерение показателей не только является оценкой и показателем прогресса, а так же является мотивирующим фактором для исполнителя.

- 2) Планирование проекта. Прежде чем начать дело, необходимо определить ограничения, доступные ресурсы, сроки и ответственных исполнителей.

- Ресурсы. Если вы никогда не занимались ребрендингом, то вам помогут специалисты, которые грамотно организуют процесс и предвидят ошибки. Помимо затрат на внешних специалистов компания должна быть готова к инвестициям для мероприятий (реклама, PR - мероприятия, web - promotion, и так далее).

- Ответственные исполнители. Часто ответственным назначают директора по маркетингу или руководителя маркетинговых коммуникаций. Перестройке бренда необходим надежный «спонсор», желательно генеральный директор компании. Если же таковой поддержки нет, то шанс провала резко возрастет. Скорее всего в ходе реализации проекта возникнет конфликт между подразделениями, которые может разрешить только влиятельная «верхушка», если же у руководства компании нет понятия о важности сильного бренда, то кампания может зайти в тупик.

- Сроки. Необходимо понимать, что проект ребрендинга - достаточно длительный и трудоемкий процесс. Каждый этап займет не меньше месяца, если вы хотите пройти каждый пункт плана, вам потребуется не менее полугода, а то и год. Если же существуют какие - то неотложные вопросы, к примеру разработка нового логотипа или слогана, то воспользуйтесь временным решением, а не затягивайте данный процесс. Иначе это может исказить ваше позиционирование, что будет не легко исправить.

- Ограничения. Необходимо учитывать, что могут возникнуть определенные ограничения, к примеру, полная секретность - это повлияет на выбор подрядчика, или же будет необходим обновленный выпуск продукции по всему миру. Специфические ограничения подтолкнут на выбор между качеством результата (что крайне нежелательно) и сроках завершения проекта.

3) Анализ состояния бренда. Распознавание, на каком этапе находится объект, проводится по двум направлениям: первое - как его воспринимают внутри компании, второе - его восприятие целевой аудиторией. Важно понимать, какие ассоциации применяют потребители и сами сотрудники компании к продукту. Такой мониторинг поможет определить план дальнейших действий. Расхождения в этих двух аспектах говорит о том, что необходимо создавать новую политику позиционирования бренда для создания единого образа для всех аудиторий. В случае сходного восприятия - нужно разобраться на сколько оно отличается от идеального образа бренда, по каким пунктам не соответствует ожиданиям потребителя [5].

После определения состояния марки можно переходить к стратегии изменения. Нельзя упускать из внимания ценовой и ассортиментный аспект (если бренд потребительский), корректировка или полное изменение атрибутов бренда - названия и фирменного стиля. Важно установить масштаб ребрендинга уже на начальном этапе.

4) Анализ конкурентов. Необходимо выявить:

- к какому имиджу стремятся конкуренты;
- эффективность работы над брендом;
- трудности, с которыми сталкивается конкурент.

Это поможет в выборе политики позиционирования собственного бренда.

5) Разработка развития и стратегии бренда. По определению отличия реального состояния бренда от желаемого, можно сделать вывод на сколько сильны шансы успешно провести кампанию. Ребрендинг может включать в себя изменение в целом или по отдельности следующих составляющих бренда:

- смена ценовой политики (это необходимо, если бренд переходит из средне ценовой ниши в премиальную);
- изменение основы позиционирования (когда меняется основная ценность компании, посылаемая потребителю);
- новая марочная архитектура (внутри марочного портфеля компании);
- переход на новую целевую аудиторию (расширение или же переход на низшее позиционирование);
- смена названий (в отечественной практике это связано с желанием уйти от ассоциаций с советским временем);
- новый дизайн (визуально позволяет обновить образ бренда) [6].

В случае, когда имидж компании испорчен и вызывает не самые приятные ассоциации у потребителя, является не актуальным или же не конкурентоспособным, то старые образы, использованные в позиционировании марки, будут мешать. Здесь нужен тотальный ребрендинг.

Более правильным будет оставить прежнее позиционирование бренда и даже некоторые элементы коммуникации, если у марки хорошая репутация. В этом случае необходимо оставить узнаваемость бренда и в то же время сделать его более современным, инновационным и дружелюбным.

6) Выполнение плана. На данном этапе вам будет необходима спонсорская поддержка, особенно если реализация проекта требует изменений в организации фирмы.

Чтобы заслужить максимальную долю лояльности у потребителей, необходимо анализировать каждый шаг, проводить тестирование на фокус - группах, вносить изменения в план работы. Строение сильного бренда - это непрерывная работа, которую нельзя останавливать, если вы хотите добиться успеха. Разные действия необходимо проводить с разной частотой, к примеру смену ценностей компании не чаще чем в 3 - 5 лет. Каждое действие при брэндинге или ребрендинге должно синхронизироваться с остальными в одну систему.

7) Мониторинг. Как говорил Марк Ритсон «Мониторинг - это то, что отделяет детей и шарлатанов от профессионалов брендинга». По его словам на мониторинг необходимо расходовать не менее 5 % выделенного бюджета. Это поможет увидеть ошибки и вовремя их исправить.

Наиболее надежными являются «дорогие» исследования (глубинные интервью), так как для получения достоверных данных необходимо провести не менее 30 интервью с представителями каждого сегмента потенциальной аудитории. Слишком часто проводить подобные исследования нецелесообразно, наиболее допустимая частота – раз в год [4].

Порой изменения только внешних составляющих бренда недостаточно. Очень важно позиционирование и образ, в котором вы хотите продавать. Ребрендинг - это длительный и трудоемкий процесс, который требует не только материальных затрат.

Список использованной литературы:

1. Бадьин А. Ребрендинг и рестайлинг // Продвижение продовольствия Prod&Prod. – 2010. - № 1; [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://re-port.ru/articles/65987/>
2. Бренд и ребрендинг: польза и необходимость [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://indivip.ru/soveti/brend-i-rebranding-polza-i-neobxodimost.html>
3. Назайкин А. Ребрендинг: цели, задачи, этапы [Электронный ресурс] / Режим доступа: http://www.nazaykin.ru/_br_rebranding.htm
4. Ребрендинг: его этапы и достоинства [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://www.ahorus.ru/topic2137.html>
5. Свидовская Ю.А., Ляпина И.Р., Лебедева О.А. Позиционирование брендов // Научные записки ОрелГИЭТ. 2011. №2. С. 257 - 260.
6. Филимонова В. Ребрендинг по - русски [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://www.politcom.ru/2176.html>

© О.А. Лебедева, Р.И. Гукова, В.К. Филин, 2016

О.А. Лебедева

К.э.н., доцент кафедры «Маркетинг и торговое дело»
ФГБОУ ВПО «Орел ГИЭТ»
г. Орел, Российская Федерация

Н.А. Скворцова

К.э.н., доцент кафедры «Маркетинг и торговое дело»
ФГБОУ ВПО «Орел ГИЭТ»
г. Орел, Российская Федерация

Р.И. Черненко

Магистрант 1 курса
ФГБОУ ВПО «Орел ГИЭТ»
г. Орел, Российская Федерация

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ЭЛЕМЕНТОВ КОММУНИКАЦИОННОЙ ПОЛИТИКИ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ

Формирование рыночных отношений требует от российских предпринимателей уделять максимальное внимание мероприятиям, направленным на продвижение продукции на рынок. Товары и услуги должны находить своего потребителя, для информирования которого необходимо задействовать целый комплекс коммуникативных средств, призванных сообщить рынку о товарном предложении. Одним из ключевых элементов коммерческой деятельности предприятия является стратегия продвижения продукции, т.к. в ней находят отражение коммуникационные цели кампании, базовые принципы и методы маркетинговых коммуникаций, а также общая стратегия продвижения товара на рынок. Это приобретает колоссальное значение особенно в условиях конкурентного соперничества со стороны других изготовителей подобных товаров и услуг [3].

Составным элементом целостной экономической системы является коммуникационный рынок, который функционирует во взаимодействии с другими категориями рынков, а также развивается в соответствии с общими законами рыночной экономики, обеспечивая общественную потребность в информировании потребителей о событиях, происходящих в сфере товарного обращения. Точкой отсчета бурного развития данного рынка практически во всех странах мира можно считать начало 90 - х годов прошлого столетия. Особенно быстрое развитие данного рынка наблюдалось в странах Центральной и Восточной Европы, России и Азиатско - Тихоокеанского региона. На состояние и развитие коммуникационного рынка большое влияние оказывает общеэкономическая ситуация в стране, поэтому активность на данном рынке может служить своеобразным индикатором экономического развития региона.

Коммуникативные средства продвижения призваны обеспечить рост эффективности продаж в результате активного воздействия на потребителей, персонал, партнеров компании. Формируя политику продвижения, руководство организации должно помнить о двойном эффекте, которого можно добиться в результате применения коммуникационных мероприятий: активизации потребительского спроса и формировании благоприятного имиджа компании.

В современном мире продвижение нового товара или услуги на широкий рынок невозможно осуществить без правильно организованной подачи и донесения информации до потребителя. Чем оригинальнее и креативнее будет примененный маркетинговый ход – тем быстрее продукт запомнится и будет востребован. Удачный маркетинговый ход способен поднять любую фирму на гребень успеха. Правильный коммуникационный подход – это уникальный способ продвинуть свой бизнес далеко вперед и обогнать своих конкурентов на годы вперед [6, с.35].

Для продвижения товара на рынок фирма должна задействовать различные каналы, которые представлены на рисунке 1.

Всю совокупность элементов системы продвижения продукции можно условно сгруппировать в две категории. К основным элементам продвижения относятся реклама и персональная продажа, а к дополнительным – связи с общественностью (пропаганда) и стимулирование сбыта [4].

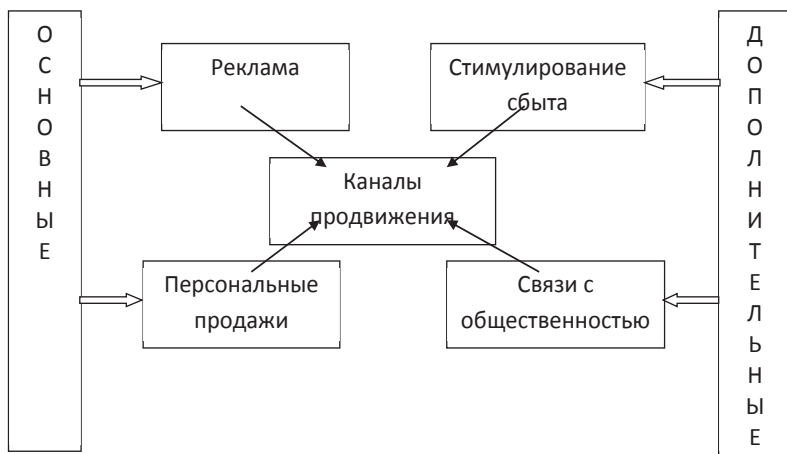


Рисунок 1 – Составляющие элементы системы продвижения товаров

Рациональному расходованию средств на отдельные коммуникационные направления способствует план продвижения изделий. Он, как правило, структурно включает три части: цели продвижения, структуру продвижения и бюджет на продвижение.

Общая цель продвижения – формирование и активизация спроса, т.е. увеличение или сохранение объема спроса на прежнем уровне (в случае его падения). В зависимости от рыночной ситуации эта общая цель может структурно включать две большие подцели: первая – продать товар или услугу; вторая – откорректировать имидж предприятия.

Обе подцели направлены на стимулирование спроса, то есть в любом случае способствуют росту продажи товара. Однако в первом случае активизируется спрос на определенный продукт, а во втором – ставится задача улучшить «образ» предприятия, его товарные марки, торговый знак в расчете на то, что этот положительный образ будет ассоциироваться у покупателей не только с конкретным изделием данной фирмы, но и со всеми товарами (услугами), выпускаемыми или предлагаемыми ею. Поэтому во втором

случае главная цель, преследуемая предприятием, - не продажа определенного продукта, а привлечение внимания покупателей ко всем изделиям предприятия.

Продвижение, как и любая система, динамично и поэтому подвержено различным изменениям. Эти трансформации могут касаться как всей программы по продвижению в целом, так и отдельных, составляющих ее элементов. Стандартный перечень используемых предприятиями инструментов продвижения постоянно расширяется. В частности, новым коммуникативным элементом является брендинг. Многие специалисты считают, что на смену конкуренции товаров приходит конкуренция брендов.

Брендинг как наука и искусство формирования долгосрочных покупательских предпочтений к товарной марке начал активно развиваться в 30 - е годы XX века в США, и с тех пор его фундаментальный постулат - марочный принцип управления – является неотъемлемым инструментом продвижения товаров на потребительский рынок. Брендинг предполагает совместное усиленное воздействие на потребителя всей совокупности арсенала средств рыночных коммуникаций при условии их активной нацеленности (всех вместе и каждого по отдельности) на формирование имиджа предприятия и стимулирование спроса на его продукцию [5].

Именно брендинг дает возможность добиться роста эффективности функционирования всей системы продаж предприятия, потому что, отличаясь от всех остальных форм продвижения, он позволяет преодолеть предвзятое мнение, стереотипы или отсутствие лояльности потребителей, так как основные факторы успеха товаров базируются не на их объективно заданных, а на субъективно воспринимаемых потребителями преимуществах.

Кроме того, брендинг способствует поддержанию запланированных объемов продаж на конкретном рынке и существенно облегчает процесс освоения новых рынков не за счет беспорядочного расходования средств на рекламу, а путем реализации долговременной программы по созданию и закреплению в сознании потребителей имиджа марки. Главная задача брендинга - создание значительного марочного капитала, то есть накопленного рыночного потенциала бренда, который особенно важен в долгосрочном аспекте.

Брендинг позволяет сформировать и повысить лояльность потребителей, указывает направление, в котором должны прилагаться усилия предприятий. В этом направлении следует знать, как преподнести торговую марку потребителям, сделать ее популярной, а также как защитить ее от подделок. Хорошо управляемые бренды почти бессмертны. В этом и заключается принципиальное отличие бренда от товара, который проходит этапы жизненного цикла (внедрения, роста, зрелости и спада) в достаточно быстром темпе. Период жизненного цикла бренда не имеет определенных временных границ при условии постоянной компенсации возникающего износа: бренд достаточно быстро переносится с одного товара на другой, переходит от фирмы к фирме.

В отличие от обычного товара, бренд оказывает воздействие на потребителя с трех сторон. С первой, функциональной стороны, бренд сообщает максимум полезной информации и гарантирует получение потребительских свойств. Со второй стороны, эмоционально - психологической, создаются устойчивые, долгосрочные положительные отношения с потребителем (формируется лояльность). Третья сторона, культурно - базовая, определяет основу осуществления бренда, т.к. отражает систему ценностей, традиций и норм, характерных для конкретного рынка [1].

Профессиональный брэндинг - это обоснованный, многоструктурный, выверенный и контролируемый комплекс по созданию товарной марки, разработке дизайна упаковки, рекламной аргументации, проведению акций по стимулированию сбыта, предполагающий использование всего арсенала средств коммуникативного воздействия на потребителя. Растущий интерес к брендингу способствовал возникновению различных его видов.

Например, существует промышленный брэндинг, а также брэндинг услуг, социальный брэндинг. В последние годы производители стали активно использовать модели детского брэндинга, который имеет свои отличительные особенности.

Выбор тех или иных видов продвижения товаров (услуг) на рынок (или комбинаций данных видов продвижения) определяется следующими факторами: денежными ресурсами, целями кампании в области продвижения, характеристиками целевого рынка, характеристиками продукта, его ценой, возможностью применения тех или иных методов продвижения, нахождением потребителя на определенной стадии готовности купить товар, выбранной стратегией продвижения [3].

Список использованной литературы:

1. Брендинг в современной России: основные проблемы и перспективы развития [Электронный ресурс] - Режим доступа: http://studme.org/36955/marketing/brending_sovremennoy_rossii_osnovnye_problemy_perspektivy_razvitiya
2. Макарова Т.Н., Жарких Ю.С. Современные технологии воздействия на потребителя // Научные записки ОрелГИЭТ.2010.№1.С.345 - 348
3. Продвижение товара, продвижение товаров на рынок и стимулирование сбыта. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://adv.jofo.ru/482239.html>
4. Роль интегрированных маркетинговых коммуникаций в формировании лояльности потребительского рынка. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://uecs.ru/ru/marketing/item/3350-2015-02-11-08-14-02>
5. Россия пока не имеет стратегии развития национальных брендов [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://ac.gov.ru/events/05930.html>
6. Скворцова Н.А., Лебедева О.А. Коммуникационные стратегии предприятий на региональном рынке // Инновационный Вестник Регион. 2013. №2. С. 33 - 36.

© О.А. Лебедева, Н.А. Скворцова, Р.И. Черненко, 2016

УДК 330

Е.Н. Лиханин,

студенты 4 курса финансового факультета,
Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова,
г. Москва, Российская Федерация

Научный руководитель: Н.В. Грызунова

д.э.н., профессор, кафедра Налогов и налогообложения
Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова,
г. Москва, Российская Федерация

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МЕТОДОВ РЕСТРУКТУРИРОВАНИЯ ЗАДОЛЖЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИЙ ПО НАЛОГАМ И СБОРАМ

Проблема задолженности организаций по платежам в бюджет затрагивает интересы не только государства и местных органов управления, но и организаций, организаций различных организационно - правовых форм. Она заслуживает самого серьезного внимания, поскольку долги перед государством достигли астрономических размеров, сопоставимых с объемом поступления средств в бюджет.

В целях сокращения долгов организаций перед бюджетом, а также ликвидации их взаимной дебиторской задолженности Правительством России был принят ряд постановлений, позволивших урегулировать поступление налоговых платежей в бюджет при одновременной активизации финансово-хозяйственной деятельности в стране.

Погашение задолженности является одним из основных резервов роста налоговых поступлений в бюджет. Кардинальное решение данного вопроса невозможно без создания целостной системы по работе с крупнейшими организациями, а ее основой должен стать мониторинг финансово - хозяйственной деятельности и оценка финансового состояния.

Реструктуризация - это один из способов урегулирования проблемы неплатежей в бюджетную систему и создания предпосылок для оздоровления экономической ситуации. Проблема накопленных долгов по налогам и иным платежам в бюджетную систему в последние годы серьезно стоит на повестке дня и до сих пор не перестает быть сверхактуальной.

Проанализируем возможные методы реструктурирования налоговой задолженности. В первую очередь определим положительные и отрицательные стороны каждого их методов (в сравнении друг с другом), а также риски и возможности, с которыми связан каждый из методов для ее заинтересованных — государства, организации, а также, третьих лиц, которые могут иметься в каждом конкретном случае.

*Таблица 1 Сравнительный анализ
и оценка различных методов реструктурирования налоговой задолженности*

	Изменение условий погашения просроченной	Конвертация задолженности организации в ценные	Смена сторон долговых отношений
Суть метода реструктурирования	Возможные варианты: 1. Превращение просроченной задолженности организации в долгосрочный кредит с определением процентов и сроков последующего возврата 2. Предоставление рассрочки на имеющийся налоговый долг 3. Списание части долга (или долга целиком)	Возможные варианты: 1. Конвертация долгов в облигации 2. Конвертация долгов в векселя 3. Конвертация долгов в акции	Возможные варианты: 1. Уступка долга 2. Продажа долга 3. Взаимозачет долга (при наличии третьих лиц)

Основные преимущества метода	Организационная простота метода Высокая вариативность метода, т.е. возможность	При третьем варианте - государство получает возможность влиять на стратегию организации через долю в инвесторам, в т.ч. и государству) Наводнение рынка неликвидными ценными бумагами	Государство имеет возможность получить задолженность в максимально короткие сроки
Риски сторон при реализации метода	Вероятность, что долг не будет погашен и в будущем	Возможность неисполнения обязательств по облигациям. Высокая вероятность обесценения ценных бумаг организации Возможность снижения инвестиционной привлекательности организации при наличии в его капитале большой доли государства.	Скупка долгов может использоваться рейдерами как инструмент захвата организации
Способ управления риском	Обеспечение долга залогом, в том числе акциями, специально выпущенными организациям под цели реструктурирования (в соответствии с очередностью удовлетворения требований кредиторов при ликвидации организации, в том числе при несостоятельности (банкротстве) организации, требования кредиторов по обязательствам, обеспеченным залогом, удовлетворяются раньше требований других кредиторов (пункт 1,2 статьи 64 ГК РФ))	Обеспечение облигаций залогом Эффективное управление госдолей организации (например, передача акций на управление общепризнанным инвестиционным и управляющим компаниям - «Тройка Диалог», «Ак Барс Капитал» и пр.) Обеспечение информационной прозрачности деятельности организации (раскрытия информации) Организация диалога с миноритариями.	Реализация метода только через привлечение надежных, юридически чистых партнеров (в том числе организаций с высокой долей государственного капитала)

В таблице 1 представлены только основные методы реструктурирования соответствующие конкретной задаче, требующей решения. Отметим, что наряду с ними в соответствии с конкретной ситуацией могут использоваться и смешанные методы реструктурирования задолженности. Одним из примеров применения такой смешанной формы можно считать дополнительную эмиссию акций с последующей оплатой налоговых долгов за счет средств, полученных при размещении такой эмиссии. Такой метод позволяет, в частности, обойти приведенное в таблице ограничение, содержащееся в ст. 99 ГК РФ по дополнительной эмиссии акций, не допускающее освобождение акционера от обязанности оплаты акций, в том числе путем зачета требований к обществу.

Для целей выкупа допэмиссии акций может быть создан специальный государственный фонд (либо государственная управляющая компания), финансируемый за счет бюджета. Средства фонда, направляемые на выкуп допэмиссии, тут же возвращаются в бюджет в виде погашенной задолженности, а акции организации поступают в управление фондом.

Кроме того, в таблице не рассмотрен такой возможный метод реструктурирования налоговой задолженности как использование поручительства третьих лиц при достижении договоренности о реструктурировании. При этом, если организации окажется неспособным выплатить долги в соответствии с принятым графиком их погашения, обязанность по выплате задолженности перекладывается на поручителя.

Помимо прочего, государство может использовать задолженность организаций, предварительно конвертированную в ценные бумаги, переданные государству, в качестве вклада в уставный капитал совместных с этим организациям обществ. Другими словами, речь идет о совмещении процессов реструктурирования налоговой задолженности с процессами реструктурирования самих организаций - должников. Большинство крупных организаций - должников до сих пор объединяют в себе как основное бизнес - направление деятельности, так и все вспомогательные - ремонтные и транспортные подразделения, лаборатории, ИТ - службы и пр. В то же время, мировая практика как наиболее оптимальный способ ведения бизнеса подразумевает вывод таких служб на аутсорсинг. Ведущие отечественные компании (Газпром, Лукойл и др.) тоже пошли по этому пути, создавая дочерние ремонтные, строительные, транспортные структуры. Такой подход позволяет компании бросить все усилия на эффективное выполнение основной деятельности, а дочерним структурам — оказывать услуги не только материнской компании, но и сторонним заказчикам, многократно увеличивая тем самым собственную производительность труда.

Еще одним методом может стать такой, когда налоговая задолженность крупных организаций конвертируются в акции новых образованных на их базе организаций, путем выделения вспомогательных производств. При этом, вкладом организаций являются здания и оборудование, задействованные во вспомогательных видах деятельности, а также имеющиеся нематериальные активы. А вкладом государства - сумма налоговой задолженности основной организации. Актуальность применения такого метода связана с тем, что государство не так давно заявило несколько проектов по освоению и развитию отдельных видов деятельности и отраслей. Среди них есть и те, которые могут быть реализованы на базе выделенных в отдельные компании подразделений организаций - должников. В частности, около полугода назад государство всерьез заинтересовалось проблемами отечественного станкостроения. В качестве основного проекта, позволяющего

вывести станкостроительную отрасль из кризиса, обозначено создание государственной инжиниринговой компании, обслуживающей потребности отрасли.

Выделение из станкостроительных организаций конструкторских бюро и вхождение в них государства и позволит наиболее эффективно реализовывать определенные проекты развития. Таким образом, решается сразу несколько задач:

- 1) организация - должник освобождается от обременения в виде налоговой задолженности;
- 2) происходит реструктурирование организации - должника в форму, обеспечивающую наиболее эффективное ведение основного бизнеса;
- 3) государство реализует инициированный самим же государством проект развития.

Государство в счет погашения налогового долга получает долю в собственности бизнеса с большим потенциалом развития.

Таким образом, каждый из методов реструктурирования бюджетного долга имеет свои уникальные особенности, делающие его более или менее привлекательным при реализации задач государства, обозначенных ранее.

Следует отметить, что разграничение функций, выполняемых той или иной формой реструктурирования налоговой задолженности позволит не только более рационально использовать сумму реструктурированной задолженности, строго подходить к выбору той или иной формы реструктурирования применительно к каждой конкретной ситуации, но и более полно оценивать эффект, получаемый в рамках решения той или иной задачи.

В то же время для организаций со стратегически важными для национальной экономики направлениями деятельности необходимо при выборе одной из форм реструктурирования руководствоваться прежде всего решением инвестиционной задачи. Поэтому наиболее подходящими здесь кажутся такие методы реструктурирования налоговой задолженности, как переоформление задолженности в долгосрочный кредит и конвертация долга в ценные бумаги организации.

Такой подход имеет все характерные черты, свойственные типовому инвестиционному проекту. Такие как первоначальные инвестиции в нашем случае представленные в виде отсроченной или сниженной (вплоть до нуля) задолженности организации, а также отдача от инвестиций — в виде будущих налоговых поступлений. Предполагается, что благодаря снижению текущей налоговой нагрузки организация получит необходимый толчок (в виде высвободившихся оборотных средств) для своего будущего развития. Достигая определенного уровня финансового развития организация становится платежеспособным и вносит свою лепту в формирование бюджетов всех уровней.

Другая форма отдачи инвестиций — рост стоимости госпакета акций организации, а в случае выхода организации на доходный уровень — дивиденды (в том случае если акционерами будет принято такое решение). Участниками такого инвестиционного проекта являются государство (либо определенная региональная администрация), выступающее в роли инвестора, и организация, в которое направляются инвестиции.

Следовательно, для принятия решения о применении того или иного метода реструктурирования необходимо предусмотреть разработку и представление организациям - должникам бизнес-плана таких инвестиций. В нем будет указываться срок окупаемости проекта, рассчитанный как период времени, когда размер перечисленных в бюджет платежей достигнет величины первоначальных инвестиций (срок окупаемости, как и при

типовом инвестиционном проекте, может быть рассчитан с учетом дисконта). И кроме того, исходя из начальных затрат и полученных доходов, должны быть рассчитаны и базовые показатели эффективности таких инвестиций - IRR, NPV и пр.

Если же говорить о задолженности крупного градо - или отраслеобразующего организации, при выборе того или иного метода необходимо руководствоваться задачами развития отрасли или решением социальных проблем региона. Как известно, социальный эффект не может быть оценен только экономическими показателями. Кроме того, при решении таких задач, государство применяет сразу несколько прямых и косвенных методов воздействия на поведение хозяйствующих субъектов. Следовательно, выявить и дать оценку в конкретных экономических показателях вклада только реструктурирования будет практически невозможно. Однако такие формы все - таки имеют право на существование в виде исключительной поддержки государством организаций, обеспечивающих стратегическую национальную безопасность.

Проведенный контент - анализ нормативно - законодательной базы в сфере реструктурирования налоговой задолженности показывает, что наиболее распространенным в современных условиях временным диапазоном периода реструктуризации является период от 6 до 12 месяцев, при этом продолжительность периода реструктуризации в реальном секторе экономики практически не зависит от сферы деятельности организации, использующего данный инструмент финансирования. В то же время средняя продолжительность реализации проектов по модернизации / совершенствованию производства в промышленности до момента окупаемости составляет, как показывает систематизация статистических данных, от 10 до 18 месяцев. В таблице 4 представлены результаты проведенной группировки периодов реструктуризации налоговой задолженности и среднего прироста рентабельности основной деятельности для организаций промышленности Республики Татарстан.

Таблица 2 Длительность периода реструктуризации налоговой задолженности и прирост рентабельности основной деятельности

Количество организаций в	Средняя продолжительность периода реструктуризации, мес.	Средний прирост рентабельности основной деятельности, %
5	2	0.2
5	5	0.3
10	7	0.6
10	9	0.9
10	11	1.3
10	13	2.6
10	15	3.2
5	17	3.3
5	20	3.4

Из приведенных данных видно, что существует сильная положительная зависимость между периодом реструктуризации задолженности и средним уровнем прироста рентабельности основной деятельности организации, что подтверждается проведенным расчет коэффициента корреляции, составляющим 0,95; указанное явление обусловлено расширением возможностей финансового маневра организаций. В то же время из приведенных данных видно, что наибольший эффект с точки зрения прироста

рентабельности основной деятельности достигается при проведении реструктуризации налоговой задолженности во временном диапазоне от 12 до 14 месяцев, что наглядно видно на рис. 1.

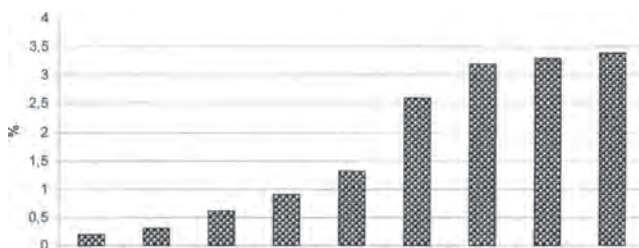


Рис. 1 Средний прирост рентабельности основной деятельности организаций при проведении реструктуризации налоговой задолженности

Таким образом, наиболее благоприятным по продолжительности является период реструктуризации налоговой задолженности, незначительно превышающий установленное в настоящее время законодательством.

По результатам исследования можно сделать следующие основные выводы:

1. Улучшение условий хозяйствования обуславливает необходимость пересмотра экономической роли реструктурирования, разработки критериев выбора той или иной формы урегулирования возникающей у организаций задолженности по налогам и сборам в соответствии с решаемыми национальными задачами. Одновременно возникает необходимость конкретизации и уточнения условий предоставления права на реструктурирование налоговой задолженности организациям. Законодательно необходимо закрепить те показатели, которые будут определять наиболее эффективные варианты изменения сроков уплаты налогов и сборов, а также штрафные санкции за невыполнение условий по таким выплатам, обеспечивающие одинаковы условия предоставления всем «нестратегическим» организациям. В то время как для наиболее важных для нации хозяйствующих субъектов можно сохранить право использования такого вида государственной финансовой поддержки как реструктурирование налоговой задолженности. В методике определяющей условия реструктурирования необходимо прописать критерии предоставления и отказа в праве на реструктурирование, а также предусмотреть несколько различных форм реструктурирования задолженности в зависимости от вида деятельности. Кроме того, прописать значения финансовых показателей ограничивающих применение права на реструктурирование.

2. Специфичными свойствами реструктурирования

задолженности по налогам и сборам организаций является: а) ее применение только в отношении уже возникшей задолженности по обязательным платежам в бюджеты всех уровней и государственные внебюджетные фонды; б) срок погашения реструктурированной задолженности по налогам и сборам (до 10 лет), значительно больше срока предоставления отсрочки; в) имеются различия в порядке предоставления права на реструктурирование по сравнению с другими способами изменения сроков уплаты налогов и сборов, предусмотренных Налоговым кодексом РФ; г) основная особенность реструктурирования заключается в том, что она предоставляется на более выгодных условиях чем какая-либо другая форма урегулирования задолженности по налогам и сборам, предусмотренная Налоговым кодексом РФ.

3. Выбор того или иного варианта реструктурирования будет определяться государством исходя из тех задач, которые необходимо решить при оказании конкретной организации такого вида поддержки. Представляется, что разграничение функций, выполняемых той или иной формой реструктурирования налоговой задолженности позволит не только более рационально использовать сумму реструктурированной задолженности, строго подходить к выбору той или иной формы реструктурирования применительно к каждой конкретной ситуации, но и более полно оценивать эффект, получаемый в рамках решения той или иной задачи.

Список используемой литературы:

1. Конституция Российской Федерации" (принята всенародным голосованием 12.12.1993) (с учетом поправок, внесенных Законами РФ о поправках к Конституции РФ от 30.12.2008 N 6 - ФКЗ, от 30.12.2008 N 7 - ФКЗ, от 05.02.2014 N 2 - ФКЗ, от 21.07.2014 N 11 - ФКЗ);
2. Налоговый Кодекс Российской Федерации (часть первая). Федеральный закон от 31 июля 2004 г. N 146-ФЗ (с изменениями и дополнениями на 2016 год);
3. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть вторая). Федеральный закон от 5 августа 2006 г. N 117 - ФЗ (с изменениями и дополнениями на 2016 год);
4. Указ Президента Российской Федерации «О государственной налоговой службе Российской Федерации» от 31.12.2004 г. № 340 (с изменениями и дополнениями на 2016 год);
5. Грызунова Н.В., К.А. Кирсанов / Управление фискальной функцией налогов на базе производственных функций и увеличения эластичности производства, Экономика Предпринимательство Окружающая Среда (ЭПОС) , Международный журнал № 1 (33) 2008, с. 117 -120;
6. Грызунова Н.В., Управление финансами хозяйствующих субъектов: современные технологии кредитования рыночных субъектов в условиях дефицита ликвидности. / Научно - практический журнал «Экономика, статистика, информатика. Вестник УМО». -2014- № 6 (2). - с.285 - 289;

© Лиханин Е.Н.

УДК 330.341

Д.Ю. Люфт

Студент гр. СТНб - 15 - 1 филиала ТюмГНГУ в г. Ноябрьске, Российская Федерация.

А.Е. Христик

Студент гр. СТНб - 15 - 1 филиала ТюмГНГУ в г. Ноябрьске, Российская Федерация.

Н.К. Мартыненко

д.и.н., проф. каф. «ЭМЕНД» филиала ТюмГНГУ в г. Ноябрьске, Российская Федерация.

ИННОВАЦИОННЫЙ ПОТЕНЦИАЛ КАК УСЛОВИЕ СТАНОВЛЕНИЯ ИННОВАЦИОННОГО ТИПА ЭКОНОМИКИ

Эффективное развитие современной экономики во многом зависит от реализации инновационного потенциала. Трансформация от традиционного к инновационному развитию способствует широчайшему внедрению при планомерной диффузии инновационных технологий в тесном соответствии с необходимыми социально -

экономическими условиями на основе правового базиса, с учетом имеющихся и планируемых научно - технических возможностей, определенных имеющихся и прогнозируемых запросов социума, при естественном действии синергетического механизма, захватывающего само производство, финансовое обеспечение, научный потенциал, развитие сферы рыночных услуг, логистики и другие факторы инновационного процесса.

Необходимо учитывать, что не все регионы страны поставлены в один ряд условий. Не всем дано совершить моментальный качественный экономический скачок. Но все экономические регионы страны должны иметь четкие сведения об имеющихся своих стартовых возможностях [3]. А именно, сведения о том насколько развита научно - производственная сфера, каков уровень науки в фундаментально - прикладных технологических нововведениях, насколько наука, научные кадры и высокопрофессионально подготовленные трудовые ресурсы соответствуют уровню требований технологических преобразований, насколько промышленные предприятия структурно - организационно имеют гибкость и маневренность, достаточную финансово инвестиционную обеспеченность для перехода к инновационному типу хозяйствования [2].

Инновационный тип экономического развития предполагает формирование совершенно иных организационных подходов, структур воздействия на все уровни внутренней и внешней среды предприятия. Создания в результате самоорганизации и интеграции особых инновационных зон в виде инновационных промышленных кластеров.

Чтобы создать такие зоны, необходим как было сказано выше, такой показатель как инновационный потенциал. Что же означает это понятие? Можно интерпретировать это значение таким образом: потенциальная внутренняя возможность определенного региона, его научной, финансовой, ресурсной, промышленной, социальной, способности внедрения в оборот, в переработку с целью стимулирования получения инновационного, многоэффективного, всестороннего инновационного развития.

Сам термин «инновационный потенциал» в конце XX века становится расхожим в связи с ускорением модернизационных процессов в нашей стране. Много велось теоретико - эмпирических и методологических рассуждений в научной среде. Остановились на том, что с инновационным потенциалом связывают ресурсы, технологии, оргструктуры, необходимые для достижения инновационной цели, словом — скрытые и явные возможности региона вести высокопродуктивные всесторонние инновационные преобразования. К возможностям относят и естественные ресурсы и накопленные резервы, которыми могут свободно воспользоваться хозяйствующие субъекты региона. В этом смысле высоким потенциалом обладает среди прочих регион ЯНАО.

Инновационный потенциал, таким образом, являет собой накопленные социумом материально - вещественные и информационные ресурсы, базу для реализации инновационной стратегии.

Следует учитывать то обстоятельство, что последовательное увеличение инновационного потенциала общественным производством связано с все более усложненным его содержанием. Здесь необходимо учитывать вероятностные структурные, технологические, материально - финансовые и прочие внутренние и внешние риски [4], неожиданные тактические переориентировки, условия и режимы кредитования, инвестирования, приоритеты, гибкость государственного вмешательства путем

регулирования и контроля производственных факторов в сфере инновационной экономической деятельности [1].

Немало важным остается тот факт, сам материально - технический прогресс сегодня целиком зависит от изменяющихся технологических процессов. Создание связи: природно - климатическо - ресурсная система плюс техническая система с научно - техническо - инженерное проектирование уступает задаче построение обновлений, инновационных комбинаций на основе уже имеющихся, отшлифованных технологических принципов и процессов, с целью потенциальной прибыльности, учетом избавления от рисков, сохранения экологии, защиты и безопасности труда, повышения его стимула и морально - психологического климата производственного коллектива.

Таким образом, основным условием инновационного развития экономики в первую очередь служит развитие и совершенствование инновационного потенциала всех уровней производства и регионов.

Список использованной литературы:

1. Тамер О.С. Неопределенность и риск в инвестиционной деятельности предприятий нефтегазовой отрасли. – Сборник научных трудов SWorld. – 2014. – № 3. – Т. 23. – С. 19 - 22.
2. Тамер О.С., Калукова О.М. Моделирование технологических и экономических процессов в нефтегазовой отрасли на основе нечетко - множественного подхода. // Экономика и управление: анализ тенденций и перспектив развития. – 2014. – № 13. – С. 323 - 332.
3. Козлов А.В. Методы оценки рисков технических и организационно - экономических проектов. – Сборник научных трудов SWorld. – 2014. – № 3. – Т. 23. – С. 6 - 10.
4. Козлов А.В., Калукова О.М. Учет рисков при обосновании надежности технических и организационно - экономических систем // Экономика и управление: анализ тенденций и перспектив развития. – 2014. – № 14. – С. 300.

© Д.Ю. Люфт, А.Е. Христич, Н.К. Мартыненко, 2016.

УДК 338.12

В. М. Мамяшева

Студентка 2 курса

УИ ФГБОУ ВО «РЭУ им. Г. В. Плеханова»

факультета экономики и менеджмента

г. Уфа, Российская Федерация

ФИНАНСОВАЯ УСТОЙЧИВОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЯ

Финансовая устойчивость предприятия является залогом выживания компании на рынке. Стабильные, сильные и устойчивые предприятия имеют больше преимуществ в борьбе со слабыми. Но как же произвести оценку финансовой устойчивости предприятия, что означают те или иные показатели?! На эти вопросы постараемся ответить в статье.

Залогом выживаемости и основой стабильности положения предприятия служит его устойчивость. На устойчивость предприятия оказывают влияние различные факторы:

- положение предприятия на товарном рынке;
- производство и выпуск дешевой, пользующейся спросом продукции;
- его потенциал в деловом сотрудничестве;
- степень зависимости от внешних кредиторов и инвесторов;
- наличие неплатежеспособных дебиторов;
- эффективность хозяйственных и финансовых операций и т. п.

Финансовая устойчивость является отражением стабильного превышения доходов над расходами, обеспечивает свободное маневрирование денежными средствами предприятия и путем эффективного их использования способствует бесперебойному процессу производства и реализации продукции. Иными словами, финансовая устойчивость фирмы – это состояние ее финансовых ресурсов, их распределение и использование, которые обеспечивают развитие фирмы на основе роста прибыли и капитала при сохранении платежеспособности и кредитоспособности в условиях допустимого уровня риска. Поэтому финансовая устойчивость формируется в процессе всей производственно - хозяйственной деятельности и является главным компонентом общей устойчивости предприятия. [2]

Анализ финансовой устойчивости. Анализ финансовой устойчивости исходит из основной формулы баланса, устанавливающей сбалансированность показателей актива и пассива баланса, которая имеет следующий вид:

$Ав + Ао = Кс + Зд + Зкр$, где

Ав - внеоборотные активы; **Ао** - оборотные активы, в состав которых входят производственные запасы (ПЗ) и денежные средства в наличной, безналичной формах и расчетах в форме дебиторской задолженности (ДЗ); **Кс** - капитал и резервы предприятия, т. е. собственный капитал предприятия; **Зд** - долгосрочные кредиты и займы, взятые предприятием; **Зкр** - краткосрочные кредиты и займы, взятые предприятием, которые, как правило, используются на покрытие недостатка оборотных средств предприятия (ЗС), кредиторская задолженность предприятия, по которой оно должно расплатиться практически немедленно (КЗ) и прочие средства в расчетах (ПС).

С учетом всех подразделов баланса данную формулу можно представить в следующем виде: $Ав + (ПЗ + ДЗ) = Кс + Зд + (ЗС + КЗ + ПС)$

Далее можно **сгруппировать** активы предприятия по их участию в процессе производства, а пассивы - по участию в формировании оборотного капитала предприятия, получив таким образом следующую формулу:

$(Ав + ПЗ) + ДЗ = (Кс + ПС) + Зд + ЗС + КЗ$, где

Ав + ПЗ - внеоборотные и оборотные производственные фонды; **ДЗ** - оборотные средства в обращении; **Кс + ПС** - собственный и приравненный к нему капитал предприятия, как правило, используемый на покрытие недостатка оборотных средств предприятия.

В том случае, если внеоборотные и оборотные производственные средства предприятия погашаются за счет собственного и приравненного к нему капитала с возможным привлечением долгосрочных и краткосрочных кредитов, а денежных средств предприятия, находящихся в расчетах, достаточно для погашения срочных обязательств, то можно

говорить о той или иной **степени финансовой устойчивости (платежеспособности) предприятия**, которая характеризуется системой неравенств:

$$(Ав + ПЗ) \leq (Кс + ПС) + Зд + ЗС, ДЗ \geq КЗ$$

При этом выполнение одного из неравенств автоматически влечет за собой выполнение и другого. [1] Другими словами, **величина запасов предприятия не должна превышать суммы собственных и привлеченных средств и заемных средств предприятия после обеспечения этими средствами внеоборотных активов**, т. е. $ПЗ \leq (Кс + ПС + Зд + ЗС) - Ав$

Выполнение этого неравенства является основным условием платежеспособности предприятия, так как в этом случае денежные средства, краткосрочные финансовые вложения и активные расчеты покроют краткосрочную задолженность предприятия.

Таким образом, соотношение стоимости материальных оборотных средств и величин собственных и заемных источников их формирования определяет устойчивость финансового состояния предприятия. Наиболее обобщающим показателем финансовой устойчивости является излишек или недостаток источников средств для формирования запасов и затрат, получаемый в виде разницы величины источников средств и величины запасов и затрат.

Список использованной литературы:

1. Капанадзе Г. Д. Оценка финансовой устойчивости: методы и проблемы их применения // Российское предпринимательство. – 2014. – № 4 (226).
2. Методологические рекомендации по проведению анализа финансово - хозяйственной деятельности организаций // Справочно - правовая система «Консультант+». © В. М. Мамяшева, 2016

УДК 338.23

Д. М. Манюрова

студентка 4 курса финансового факультета
Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова
г. Москва, Российская Федерация

А.А. Павлова

студентка 4 курса финансового факультета
Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова
г. Москва, Российская Федерация

Научный руководитель: С.В. Басов

кандидат экономических наук, доцент кафедры налогов и налогообложения
Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова
г. Москва, Российская Федерация

ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ УЧЁТНОЙ ПОЛИТИКИ ОРГАНИЗАЦИИ ПО НАЛОГУ НА ПРИБЫЛЬ В ЦЕЛЯХ НАЛОГОВОГО УЧЕТА

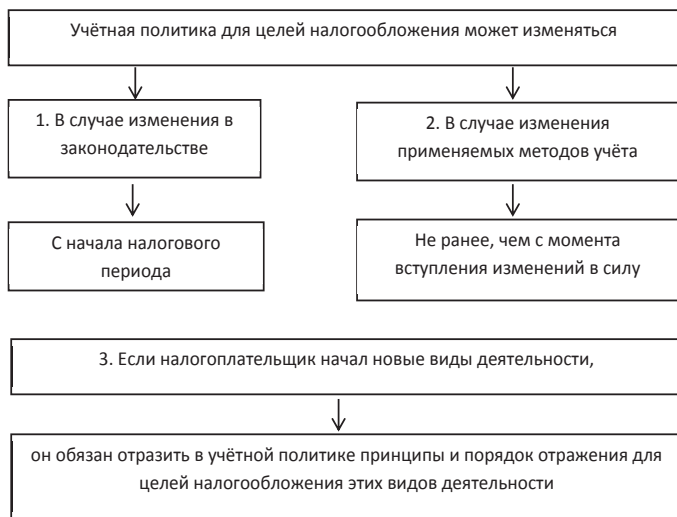
Понятие учетной политики для целей налогообложения раскрыто в п.2 ст.11 НК РФ как «выбранная налогоплательщиком совокупность допускаемых настоящим Кодексом способов (методов) определения доходов и (или) расходов, их признания, оценки и

распределения, а также учета иных необходимых для целей налогообложения показателей финансово - хозяйственной деятельности налогоплательщика».

Основной задачей при составлении учетной политики является создание оптимальной системы налогового учета. Отметим, что налоговый учет получил свой официальный статус со вступлением в силу главы 25 Налогового кодекса РФ «Налог на прибыль организаций» в 2002 г. Понятие налогового учета раскрыто в ст. 313 НК РФ как «система обобщения информации для определения налоговой базы по налогу на основе данных первичных документов, сгруппированных в соответствии с порядком, предусмотренным настоящим Кодексом».

Порядок ведения налогового учета устанавливается налогоплательщиком в учетной политике, которая утверждается Приказом руководителя. Итак, учетная политика подлежит обязательному составлению, и изменяется только в случаях, представленных в *таблице 1*.

Таблица 1. Изменения в учётной политике для целей налогового учёта



Учётная политика для целей налогообложения является обязательной для всех обособленных подразделений юридического лица (п.12 ст. 167 НК РФ). Если, например, учреждение физической культуры и спорта начало заниматься новыми видами деятельности, то оно должно в своей налоговой политике определить принципы и порядок отражения для целей налогообложения этих видов деятельности (абзац 7 ст. 313 НК РФ), что можно сделать в течение налогового периода.

Формируя учётную политику по налогу на прибыль, необходимо указать, каким образом будет производиться формирование информации для целей исчисления облагаемой базы по налогу на прибыль. Это могут быть как специально разработанные регистры налогового учёта, так и регистры бухгалтерского учёта, дополненные, при необходимости, соответствующими реквизитами. Выбор одного из вариантов зависит от самой

организации, с учётом того, каким образом у неё организован порядок ведения учёта и построен документооборот.

Следующее, что должна сделать организация, указать какой отчётный период она применяет по налогу на прибыль - ежемесячный или ежеквартальный. Вариант выбора зависит исключительно от самой организации и её желания формировать показатели по налогу на прибыль тем или иным способом. Организации необходимо указать в учётной политике тот факт, что она уплачивает по налогу на прибыль ежемесячные авансовые платежи. В этом случае, налогоплательщику нужно уведомить налоговую инспекцию и представлять налоговую декларацию каждый месяц. Организации, имеющие обособленные структурные подразделения, расположенные на территории разных субъектов федерации, должны раскрыть в учётной политике информацию о базовом показателе, пропорционально которому (помимо остаточной стоимости амортизируемого имущества) производится распределение доли прибыли, приходящейся на обособленное подразделение. Организация может выбрать либо долю среднесписочной численности сотрудников подразделения, либо долю расходов на оплату их труда. Выбор одного из вариантов зависит исключительно от самой организации в зависимости от профессионального суждения её должностных лиц.

В учётной политике следует определить порядок признания доходов (ст. 248 НК РФ): по методу начисления (ст. 271 НК РФ) или по кассовому методу (ст. 273 НК РФ), по учитываемым налоговым расходам (п.5 ст. 252 НК РФ). При этом необходимо помнить о том, что кассовый метод ограничен выручкой, не более 1 млн. руб. (без НДС) в среднем за предыдущие 4 квартала.

В *таблице 2* рассмотрены и даны комментарии к некоторым аспектам, которые необходимо указывать в учётной политике.

Таблица 2. Объекты учётной политики.

Объект	Законодательство	Комментарии
Раздельный учёт	пп. 14 п. 1 и п. 2 ст. 251 НК РФ	Как именно вести раздельный учёт доходов и произведенных за их счет расходов, в гл. 25 НК РФ не указано, поэтому данный неурегулированный момент бухгалтер должен прояснить в налоговой политике.
Амортизируемое имущество	ст. 256 НК РФ	В налоговой политике следует выбрать метод начисления амортизации (п. 1 ст. 259 НК РФ): линейный или нелинейный.
Амортизационная премия	п. 9 ст. 258 НК РФ	Применение амортизационной премии является правом, а не обязанностью налогоплательщика. Поэтому, использование этого права должно быть закреплено в учётной политике учреждения для целей налогообложения, в которой нужно

		прописать размер данной премии и перечень объектов, к которым она применяется.
Материальные расходы	п. 8 ст. 254 НК РФ	При определении размера данных затрат при списании сырья и материалов, используемых для оказания услуг, в налоговой политике устанавливается один из следующих методов оценки указанного сырья и материалов: по стоимости единицы запасов, по средней стоимости, по стоимости первых по времени приобретений (ФИФО).
Прямые и косвенные расходы	ст. 318 НК РФ	Налогоплательщик самостоятельно определяет в учётной политике для целей налогообложения перечень прямых расходов, связанных с производством товаров (выполнением работ, оказанием услуг). При этом Налоговый кодекс Российской Федерации рекомендует относить на прямые расходы заработную плату основной рабочей силы, стоимость сырья и материалов и амортизацию основных средств.

Существует проблема выбора способов начисления амортизации. Ст. 259 гл. 25 НК РФ всем организациям в целях налогового учета предоставлено право выбора двух методов амортизации - линейного и нелинейного. Нелинейный метод позволяет признавать расходы на формирование стоимости амортизируемых объектов существенно раньше, чем линейный (*Пример 1*). Поэтому можно однозначно констатировать, что нелинейный способ амортизации выгоднее, чем линейный, поскольку одним из фундаментальных принципов эффективной корпоративной налоговой политики является признание по возможности доходов позже, а расходов раньше. Тогда налог уплачивается позже, тем самым происходит экономия на пользовании заемными средствами. Получается, что организация фактически пользуется налоговым кредитом от государства, причем беспроцентным.

Пример 1. Линейный и нелинейный способ начисления амортизации основного средства. В декабре 2015 года организация приобрела и ввела в эксплуатацию два легковых автомобиля, первоначальная стоимость одного легкового автомобиля составила 350 тыс. руб. Согласно *Постановлению Правительства РФ от 01.01.2002 N 1 (ред. от 06.07.2015) «О Классификации основных средств, включаемых в амортизационные группы»* легковой автомобиль относится к третьей амортизационной группе. Срок полезного использования 48 месяцев.

Линейный способ начисления амортизации:

Годовая норма амортизации составила = 350 тыс. руб. / 4 = 87,5 тыс. руб.

Месячная норма амортизации = 87,5 тыс. руб. / 12 = 7,292 руб.

Таблица 2. Начисление амортизации линейным способом (руб.)

Год	Первоначальная стоимость	Сумма начисленной амортизации	Экономия по налогу на прибыль
1	350 000	87 500	17 500
2	350 000	87 500	17 500
3	350 000	87 500	17 500
4	350 000	87 500	17 500
Итого	-	350 000	70 000

При линейном способе начисления амортизации каждый год в расходы в налоговом учете организация будет списывать 87,5 тыс. руб. Сумма основного средства списывается равными частями за все время срока полезного использования. За первый год, за два легковых автомобиля, на расходы организация спишет 175 тыс. руб.

Нелинейный способ начисления амортизации:

Суммарный баланс третьей амортизационной группы, к которой относятся легковые автомобили, составил 700 тыс. руб.

Месячная норма амортизации - 5,6 % (п.5 ст.259.2 НК РФ)

Таблица 3. Начисление амортизации нелинейным способом (руб.)

Месяц	Суммарная стоимость на начало месяца	Норма амортизации (%)	Сумма начисленной амортизации	Суммарная стоимость на конец месяца	Экономия по налогу на прибыль
январь	700 000	5,6	39 200	660 800	7840
февраль	660 800	5,6	37 005	623 795	7401
март	623 795	5,6	34 933	588 862	6 987
апрель	588 862	5,6	32 976	555 886	6 595
май	555 886	5,6	31 130	524 756	6 226
июнь	524 756	5,6	29 386	495 370	5 877
июль	495 370	5,6	27 741	467 629	5 548
август	467 629	5,6	26 187	441 442	5 237
сентябрь	441 442	5,6	24 721	416 721	4 944
октябрь	416 721	5,6	23 336	393 385	4 667
ноябрь	393 385	5,6	22 029	371 335	4 406
декабрь	371 335	5,6	20 796	350 559	4 159
Итого	-	-	349 437	-	69 887

Таким образом, при нелинейном методе сумма амортизационных отчислений за первый год составит почти половину первоначальной стоимости основного средства.

Подводя итоги, нужно сказать о том, что действующий Налоговый кодекс не регламентирует значительного массива учетных процедур на организационном и методическом уровнях. Подтверждением этому являются ст. 318, 319 НК РФ, которые

содержат лишь общие указания по определению величины прямых расходов отчетного периода. Налоговое законодательство не содержит рекомендаций по распределению сумм прямых расходов, оценке незавершенного производства, формированию затрат на производство готовой продукции в целях налогообложения для различных отраслей производства.

Налогоплательщику необходимо помнить, что грамотно составленная налоговая политика – весомый аргумент в спорах с налоговыми службами. Поэтому, в учётной политике налогоплательщику необходимо указать только те моменты, в отношении которых ему предоставлено право выбора, а также описать правила налогового учета в неурегулированных налоговым законодательством ситуациях.

Отсутствие учётной политики для целей налогообложения при наличии применения сразу нескольких способов формирования сведений о расходах, уменьшающих облагаемую базу по налогу на прибыль, может привести к разногласиям с органами ФНС, которые при проведении проверки имеют право пересчитать налогооблагаемую базу так, как они считают нужным. У организации в этом случае будет отсутствовать свой внутренний нормативный документ, обосновывающий порядок ведения налогового учёта.

Список использованной литературы:

1. Постановление Правительства РФ от 01.01.2002 N 1 (ред. от 06.07.2015) «О Классификации основных средств, включаемых в амортизационные группы» (ред. от 06.07.2015)
2. Налоговый Кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 05.08.2000 № 117 - ФЗ (ред. от 15.02.2016)
3. Шувалова Е.В., Басов С.В., Бутенко Л.А., Дмитриевская Н.А., Солярик М.А., Сапелкина А.А., Шувалов А.Е. НАЛОГОВЫЙ УЧЕТ И ОТЧЕТНОСТЬ КОММЕРЧЕСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ: учебное пособие / Под общей редакцией Е.Б. Шуваловой. - М.: МЭСИ, 2014. - 356 с.
4. Правовая система «Консультант +». [Электронный ресурс]. URL: [http: // www.consultant.ru /](http://www.consultant.ru/)
5. Информационно - правовой портал «ГАРАНТ.РУ». [Электронный ресурс]. URL: [http: // www.garant.ru /](http://www.garant.ru/)

© Д.М. Манюрова, А.А. Павлова, 2016

УДК 65.011.44

А.В.Пашкевич

Главный специалист организационно - аналитического отдела КУ г. Омска
«Центр поддержки предпринимательства», Г. Омск, Российская Федерация

МЕТОДИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ОЦЕНКИ РЕНТАБЕЛЬНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ МАЛОГО БИЗНЕСА

Уровень развития малого предпринимательства оказывает существенное влияние на состояние экономики России. Данное утверждение доказывается рядом научных публикаций, посвященных данной тематике [2; 4; 6; 7; 9; 13 и др.], обобщая содержание

которых можно утверждать, что данный вклад проявляется в возможности оперативного реагирования на изменение потребительского спроса, в создании существенного числа рабочих мест, в обеспечении роста эффективности использования местных сырьевых ресурсов.

Однако результативность и эффективность развития малого бизнеса сдерживается совокупностью сохраняющихся и возникающих проблем в их деятельности, среди которых разные исследователи отмечают финансовое обеспечение, неопределенность экономической ситуации, высокий уровень налоговой нагрузки и др.[2; 8; 9]. При этом следует согласиться с мнением Конищевой М.А. и Черкасовой Ю.И [8, с.65], что именно дефицит средств финансирования является наиболее значимой проблемой развития малого предпринимательства РФ. Успешность ее решения лежит в том числе и в векторе мобилизации резервов роста прибыли малых предприятий, как основного источника пополнения собственных средств малых предприятий. Выявление таких резервов является задачей ретроспективного анализа их финансовых результатов, среди которых анализ рентабельности – основной этап аналитических процедур [1, с.139], а сами показатели рентабельности включаются как обязательные в состав ключевых показателей при оценке финансовых последствий принимаемых управленческих решений [15], при формировании системы финансового контроллинга [11; 12], при оценки вклада развития малого бизнеса в экономику региона, страны [4; 7; 13].

Прежде всего, подчеркнем, что под рентабельностью понимается величина получаемой предприятием прибыли с каждой денежной единицы доходов, расходов и / или ресурсов; она характеризует финансовую отдачу определенного вида и / или всей предпринимательской деятельности субъекта.

Формируя методику анализа рентабельности деятельности малых предприятий, мы разделяем позицию Н.А.Соловьевой и О.Ю.Дягель [1, с.139; 12, с.158; 14, с.63], что таковая должна в себя включать следующие этапы:

- 1 Расчет и анализ динамики показателей рентабельности за ряд лет по данным бухгалтерской отчетности (основная аналитическая значимость данного этапа анализа – это количественное измерение уровня самой финансовой отдачи результатов предпринимательской деятельности, а также оценка направленности его изменения: рост или снижение; в случае роста – оценка устойчивости данной тенденции).

- 2 Оценка зависимости значения показателей рентабельности от факторов их формирования (под такими Н.А.Соловьева и О.Ю.Дягель рассматривают факторы первого порядка – сумма доходов, расходов, средний уровень расходов; и факторы второго порядка – цены и физический объем продаж; средняя величина и оборачиваемость запасов, которые обуславливают динамику прибыли от продажи, а следовательно, и рентабельности).

Для реализации первого этапа анализа вся система применяемых показателей оценки финансовой отдачи предлагается четко дифференцировать на три группы (таблица 1) в зависимости от решаемой аналитической задачи. Подчеркнем, что представленные в таблице 1 показатели, дают возможность оценить финансовую отдачу результатов деятельности предприятий, сформированных методом начисления. Однако фактически эффективность деятельности предприятий, а особенно малых, зависит от величины финансового результата, формируемого кассовым методом.

Таблица 1 – Система показателей для анализа рентабельности малых предприятий
(по данным упрощенных форм бухгалтерской отчетности)

Решаемая задача анализа		
<i>Оценка финансовой отдачи получаемых доходов</i>	<i>Оценка финансовой отдачи осуществляемых расходов</i>	<i>Оценка финансовой отдачи привлеченных финансовых ресурсов</i>
Группы показателей рентабельности:		
<i>Показатели рентабельности доходов</i>	<i>Показатели рентабельности расходов</i>	<i>Показатели рентабельности финансовых ресурсов</i>
1 Рентабельность доходов от основной деятельности ((выручка – расходы от обычной деятельности) / выручка). 2 Рентабельность доходов по прибыли до налогообложения ((выручка – расходы от обычной деятельности – проценты к уплате – прочие расходы) / выручка). 2 Рентабельность доходов по чистой прибыли (чистая прибыль / выручка).	3 Рентабельность расходов от основной деятельности ((выручка – расходы от обычной деятельности) / расходы от обычной деятельности). 4 Рентабельность совокупных расходов по прибыли до налогообложения ((выручка – расходы от обычной деятельности – проценты к уплате – прочие расходы) / (расходы от обычной деятельности + проценты к уплате + прочие расходы). 5 Рентабельность совокупных расходов по чистой прибыли (чистая прибыль / (расходы от обычной деятельности + проценты к уплате + прочие расходы + налог на прибыль)).	6 Рентабельность привлеченных финансовых ресурсов (чистая прибыль / средняя за период стоимость пассива баланса). 7 Рентабельность собственных финансовых ресурсов (чистая прибыль / средняя за период стоимость капитала и резервов).

В этой связи систему вышеуказанных показателей рентабельности мы предлагаем дополнить расчетом этих же показателей, но определяемых по данным налогового учета. Это позволит расширить получаемую аналитическую оценку за счет: (а) сравнения значений показателей рентабельности, сформированных на основе метода начисления и кассового метода (превышение значений первых над вторыми будет указывать на низкое качество финансовых результатов предприятия и будет являться признаком снижения финансовой отдачи их предпринимательской деятельности); (б) количественного измерения той фактической финансовой выгоды, которую имеет предприятие по итогам своей деятельности и от которой в действительности зависит ее финансовое обеспечение.

Кроме того, методика анализа рентабельности деятельности предприятий, предлагаемая выше указанными авторами, должна быть дополнена в части расширения состава факторов, оказывающих влияние на финансовую отдачу деятельности малых предприятий. В основу

их выбора должны быть положены результаты современных исследований предпринимательского климата малых предприятий. По их итогам одним из значимых фактором признается уровень налоговой нагрузки. В этой связи требуется построение факторных моделей (посредством методов детерминированного моделирования), которые позволили бы проследить и количественно измерить зависимость значения рентабельности малых предприятий от условий их налогообложения. Решение данной задачи, которое будет базироваться на ряде исследований в области проблематики формирования налоговой политики малых предприятий [3; 5; 6 и др.], составит предмет последующих публикаций автора.

Список использованной литературы:

1. Дягель О.Ю. Анализ и диагностика финансово - хозяйственной деятельности предприятия: учеб. - практ. пособие / О. Ю. Дягель; Краснояр. гос. торг. - экон. ин - т. – Красноярск, 2011. – 232 с.
2. Дягель О.Ю. Анализ тенденций развития малого предпринимательства: монография / О.Ю. Дягель, Е.В.Поклонова. – Издательство: LAP LAMBERT. – Saarbrücken, 2013. – 176 с.
3. Конева О. В. Влияние налоговой нагрузки на формирование учетно - контрольного обеспечения кластера малого и среднего предпринимательства // Инновационное развитие экономики. – 2015. – №6 (30). – С. 57 - 62.
4. Конева О. В. Модель комплексного анализа и оценки малого бизнеса // Инновационное развитие экономики. – 2013. – №1 (13). – С. 133 - 140.
5. Конева О. В. Проблемы формирования и реализации налоговой политики в организациях малого бизнеса / О.В. Конева // Экономические науки. – 2015. – №11 (132). – С. 113 - 118.
6. Конева О. В. Учетно - аналитическое обеспечение управления налоговой нагрузкой малого предприятия: монография / О. В. Конева. – Красноярск : Сиб. федер. ун - т, 2016.
7. Конева О.В. Воздействие малого бизнеса на развитие сферы услуг: теоретический аспект / О.В. Конева // Инновационное развитие экономики. – 2012. – № 6 (12). – С. 34 - 37.
- Конищева М.А. Проблемы финансового обеспечения малого бизнеса в условиях нестабильности экономики / М.А.Конищева, Ю.И.Черкасова // Инновационное развитие экономики. – № 6 (30). – 2015. – С.63 - 71
8. Поклонова Е.В. Предпринимательский климат предприятий малого бизнеса Красноярского края / Е.В.Поклонова, О.Ю.Дягель, Е.В.Кнор // Региональная экономика: теория и практика. – 2013. – № 10. – С. 14 - 27.
9. Сацук Т.П. Финансовые цели и ключевые показатели в системе стратегического управления предприятием / Т.П. Сацук // Вестник Костромского государственного университета им. Н.А. Некрасова. – 2014. – Т. 20. – № 3. – С. 94 - 96.
10. Сацук Т.П. Ключевые показатели результативности торговой компании в системе финансового контроллинга / Т.П. Сацук // Российское предпринимательство. – 2009. – № 8 - 1. – С. 147 - 151.
11. Соловьева Н.А. Анализ финансовых результатов деятельности торговой организации: учеб. пособие / Краснояр. гос. торг. - экон. ин - т; сост. Н.А.Соловьева, О.Ю.Дягель. – Красноярск, 2007. – 236 с.

12. Соловьева Н.А. Комплексный подход к оценке вклада малого бизнеса в развитие сферы услуг / Н.А.Соловьева, О.В. Конева // Проблемы современной экономики. – 2007. – № 2. – С. 142 - 145.

13. Соловьева Н.А. Методика экспресс - анализа результатов деятельности коммерческой организации / Н.А.Соловьева, О.Ю.Дягель // Аудит и финансовый анализ. – 2014. – № 1. – С. 63 - 69.

14. Экономическое обоснование рекомендаций по оптимизации результатов деятельности организации: учеб. пособие / О.Ю.Дягель [и др.]; Краснояр.гос.торг. - экон.ин - т. – Красноярск, 2009. – 88 с.

© А.В.Пашкевич, 2016

УДК 332.72(470+571)

М.А.Прокофьева

студентка факультета Финансы и кредит

Кубанский государственный аграрный университет

А.В. Захарян

к.э.н., доцент

факультета Финансы и кредит

Кубанский государственный аграрный университет

г. Краснодар, Российская Федерация

ОСНОВНЫЕ ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ РЫНКА ЗЕМЕЛЬНЫХ РЕСУРСОВ В РОССИИ

Рынок земли является неотъемлемой частью экономики любого развитого государства. Земля - важнейший ресурс, занимающий исключительное место в жизни и деятельности любого общества. Обеспеченность России земельными ресурсами – важнейший экономический и политический фактор развития общественного производства. Земля является специфическим объектом рыночных отношений, а в идеале земельный рынок создает и поддерживает отношение к земле как к особой ценности, побуждая к эффективному использованию ее многообразных свойств. В настоящий момент Россия является крупнейшим в мире обладателем земельных ресурсов. Однако эти ресурсы, являясь национальным богатством страны, используются не достаточно эффективно. считать рынок земли наиболее перспективным вложением капитала. В данный момент наиболее существенной и в то же время объективно трудно устранимой на современном этапе причиной проблемного состояния земельного рынка в России выступают большие затраты на освоение земли, неразвитость производственной инфраструктуры в сельской местности, недостаточный объем инвестиций в сельскохозяйственное производство и на восстановление земли.

Выходом из создавшегося положения может стать дальнейшее вовлечение земли в регулируемые государством рыночные отношения, позволяющие посредством законного перераспределения земель между собственниками повысить эффективность ее

использования с целью максимального удовлетворения потребностей граждан страны. Имеющаяся в настоящее время многоуровневая и нелогичная система государственного управления земельными ресурсами значительно затрудняет как оборот земель, так и их охрану, поскольку сам процесс оформления своих прав на недвижимость является для собственника затруднительным и длительным. Это в свою очередь не позволяет осуществить полную инвентаризацию, государственный кадастровый учет и регистрацию прав на землю, и другие объекты недвижимого имущества, переданные в процесс осуществления реформы в частную, государственную и муниципальную собственность.

Требуется изменения ситуация в сфере налогообложения земельных участков. Необходимо перейти к более справедливым принципам налогообложения, основывающимся на единстве подходов налогообложения на всей территории нашего государства и использовании принятых мировой практикой подходов к массовой оценке. Существующая система характеризуется ярко выраженным несправедливым распределением налогового бремени. Налоговое бремя по земельному налогу на земли сельскохозяйственных товаропроизводителей выше, чем на земли городов, поселков и земель промышленности вне населенных пунктов. Налоговое бремя на земли малых городов и поселков выше, чем на земли крупных городов. Также эффективным направлением воспроизводства и повышения эффективности использования земельных ресурсов является освоение инновационных технологий точного земледелия.

Земля, как объект рыночных отношений, занимает уникальное положение во всей системе предпринимательской деятельности людей и общества в целом, что обусловлено ее не воспроизводимым характером и многофункциональным назначением. Земельные отношения выражают отношения между органами государственной власти, органами местного самоуправления, юридическими лицами, гражданами по поводу владения, использования и распоряжения землями, а также по поводу государственного управления земельными ресурсами. Управление земельными ресурсами – это систематическое, сознательное, целенаправленное воздействие государства и общества на земельные отношения для обеспечения рационального использования земли. Основными задачами государственной политики по развитию рынка земли и мерами по их реализации являются упорядочение отношений собственности на землю путем разграничения земель, находящихся в государственной собственности, на федеральные, субъектов РФ и муниципальные, осуществление приватизации земельных участков одновременно с находящимися на них объектами недвижимости.

Рынок земельных ресурсов в России еще не развит полностью. Хотя рынок земли только формируется, система экономических отношений требует совершенствования правового обеспечения управления земельными ресурсами, поэтому возникают проблемы функционирования рынка земли. Но государство разрабатывает различные проекты и программы, которые помогают решать сложные вопросы на пути становления земельных отношений.

Список использованной литературы:

1. Захарян А.В. Отраслевая специфика оценки финансового состояния предприятий АПК. Вестник ИМСИТ. 2007. № 1 - 2. С. 4.
2. Ребров Е.А., Захарян А.В. Рынок агрострахования Российской Федерации или игра без правил. В сборнике: Роль инноваций в трансформации современной науки Сборник статей Международной научно - практической конференции. Ответственный редактор: Сукиасян Асатур Альбертович. Уфа, 2016. С. 128 - 131.

© Захарян А.В., Прокофьева М.А., 2016

ОСОБЕННОСТИ ФИНАНСОВОЙ СИСТЕМЫ АВСТРАЛИИ

Под финансовой системой государства принято понимать совокупность различных сфер финансовых отношений, каждая из которых имеет свои особенности при формировании и использовании фондов денежных средств, местом в общественном воспроизводстве. Финансовая система включает в себя следующие группы финансовых институтов: централизованные и децентрализованные. Финансовая система любого государства сложна по своему содержанию и состоит из множества элементов.

Австралия является федеративным государством и включает в себя шесть штатов, куда входят две внутренние территории и семь внешних. Между штатами и территориями (как внутренними, так и внешними) имеются существенные отличия. Территории подчиняются напрямую федерации, а штаты имеют административную и бюджетную самостоятельность, которая гарантирована им законом.

Финансовая система Австралии состоит из трех звеньев: финансы федерального правительства, финансы штатов и финансы местных органов власти (рисунок 1). Каждое звено состоит из бюджета и финансов государственных предприятий, которые принадлежат администрации соответствующего уровня и контролируются ею.

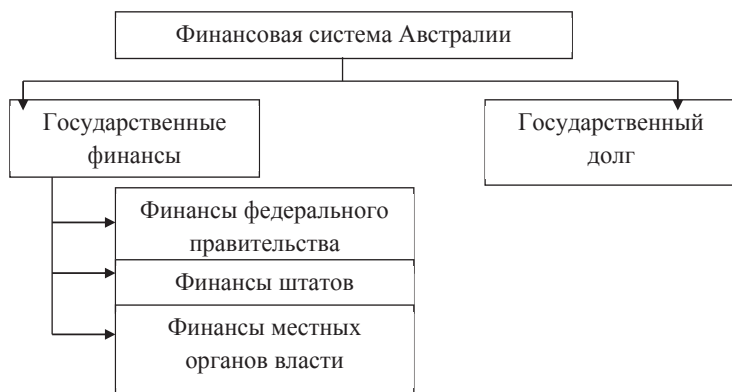


Рисунок 1 – Схема финансовой системы Австралии

В финансовой системе Австралии отсутствуют распространенные во многих странах (Англии, Франции, Японии и др.) многочисленные внебюджетные фонды.

Финансы федерального правительства играют главную роль во всей финансовой системе. Через данное звено перераспределяется 4 / 5 всех доходов, которые мобилизуются органами государственной власти всех трех уровней. Доходы федерального бюджета формируются в основном за счет налоговых поступлений (90 %).

Главными расходами федерального правительства выступают расходы на оборону и содержание административно - управленческого аппарата. Далее идут расходы на социальное обеспечение и страхование.

Особенностью австралийской финансовой системы является то, что большая часть средств направляется в сельское хозяйство и производственную инфраструктуру. В Австралии система поддержки сельского хозяйства имеет около пятнадцати различных программ прямого, а также косвенного финансирования. Помимо этого государство берет на себя научные инновационные исследования в сельскохозяйственной сфере.

В финансовой системе Австралии высокую долю в расходах федерального правительства составляют субсидии и дотации штатам и местным органам власти. В последнее время их суммы находятся в интервалах от 30 % до 40 %.

Доходы бюджетов штатов на 60 % формируются из субсидий федерального правительства, что говорит о высоком уровне финансовой централизации в Австралии (для Франции и США данный показатель - 25 %, для Японии - 43 %, для Англии - 51 %). Оставшаяся доходная часть (40 %) бюджетов штатов состоит из налоговых доходов.

Основными статьями расходов штатов являются затраты на образование и экономику (электроснабжение, газоснабжение, водоснабжение и транспорт), а также на здравоохранение. За счет средств штатов финансируются расходы по социальному обеспечению и страхованию, а также осуществляются мероприятия по охране окружающей среды.

На органы местного самоуправления Австралии возложены большое количество экономических функций: строительство и эксплуатация объектов производственной инфраструктуры. На эти цели идет около 2 / 3 расходов местных органов самоуправления. Что касается доходной части, то она формируется за счет налогов на недвижимость и составляет около 60 %. Собственная финансовая база местных органов власти ограничена, поэтому важную роль играют субсидии штатов и федерального правительства.

Важнейшей составляющей финансовой системы Австралии выступает государственный долг, который является характерной чертой экономического развития страны. Займы, полученные в Великобритании, были основным источником финансирования социально - экономических мероприятий, осуществляемых правительствами Австралии.

© Т.Е Пушкарева, 2016

УДК 65.011

В.Д.Рудольф, Студент 3 курса экономического факультета
ФГБОУ ВО «Башкирский ГАУ», г.Уфа, Российская Федерация

ОСОБЕННОСТИ СТРАТЕГИЧЕСКОГО МЕНЕДЖМЕНТА, КАК СФЕРЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

В быстро изменяющихся социально - политических и экономических условиях современного мира перед организацией, функционирующей на рынке товаров и услуг, стоит задача обеспечения не только выживаемости, но и непрерывного наращивания своего

потенциала. Применение стратегического менеджмента позволяет компании добиваться поставленных целей в условиях изменчивой внешней среды, поэтому без отдельных элементов долгосрочного управления не обходится фактически не одна отрасль экономики, не исключая даже учреждения бюджетной сферы. Именно по этим причинам исследование сферы деятельности стратегических менеджеров как никогда актуально.

На сегодняшний день центральное место в концепции стратегического менеджмента отдается преимущественно непосредственному содержанию стратегии при условии учета процесса и контекста. Однако в условиях нарастающей неопределенности окружающей среды и невозможности достаточно полно проанализировать социально - экономические процессы существенно усиливается роль процесса в формировании и реализации стратегии. Это объясняется достаточно просто: во - первых, управление по сути своей есть постоянно повторяющийся процесс принятия разного рода решений, а во - вторых, любое управленческое решение должно быть направленным на сохранение или приумножение конкурентного преимущества. Именно поэтому «управленцам», которые планируют деятельность организации на перспективу, необходимо ясно понимать, что стратегический менеджмент представляет собой процесс, позволяющий стабилизировать функционирование компаний с позиции получения высокой и устойчивой прибыли.

Профессионал в области перспективного управления должен четко отделять поток стратегических действий от их результата, т.е. уметь оценить соответствие полученных результатов объявленным целям или общей концепции проблемы. Если менеджер учитывает проблему адекватности поставленных целей реально существующим возможностям получения конкурентных преимуществ, то единство и противоположность процессов формирования и реализации стратегии становятся совершенно очевидным для него.

Также любой менеджер при формировании стратегической позиции организации должен учитывать сбалансированность между созданием новых продуктов деятельности и развитием производства уже имеющихся (соответствие предпринимательского и административного начал). Очевидно, что чисто инновационный путь развития, как и «адаптация без реструктуризации», является стратегией, заводящей в тупик, ибо она просто нереализуема на практике. Любое инновационное развитие компании неминуемо ведет к нарушению устоявшегося баланса производственных и социальных отношений в фирме, несколько снижает стабильность ее функционирования, но при этом двигает компанию вперед и обеспечивает весомое конкурентное преимущество. И наоборот, стремление действовать «проверенными» методами в условиях нестабильности окружающей среды может привести к потере компаний своих позиций на рынке.

Кроме того, изучая сферу профессиональной деятельности стратегических управляющих, необходимо учитывать, что «стратегическая линия» компании не всегда поддается последовательной разработке, а иногда формируется практически «стихийно». Профессор Макгильского университета Г. Минцберг называет возникающие таким образом стратегии «развивающимися». Преднамеренная стратегия, по его мнению, формулируется высшими руководителями организации с учетом сложившейся системы ценностей и последовательности процедур стратегического планирования, тогда как развивающаяся стратегия есть «предпринятые одно за другим действия, которые со временем превратились в некоторую последовательность или модель».

Как было отмечено выше, отдельные аспекты стратегического менеджмента в настоящее время применяются абсолютно во всех сферах человеческой деятельности. Так, я столкнулась с доказательством данного вывода, проходя производственную практику: деятельность в сфере контроля государственных закупок подразумевает постоянное применение некоторых элементов долгосрочного управления. Например, соответствующий отдел Министерства финансов нашей республики разрабатывает график плановых проверок заказчиков и поставщиков, участвующих в закупочном процессе, а это представляет собой ничто иное, как стратегическое планирование.

Кроме того, в конце отчетного периода работники отдела контроля закупок сопоставляют результаты осуществленных проверок с разработанным планом и поставленными целями, фактически выполняя функции, аналогичные функциям стратегических менеджеров коммерческих компаний. Стоит отметить, что и вывод Г. Минцберга о том, что имеют место и спонтанные, «развивающиеся» стратегии, подтверждается в повседневной деятельности сферы контроля государственных закупок: несмотря на четко определенный распорядок контрольных мероприятий, отделом осуществляется и ряд внеплановых проверок, в соответствии с ходом и результатами проведения которых график деятельности отдела корректируется и «перенаправляется» - вырабатывается та самая развивающаяся стратегия.

Таким образом, область деятельности стратегических менеджеров отличается разносторонним развитием различных ее аспектов и достаточно сложным устройством. Современному стратегическому управляющему необходимо обладать обширным «багажом» знаний в области менеджмента, уметь сопоставлять полученный фирмой производственный результат с поставленными целями, а также быстро реагировать на изменения внешних условий, адаптируя разработанные стратегические схемы в соответствии с требованиями рыночной среды.

Список использованной литературы

1. Акчурина Ф.И., Акчурина Р.Ф., Галиуллина Р.Р., Леонтьева М.С., Фролова О.Н., Фаизова Э.Ф. Разработка управленческих решений в отраслях АПК. Уфа, 2012.
2. Бляхман, Л.С., Зябриков, В.В. Стратегический менеджмент, кооперационная структура и корпоративная культура фирм нового типа / Л.С. Бляхман, В.В. Зябриков // Проблемы современной экономики, №3 (47), 2013 г.
3. Галиуллина Р.Р. Факторы, формирующие конкурентные преимущества предприятия. В сборнике: Инновационное развитие общества в период модернизации: экономические, социальные, философские, политические, правовые закономерности и тенденции. Материалы Международной научно - практической конференции: в 3 частях. Ответственный редактор В.И. Долгий, А.И. Карпович. Саратов, 2014. [С. 128 - 129].
4. Гафарова А.З., Галиуллина Р.Р. Особенности и методы современного менеджмента. В сборнике: Актуальные вопросы организации и менеджмента. Материалы VIII Всероссийской студенческой научной конференции "Студент и аграрная наука". Министерство сельского хозяйства Российской Федерации, Башкирский государственный аграрный университет; под редакцией: В. А. Ковшова, Л. Р. Халитовой. 2014. [С. 56 - 58].
5. Левшина, М.С. Эволюция становления и развития стратегического менеджмента / М.С. Левшина // Международный научно - исследовательский журнал, №1 - 2 (32), 2015 г.

6. Тупиков О.А., Галиуллина Р.Р. Общий подход к формированию конкурентной стратегии АПК. NovaInfo.Ru. 2014. № 29. [С. 136 - 138].

7. Ураев Р.Р., Арсланов А.В. Административный менеджмент и специфические проблемы управления персоналом в РФ. Экономика и социум. 2013. № 4 - 2 (9). [С. 826 - 827].

8. Харисова Ю.Г., Галиуллина Р.Р. Государственная поддержка малого и среднего предпринимательства. В сборнике: Актуальные вопросы организации и менеджмента. Материалы VIII Всероссийской студенческой научной конференции "Студент и аграрная наука". Министерство сельского хозяйства Российской Федерации, Башкирский государственный аграрный университет; под редакцией: В. А. Ковшова, Л. Р. Халитовой. 2014. [С. 167 - 168].

9. Шильдт Л.А., Набиева Л.Б.Н., Гайнанова Э.С. Практика управления на современном предприятии. В сборнике: Результаты научных исследований. Международная научно - практическая конференция. Научно - издательский центр «Аэтерна. 2015. [С. 214 - 217].

10. Яковлев А.А., Галиуллина Р.Р. Условия эффективного управления производством. В сборнике: Актуальные вопросы организации и менеджмента. Материалы IX Всероссийской студенческой научной конференции. Редакторы: В.А. Ковшов, Л.Р. Халитова. 2015. [С. 223 - 224].

© В.Д. Рудольф, 2016

УДК 332.146

А.А. Рыбалченко

студентка 1 курса

Калужского государственного
университета им. К.Э. Циолковского
г. Калуга, Российская Федерация

КАЛУЖСКАЯ ОБЛАСТЬ – РЕГИОН ЛИДЕР В ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИИ

Аннотация

В работе рассмотрен успешный опыт импортозамещения Калужской области в современных экономических условиях.

Ключевые слова

Импортозамещение, автомобильный кластер, фармацевтический кластер, экономический кризис, агропромышленный комплекс, инновации.

Проблема замены на российском рынке товаров иностранного производства отечественными товарами не нова и периодически поднимается, в том числе и руководством страны. Процесс замены товаров получил название – импортозамещение. **В современном экономическом словаре дается следующее определение импортозамещению:** «...это уменьшение или прекращение импорта определенного товара посредством производства, выпуска в стране того же или аналогичных товаров. Подобные

товары называют импортозамещающими» [1]. В более широком понимании, импортозамещение представляет собой тип экономической стратегии государства и регионов, направленный на защиту внутреннего производителя путем замещения импортируемых товаров товарами национального производства.

Процесс импортозамещения в России появился после финансового кризиса и девальвации рубля в 90 - е годы. Одновременно с этим произошло значительное падение доходов населения и предприятий, а спустя некоторое время в российской экономике сформировалась тенденция к росту производства. Но такая тенденция сохранилась недолго. С ростом доходов населения более качественные импортные товары стали вытеснять с российского рынка менее конкурентоспособные отечественные товары, что способствовало увеличению доли импорта во внешней торговле России.

В настоящее время, в связи с достаточно жесткой санкционной политикой ряда западных стран в отношении российской экономики, активизировался процесс импортозамещения, в том числе на уровне региональной политики. Основными задачами, поставленными Президентом Российской Федерации перед регионами в 2014 году, явились вопросы разработки и реализации эффективной программы импортозамещения, а также направления обеспечения продовольственной безопасности регионов и России в целом.

Калужская область – один из немногих российских регионов, сумевших сформировать максимально комфортную среду для ведения бизнеса. Политика региональных властей, направленная на создание благоприятного инвестиционного климата, способствовала приходу в область крупных иностранных и отечественных компаний. Ведущие промышленные компании активно развивают производство на территории Калужской области. Регион часто называют магнитом, притягивающим к себе инвесторов, которых привлекают, прежде всего, специально создаваемые индустриальные парки. [2]

В декабре 2014 года в Калуге состоялся форум «Новые возможности развития предпринимательства – импортозамещение. Перспективы международного сотрудничества в современных условиях». На нём губернатор Калужской области Анатолий Артамонов рассказал о перспективах развития области в сфере импортозамещения, о возможностях развития, государственной и региональной поддержки предпринимательства в новых экономических условиях. Губернатор отметил, что в Калужской области программы импортозамещения в различных отраслях региональной экономики реализуются не первый год. В связи с введением санкций западных стран эти программы стали особо актуальны. В Калужской области реализуются проекты, как в промышленности, так и в сельском хозяйстве. Показательным проектом в промышленности является автомобильный кластер. Если в 2007 году сборку автомобилей производили только из импортных компонентов, то в 2014 году сборку автомобилей на 40 % обеспечивали поставки автокомпонентов с 27 предприятий Калужской области.

В Калужской области в феврале 2016 года на Кондровском предприятии «Гигиена - Сервис» запущены две новые высокоскоростные линии по производству подгузников для взрослых, не уступающих зарубежным аналогам. Это производство мирового уровня уже к 2019 году планирует занять 50 % российского рынка при федеральной поддержке.

Успешно развивается и фармацевтический кластер. В области есть такие мировые лидеры фарминдустрии как «Штада», «Берлин - Хеми / Менарини», «Ново Нордиск», «АстраЗенека». Более 50 малых и средних предприятий обеспечивают не только выпуск готовых лекарств, но и осуществляют научные разработки и поддерживают инновации в фармацевтике.

В 2015 году в городе Обнинске российская группа компаний «Ниармедик Фарма» открыла производство лекарственных препаратов. Здесь будут выпускать до 100 миллионов упаковок лекарственных средств в год. Весь цикл от синтеза исходных веществ до готовых препаратов проходит на одном предприятии. На его основе планируется создать научно - производственный кластер, который сформирует полную цепочку исследований, инжиниринга, доклинических испытаний и производства оригинальных лекарственных средств в Обнинске.

Процесс импортозамещения стремительно развивается и в сельском хозяйстве Калужской области. Принята программа по поддержке высокотехнологичных сельскохозяйственных малых предприятий. В перспективе планируется, что через 3 - 4 года в области будет функционировать около 100 роботизированных ферм по производству высококачественного молока и 100 мясных ферм. Реализуются крупные проекты в сфере рыбоводства и грибоводства. В ОЭЗ «Людиново» реализуется масштабный проект по выращиванию овощей в защищённом грунте. Компания «Агро - Инвест» планирует инвестировать в строительство тепличного комплекса 13 млрд. рублей.

Калужская область является примером региона, лидирующего по импортозамещению. По данным рейтинга составленного аналитическим центром «Клуб регионов» область вошла в десятку лидеров в реализации политики импортозамещения.[3] В современных экономических условиях в Калужской области созданы условия для развития малого и среднего бизнеса, разрабатываются и реализуются программы по поддержке предпринимательства, регион активно принимает участие в федеральных проектах.

Список использованной литературы:

1. Райзберг Б.А., Лозовский Л.Ш., Стародубцева Е.Б.. Современный экономический словарь. — 2 - е изд., испр. М.: ИНФРА - М. 1999. – 479с.
2. Петрушина О.М. Возможность привлечения инвестиций в Калужский регион в рамках санкционной политики // Пути социально - экономического развития региона: финансовое обеспечение, перспективы и направления оптимизации: сборник научных статей по материалам международной научно - практической конференции / под редакцией Пироговой Т.Э., Никифорова Д.К. – Калуга: ИП Стрельцов И.А. (Издательство: «Эйдос»), 2015. – с.151
3. Федеральная экспертная сеть «Клуб регионов». Режим доступа: www.club-rf.ru
4. Петрушина О.М., Силаева Е.А. Развитие малого и среднего предпринимательства в Калужской области // Материалы I Всероссийской открытой научно - практической конференции «Развитие управленческих и информационных технологий, их роль в региональной экономике» - Калуга: Издательство «Эйдос», 2014. – с. 153

© А.А. Рыбалченко, 2016

ОСОБЕННОСТИ И ПРИНЦИПЫ УПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЕМ ГОРОДСКОГО И МЕЖДУГОРОДНЕГО ТРАНСПОРТА ВО ФРАНЦИИ

Французы придают большое значение своей мобильности. В среднем, в последнее десятилетие транспортные расходы граждан достигают 15 % всего их бюджета. Поэтому междугородний и городской транспорт играет важную роль в экономическом развитии страны, отсюда вытекает необходимость создания эффективных транспортных систем в обществе.

Сегодня во Франции, как и во всех развитых странах мира, особую ценность имеет высокий уровень мобильности людей. Этот уровень важен и в рамках более масштабных территорий, поскольку существуют политические, экономические, культурные связи между странами. И хотя в современном мире за счет использования определенных инструментов, таких, как средства массовой информации, легко преодолеваются большие расстояния, это не решает всех проблем [1].

Общественный транспорт Франции организован транспортными ведомствами (АОТ). Пассажирам предлагаются тарифы "стабильный" или "по требованию"; тариф может быть городским, междугородним или объединенным, чтобы предложить клиенту взаимосвязанную сеть транзитных центров, способствующих интермобильности. С целью снижения количества частных автомобилей на дорогах, АОТ старается разрабатывать систему общественного транспорта с учетом потребностей пассажиров. Ускоряя движение общественного транспорта (иногда за счет ограничения движения частных автомобилей), информировать людей (в мультимедийном формате, если это возможно) об изменении режима движения во время поездки – вот способы стимулирования к переходу от частного автомобиля к общественному транспорту. Приложения ИТС для общественного транспорта удовлетворяют потребности не только в удобных поездках, но и в их безопасности [13, с. 54].

И городской, и междугородний транспорт занимает одно из центральных мест в общественной жизни. По этой причине, а также потому, что проблема перемещения, или мобильности, очень актуальна в повседневной жизни граждан, я посчитал необходимым написать данную статью, в которой попытался точно объяснить особенности и принципы управления развитием городского и междугороднего транспорта во Франции.

В соответствии с транспортным кодексом, транспортные организации во Франции должны предоставлять:

- регулярные услуги городского общественного транспорта – автомобильного, железнодорожного, морского или речного;
- регулярные внегородские перевозки;
- услуги по обучению в автошколе;
- автотранспортные услуги по требованию.

Помимо различных видов городского общественного транспорта, существует платный транспорт, он также называется не - городским общественным транспортом, что предусмотрено в статье 29 Закона от 30 декабря 1982 года о руководстве внутренним транспортом (Лоти). Департамент (Генеральный совет) является компетентной организацией, имеющей право организовать транспортное движение в пределах территории региона.

Только компетентный отдел организует движение школьного транспорта, за исключением Иль - де - Франс, где этим занимается STIF. По просьбе муниципалитетов или групп муниципальных, это может сделать их часть или все организации и осуществления общей обслуживании. Эти общие затем становятся вторичными организационные органы путем делегирования от отдела. Регион имеет право оказывать услуги регионального уровня. Есть, по крайней мере, два отделения в рамках одного региона, отвечающие за работу дорожных служб, занимающихся железнодорожными перевозками (ст. 21 - 1 пункта 3 Закона от 30 декабря 1982 года о руководстве внутренним транспортом (LOTT). Кроме того, Указ № 85 - 891 от 16 августа 1985 года (статья 29) предусматривает, что ""Может иметь услуг регионального интереса замена символов дорожных служб региональных услуг по железнодорожным, предусмотренных на национальной железнодорожной сети в пределах отдела" [8, с. 55].

Разработка и внедрение транспортной системы в перспективе устойчивого развития должно соотноситься с интересами тех, кто живет сейчас, и тех, кто будет жить «после». Кроме того, концепция устойчивого развития включает в себя аспекты различных дисциплин, таких, как управление, городское планирование, архитектура, инженерия, социология и экономика. Чтобы ускорить практическую реализацию проекта, вовлеченные в этот проект структуры должны быть инновационными в своих методах, кроме того, создать общую культуру или «язык».

Чтобы сформулировать цели, выполнить дизайн и оценить перспективность проекта «Экополис», вдохновленный одной европейской исследовательской программой, предлагает рабочую систему задач. Она построена в «измерениях» (экологических, социальных и экономических), определяющих «цели» [3, с. 3 - 4].

Таким образом, стратегия 2011 - 2020 предполагает совершенствование системы транспорта на уровне не только государства, но и местных властей, а также различных субъектов гражданского общества [3, с. 11].

Организация общественных услуг, которые планируется внедрить, является задачей транспортных властей в соответствии со статьей II из (LOTT) 7, которая гласит: "Государство и в пределах своей компетенции территориальные сообщества или группы обеспечивают общественным транспортом людей и могут оказывать транспортные услуги по требованию ". Эти услуги являются децентрализованными.

Повышение уровня обслуживания системы ТС и повышение безопасности всех участников дорожного движения – две основные задачи, решение которых требует интеграции городских ТС. Интеллектуальные транспортные системы для выявления транспортных средств ТС и их расположения в пространстве и времени – это ценные инструменты управления движением транспорта, учета зарезервированных мест или предотвращения конфликтов между ТС. Во всех случаях использование этих инструментов

должно быть интегрировано в дизайн объектов для того, чтобы они были целесообразны и соответствовали своему назначению.

Перекрестки дорог часто являются причиной потерянного времени и представляют очень большую опасность для участников дорожного движения, особенно для тех, кто движется по неосновной дороге.

Управление переходом от ТС автомобиля в качестве события. По этому поводу, операция пересечения изменяется позволяет недооценивать потерю времени, предоставляя приоритет временное ТС в нужное время. Это требует точной и достоверной оценки прибытия транспортного средства на перекресток, чтобы обеспечить надлежащую безопасность.

Проблемы влияния и экономических соображений может привести к рассмотреть вопрос об использовании уникальных способов, как для автобусов, как трамвайных. Если на очень коротких расстояниях, с видом на управление могут быть рассмотрены. Это вообще не совместимо с безопасным и эксплуатационных требований. Использование STI необходимо для более эффективного управления вставок на одной дорожке и защиты от риска лицом к лицу. Это оптимизирует качество обслуживания областей, где есть по определению хрупкой. По существу, ограничение времени ожидания в записях, позволяя скорости выше поездок, избегая столкновений.

Что касается трамваев, принцип защиты маршрута является сердцем управления многих операционных зон, подключенных к сети как на конечной остановке, так и на маршруте. Это предотвращает отсоединение или перекрещивание линий, обеспечивает связь между каналами, чтобы позволить промежуточные точки возврата (частичное движение, мгновенные или временные перебои линий и т.д.).

В дополнение к функции обнаружения транспорта, эти системы используют ПЛК для расчета маршрутов, работы переключателей (стрелочных), железнодорожной сигнализации (контроль доступа), а иногда и сигнальных устройств (для одного трека). Эти устройства являются очень распространенным явлением для маневра областей, имеет тенденцию к развитию в отношении одной дорожки.

Билет является «автоматизированным инструментом управления». Это документ, связывающий производителей услуг, спонсоров и пользователей данного предложения, сейчас бумажные билеты уже заменены более совершенными, с использованием медиатеchnologies (магнитные, IC карты, ...). Услуга продажи билетов является путешественник. Это облегчает покупки и проверки операций. (Возможность иметь такую же поддержку различных сетевых тарифов продукты). С другой стороны, это облегчает интермодальная. (Использование нескольких режимов при движении).

Это позволяет внедрять инновации в области ценообразования, чтобы иметь более широкий спектр тарифного предложения (в зависимости от ценовой политики, в соответствии с запросами пассажира...), облегчает управление, обеспечивает доступность информации, полезно для разработки стратегий развития сети, помогает бороться с мошенничеством.

Организация движения транспорта во Франции часто является сложным процессом, но осуществляется успешно. Правительство приняло конкретные решения, чтобы сделать транспортную систему приемлемой в социально - экономическом смысле.

Список использованной литературы:

1. Leonardo de vinci. Le conducteur de transport en France. 2014. - 55 p.
2. Revue observation et statistique N°144 - avril 2012.
3. Commissariat général au plan, Groupe Technique "Transports Urbains" année 1993.
4. F. CANCALON / L.GARGAILLO, Les Transports Collectifs Urbains Quelles Méthodes pour quelle stratégie ? Edition CELSE, année 91.

© Караф Бой Мустафа, 2016

УДК. 330.43

Т.М. Алексейчик

КФиПМ доцент РГЭУ (РИНХ)

Н.А.Семененко

магистрант 2 курса, группа ПМИ – 821, РГЭУ (РИНХ),

г.Ростов - на - Дону, Российская Федерация

КОМПЛЕКСНАЯ ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ИСПОЛНЕНИЯ ДОХОДОВ И РАСХОДОВ КОММЕРЧЕСКОГО БАНКА

Для определения финансового результата коммерческого банка большое значение имеет анализ баланса банка за год. Одной из характеристик финансового состояния коммерческого банка является оценка эффективности исполнения доходов и расходов банка по показателям баланса банка.

В данной работе авторами предлагается алгоритм построения комплексной оценки эффективности исполнения доходов и расходов банка на примере исследования финансового результата коммерческого банка Ростовской области на основе баланса банка доходов и расходов за 2013год, используя предложенную в [1] соответствующую методику для муниципального предприятия.

1 этап. Построение интегрального показателя оценки эффективности исполнения доходов коммерческого банка за отчетный период.

1 шаг. Расчет показателей, характеризующих структуру доходной части исследуемого коммерческого банка.

Показатели доходов баланса банка x_i :

x_1 - кредитование;

x_2 - экспресс кредитования;

x_3 - денежные программные кредиты;

x_4 - обслуживание счетов в иностранной валюте;

x_5 - операционные и комиссионные доходы;

x_6 - валютно - обменные операции;

x_7 - операции СВОП;

x_8 - переоценка, конверсионные операции;

x_9 - денежные переводы;

x_{10} - прочие, не вошедшие выше.

2 шаг. Определение доли k_i , i - го показателя доходной части коммерческого банка в общей сумме доходов банка:

$$k_i = \frac{x_i}{\sum_{i=1}^{10} x_i} \quad (1)$$

Доли показателей доходной части коммерческого банка в общей сумме доходов банка по месячным данным за 2013 год, определенные по формуле (1) для каждого месяца j , $j=1, \dots, 12$ представляются в таблице.

3 шаг. Группой экспертов из состава квалифицированных специалистов анализируемого банка каждому i - у показателю присваивается вес α_i , $\sum_{i=1}^{10} \alpha_i = 1$, характеризующий значимость показателя в доходной части коммерческого банка в исследуемом периоде.

Экспертные оценки значимости показателей доходной части банка представлены в таблице 1.

Таблица 1. Экспертные оценки (α_i) значимости показателей доходной части в общей сумме доходов

Показатель и доходной части (x_i)	X_1	X_2	X_3	X_4	X_5	X_6	X_7	X_8	X_9	X_{10}
Экспертные оценки значимости и x_i в общей сумме доходов (α_i)	0,150 0	0,210 0	0,510 0	0,010 0	0,050 0	0,012 0	0,015 0	0,030 5	0,012 0	0,000 5

4 шаг. Расчет интегрального показателя оценки эффективности доходов коммерческого банка в отчетном периоде:

$$K_{дох}^j = \sum_{i=1}^{10} \alpha_i k_{ij} \quad (2)$$

Значения интегрального показателя оценки эффективности исполнения доходов коммерческого банка за отчетный период представлены в таблице 2.

Таблица 2. Интегральные показатели оценки эффективности исполнения доходов коммерческого банка по месячным данным 2013 года.

Месяц	Интегральные оценки исполнения доходов $K_{дох}$
Январь	0,270
Февраль	0,263
Март	0,303

Апрель	0,274
Май	0,320
Июнь	0,336
Июль	0,329
Август	0,344
Сентябрь	0,332
Октябрь	0,352
Ноябрь	0,388
Декабрь	0,370

2 этап. Построение интегрального показателя оценки эффективности исполнения расходов коммерческого банка за отчетный период.

1 шаг. Расчет показателей, характеризующих структуру расходной части исследуемого коммерческого банка.

Показатели расходов баланса банка y_l :

y_1 – процентные расходы

y_2 – коммерческое кредитование

y_3 – экспресс кредитование (магазины)

y_4 – денежные програмные кредиты

y_5 – обслуживание счетов в иностранной валюте

y_6 – операционное обслуживание в рублях

y_7 – валютно - обменные операции

y_8 – переоценка, конверсионные операции

y_9 – содержание персонала

y_{10} – аренда помещений

y_{11} – охрана помещений

y_{12} – прочие

y_{13} – налоги уплаченные

2 шаг. Определение доли c_l , l -го показателя расходной части коммерческого банка в общей сумме расходов:

$$c_l = \frac{y_l}{\sum_{l=1}^{13} y_l} \quad (3)$$

Доли показателей расходной части коммерческого банка в общей сумме расходов банка по месячным данным за 2013 год, определенные по формуле (3) для каждого месяца j , $j=1, \dots, 12$ представляются в таблице.

3 шаг. В результате экспертной процедуры каждому l -му показателю присваивается вес β_l , $\sum_{l=1}^{13} \beta_l = 1$, характеризующий значимость расходной части коммерческого банка в отчетном периоде.

Экспертные оценки значимости показателей расходной части банка представлены в таблице 3.

Таблица 3. Экспертные оценки (β_i) значимости показателей расходной части в общей сумме расходов.

Показатели расходной части (y_i)	y_1	y_2	y_3	y_4	y_5	y_6	y_7	y_8	y_9	y_{10}	y_{11}	y_{12}	y_{13}
Экспертные оценки значимости в общей сумме расходов (β_i)	0.1200	0.0100	0.0300	0.1500	0.0040	0.0120	0.0005	0.0270	0.4100	0.1195	0.0110	0.1000	0.0060

4 шаг. Построение интегрального показателя оценки эффективности исполнения расходов коммерческого банка в отчетном периоде:

$$K_{расх}^j = \sum_{l=1}^{13} \beta_l c_{lj} \quad (4)$$

Значения интегрального показателя оценки эффективности исполнения расходов коммерческого банка за отчетный период представлены в таблице 4.

Таблица 4. Интегральные показатели оценки эффективности исполнения расходов коммерческого банка по месячным данным 2013года.

Месяц	Интегральные оценки исполнения расходов $K_{расх}$
Январь	0,265
Февраль	0,243
Март	0,224
Апрель	0,244
Май	0,242
Июнь	0,227

Июль	0,228
Август	0,226
Сентябрь	0,217
Октябрь	0,224
Ноябрь	0,224
Декабрь	0,212

3 этап. Построение комплексной оценки эффективности исполнения доходов и расходов исследуемого коммерческого банка за отчетный период $K_{эфф}$.

1 шаг. Расчет комплексной оценки эффективности исполнения доходов и расходов коммерческого банка за отчетный период:

$$K_{эфф} = \frac{K_{дох}}{K_{расх}} \quad (5)$$

Значения комплексной оценки эффективности исполнения доходов и расходов исследуемого коммерческого банка для каждого месяца j представлены в таблице 5.

Таблица 5. Комплексные оценки исполнения доходов и расходов коммерческого банка

Месяц	Коэффициент эффективности ($K_{эфф}$)
Январь 2013	1,018868
Февраль 2013	1,082305
Март 2013	1,352679
Апрель 2013	1,122951
Май 2013	1,322314
Июнь 2013	1,480176
Июль 2013	1,442982
Август 2013	1,522124
Сентябрь 2013	1,529954
Октябрь 2013	1,571429
Ноябрь 2013	1,732143
Декабрь 2013	1,745283

2 шаг. Анализ комплексных оценок за исследуемый период по предложенной авторами шкале оценки степени устойчивости финансового результата деятельности коммерческого банка:

1) если все комплексные оценки больше 1 и нарастают с течением времени, то это характеризует *высокую* степень финансовой устойчивости банка, а также факт существования его высокого экономического потенциала;

2) если все комплексные оценки больше 1, но они различные и нет определенной тенденции нарастания или снижения, то это характеризует *умеренную* степень финансовой устойчивости банка; в этом случае требуется анализ структуры расходов и доходов в деятельности банка с целью выработки стратегии его деятельности по повышению степени устойчивости финансового результата банка;

3) если все комплексные оценки в основном меньше 1, то это характеризует *низкую* степень финансовой устойчивости банка; в этом случае требуется, прежде всего анализ

структуры расходов банка, с целью выработки стратегии по более стабильному развитию банка в направлении уменьшения соответствующих показателей расходной части.

Для исследуемого коммерческого банка все комплексные оценки эффективности исполнения доходов и расходов больше 1, что означает, что доходная часть превышает расходную часть и, следовательно, банк обладает финансовыми возможностями дальнейшего его развития. В первые 5 месяцев, особенно в январе и феврале, комплексная оценка мало отличается от 1; в июне она резко возрастает до 1,6, затем постепенно снижается до ноября и резко возрастает в декабре до 1,7. Это говорит о нестабильной финансовой деятельности банка в течение 2013 года, что вызвано увеличением расходной части в связи с открытием новых филиалов в других регионах России.

С помощью пакета Eviews построена трендовая модель [2] для комплексной оценки эффективности исполнения доходов и расходов исследуемого коммерческого банка на основе месячных показателей оценки за 2013 год:

$$K_{эфф} = 1,0236 + 0,0603 t, R^2 = 0,867.$$

Это уравнение можно использовать для прогнозирования комплексной оценки эффективности исполнения доходов и расходов исследуемого коммерческого банка

на последующие месяцы следующего года. В работе выполнен прогноз этого показателя для января месяца 2014 года: $K_{эфф} = 1,8075$. Сравнивая эту оценку с реальной комплексной оценкой, ошибка прогноза оказалась около 13 %, поэтому данное уравнение достаточно корректно отражает оценку эффективности исполнения доходов и расходов коммерческого банка в исследуемом периоде.

Предложенная в работе методика исследования финансового результата коммерческого банка может быть применена для любого банка с уточнением показателей, характеризующих структуру исполнения доходной и расходной части банка.

Литература

1. Куликова Е.В., Алексейчик Т.В. Исследование экономического потенциала предприятия математическими методами. - Научно - методический журнал «Наука, техника и образование». - 2016. № 1(19), стр.101 - 104.
2. Елисеева И.И., Курьшова С.В., Костеева Т.В. и другие. - Эконометрика. – Н.: Финансы и статистика. - 2007.

© Т.В. Алексейчик, Н.А. Семененко, 2016

УДК 338.35

С.Ю. Серова, студентка 3 курса факультета бизнеса

Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова

Научный руководитель: В.А. Строков

Доктор технических наук, профессор кафедры экономики промышленности РЭУ имени Г.В. Плеханова, Г. Москва, Российская Федерация

ИССЛЕДОВАНИЕ ВОЗМОЖНОСТЕЙ ФИРМЫ ПО ЭФФЕКТИВНОМУ УДОВЛЕТВОРЕНИЮ ПОТРЕБНОСТЕЙ РЫНКА

Аннотация: Эффективное управление фирмой возможно лишь при грамотном распределении ресурсов. Этому способствует расчет показателей, отражающих текущее положение предприятия, а также ситуацию на рынке.

При ведении бизнеса важно учитывать множество показателей: колебания рыночного спроса, возможные варианты сокращения времени производства продукции при увеличении спроса, окупаемость инвестиций.

Для слаженной работы предприятия необходимо применять моделирование предстоящих рыночных ситуаций. Основопологающим моментом является точное прогнозирование спроса.

Для этого может быть использован тренд – основная тенденция динамики показателя, которая очищена от случайных влияний и индивидуальных особенностей отдельных периодов.

Правильное ведение бизнеса сопряжено с необходимостью учитывать возможные колебания спроса в зависимости от сезона продаж. Это позволит сократить издержки от хранения большого объема продукции на складе или в противном случае позволить увеличить объем производства в нужном количестве.

Руководство фирмы, занимающейся производством высококачественных ножей, во избежание затоваривания склада решило провести исследование по выяснению точного количества товаров, которое требуется на рынке.

Расчеты производятся по следующим формулам:

$C_{\text{пр}-1} = C_{\text{пр}-1} + T_{\text{пр}-1}$ – формула для вычисления прогноза предыдущего периода, содержащий тренд предыдущего периода ($T_{\text{пр}-1}$).

$C_{\text{пр}} = C_{\text{пр}-1} + \alpha(C_{\text{ф}-1} - C_{\text{пр}-1}^T)$ – прогноз спроса на текущий период без учета тренда.

$T_{\text{пр}} = T_{\text{пр}-1} + \alpha\delta(C_{\text{ф}-1} - C_{\text{пр}-1}^T)$ – формула расчета тренда для текущего периода.

$C_{\text{пр}}^T = C_{\text{пр}} + T_{\text{пр}}$ – прогноз спроса, содержащий тренд.

Для данной задачи примем $\alpha = 0,1$; $\delta = 0,2$.

Где α – константа сглаживания, которая отражает уровень сглаживания и оценку скорости различия между текущим и прогнозируемым спросом.

Таблица 1. Исследование тренда.

Месяц	1	2	3	4	5	6
Фактический спрос	2000	1900	2300	2050	2100	2200
Прогнозируемый спрос	2120	2218,4	2286,2	2379,8	2430,9	2467,6
Тренд	60	56,4	48,9	48,2	40,6	33,2

Данное исследование помогло выяснить основное направление изменения спроса на рынке. Также оно позволит составить более точный план выпуска продукции, который лучшим образом сможет удовлетворить потребности покупателей.

В целях расширения производства руководство фирмы приняло решение о создании новой продуктовой линии – ножей. Данное решение поможет предприятию занять более устойчивое положение на рынке и создаст условия для получения дополнительной прибыли.

Очень важным моментом в выяснении целесообразности производства нового вида продукции является создание сетевой модели организации единичного производства. В ней указаны стоимость каждой операции, которая входит в разработку и производство продукта, а также время, которое на них затрачивается.

Так как запуск новой продуктовой линии сопряжен с риском, было принято решение о создании партии эксклюзивных ножей. Данный подход поможет более точно понять потребности покупателей, соответственно, при дальнейшем запуске серийного производства будут учтены все неточности в качестве, дизайне изделия и в методах его продвижения на рынок.

Состав операций, выполняемых при изготовлении партии ножей:

Операция А – подготовка стали к дальнейшей обработке

Операция Б – изготовление клинка

Операция В – изготовление рукоятки для ножа

Операция Г – заточка клинка согласно требуемым параметрам

Операция Д – сбор клинка и рукоятки в единое целое.

Таблица 2. Расчет прироста стоимости по технологическим операциям.

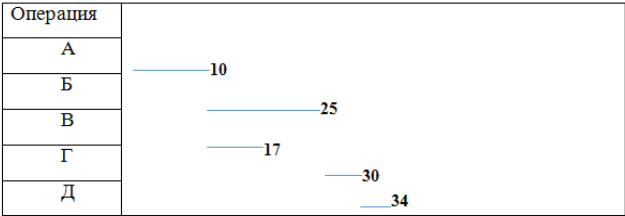
Операция	НВ	СВ	НВ - СВ	НС	ПС	ПС - НС	Прирост стоимости
А	10	8	2	16	20	4	2
Б	15	12	3	30	39	9	3
В	7	6	1	40	45	5	5
Г	5	4	1	10	11	1	1
Д	4	2	2	6	10	4	2

В таблице указаны данные по каждой технологической операции, а именно: нормальное и сокращенное время, нормальная и повышенная стоимость, прирост стоимости.

По этим данным можно выявить следующее: сколько времени затрачивается на выполнение операции и до какой величины его можно снизить, а также указаны стоимость операции и на сколько она возрастет при уменьшении времени, которое на нее затрачивается. Итоговое значение — прирост стоимости — обозначает увеличение затрат на выполнение операции при уменьшении временного ресурса.

Временной график строится для наглядного отображения распределения времени по операциям.

Таблица 3. Временной график.



Сетевой график – это динамическая модель производственного процесса, отражающая технологическую зависимость и последовательность выполнения комплекса работ, увязывающая их свершение во времени с учётом затрат ресурсов и стоимости работ с выделением при этом узких (критических) мест. С его помощью можно легко обозначить критический путь. Критический путь – это цепочки последовательно связанных операций в сетевом графике с наибольшей продолжительностью.

Таблица 4. Сетевой график.

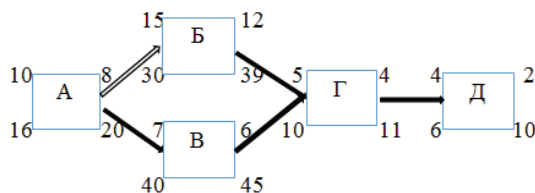


Таблица 5. Определение параметров критического пути.

Н п / п	Критический путь	ОП – (НВ – СВ)	ОП – (ПС - НС)	ОП мин	Стоимость производства	Продолжительность
0.	АБГД				102	34
1.	АБГД	А - 2; Б - 3; Г - 1; Д - 2	А - 2; Б - 3; Г - 1; Д - 2	Б	105	33
2.	АБГД	А - 2; Б - 2; Г - 1; Д - 2	А - 2; Б - 3; Г - 1; Д - 2	А	107	32
3.	АБГД	А - 1; Б - 2; Г - 1; Д - 2	А - 2; Б - 3; Г - 1; Д - 2	Б	110	31
4.	АБГД	А - 1; Б - 1; Г - 1; Д - 2	А - 2; Б - 3; Г - 1; Д - 2	Д	112	30
5.	АБГД АВГД	А - 1; Б - 1; В - 1; Г - 1; Д - 1	А - 2; Б - 3; В - 5; Г - 1; Д - 2	А	114	29
6.	АБГД АВГД	Б - 1; В - 1; Г - 1; Д - 1	Б - 3; В - 5; Г - 1; Д - 2	Г	115	28
7.	АБГД АВГД	Б - 1; В - 1; Д - 1	Б - 3; В - 5; Д - 2	Д	117	27
8.	АБГД АВГД	Б - 1; В - 1	Б - 3; В - 5	Б, В	125	26

По результатам расчетов, произведенных в таблице, можно сделать вывод: при сокращении продолжительности выполнения операций на 8 дней произойдет повышение стоимости производства на 23 тысячи. Руководство фирмы будет принимать решение о целесообразности сокращения времени, затрачиваемого на каждую операцию.

Фирма по производству ножниц является среднестатистическим рыночным игроком, который нуждается в анализе существующих проблем, а также в планировании дальнейших действий по развитию предприятия.

Модель «Дерево решений» - это модель, представленная в виде схемы последовательности этапов решения задачи, состоящей из узлов решений и узлов случайных событий.

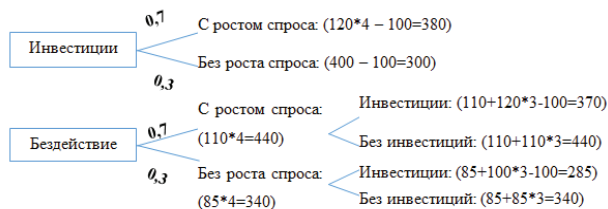
В модели существует два варианта поведения руководства фирмы: при первом варианте ожидается увеличение спроса на продукцию с некой долей вероятности и вследствие этого принимается решение об изменении мощности производства и инвестировании средств в него. Второй вариант характеризуется бездействием со стороны руководства.

Таблица 6. Модель «Дерево решений»

Решение - событие	Выручка, тыс. руб	Инвестиционн ые расходы, тыс. руб	Доход, тыс. руб
Есть инвестиции Есть увеличение спроса	$120 \cdot 4 = 480$	100	380
Есть инвестиции Нет увеличения спроса	$100 \cdot 4 = 400$	100	300
Нет инвестиций Есть увеличение спроса	$110 \cdot 4 = 440$	-	440
Нет инвестиций Нет увеличения спроса	$85 \cdot 4 = 340$	-	340

В данной таблице собраны данные о возможном доходе при том или ином решении, принятом руководством предприятия.

На нижеследующей схеме представлены расчеты по вкладыванию инвестиций и бездействию в первый и второй годы деятельности фирмы с учетом изменения спроса на рынке.



В первый год с учетом вероятности роста спроса на продукцию будет следующий доход:

Инвестиции = $0,7 \cdot 380 + 0,3 \cdot 300 = 356$

Бездействие = $0,7 \cdot 440 + 0,3 \cdot 340 = 410$

В первый год производства ножей выгоднее не вкладывать инвестиции, так как при бездействии прибыль окажется выше на 54 тысячи.

Расчет показателей, отражающих внутреннее и внешнее положение фирмы, необходим для ее устойчивого развития, так как руководство фирмы принимает решения, основываясь на обоснованных прогнозах, а не на предположениях.

Список использованной литературы:

1. Строков В.А. Операционный подход в теории производства. Вестник РЭУ. 2014, № 1.
2. Строков В.А. Производственный менеджмент (временной подход). М., «ХОРС», 2010.
3. Строков В.А. STR - система промышленного производства. М., «ХОРС», 2014. С. 138 - 142.
4. Поздняков В.Я., Производственный менеджмент, М.: НИЦ ИНФРА - М, 2014.
5. Беляев А.М., Производственный менеджмент: Учебник для бакалавров; под ред. И.Н. Иванов. - М.: Юрайт, 2013.
6. Стерлигова А. Н., Фель А. В. Операционный (производственный) менеджмент: Учеб. пособие. М.: ИНФРА - М, 2013.

© С.Ю. Серова, 2016

УДК 336.77.067.22

**Л.Б.Ганян
И.В.Смагина
Е.В.Соболева**

студентки 4 курса факультета экономики управления и права

Научный руководитель: А.А.Силаева

к.э.н., доцент кафедры бизнес - технологий в туризме и гостеприимстве
ФГБОУ ВО Российский государственный университет туризма и сервиса
г.Пушкино, Российская Федерация

ИПОТЕЧНОЕ КРЕДИТОВАНИЕ В РОССИИ

Приобретение собственного жилья это первоочередная потребность в каждой семье, так как без удовлетворения этой потребности нельзя говорить ни о каких социальных приоритетах общества.

Ипотечное жилищное кредитование – это предоставление частным лицам долгосрочных кредитов на покупку жилья под залог данного приобретаемого жилья.

Ипотечное кредитование решает ряд остросоциальных, а так же макроэкономических вопросов страны, во - первых, это вопросы обеспечения населения жильем, во - вторых, сокращение инфляции, оттягивая на себя временно свободные денежные доходы граждан и организаций.

Сущность ипотечного кредитования наиболее полно проявляется через его основные функции: 1) стимулирование перераспределения, а так же оборота недвижимости; 2) формирование многоуровневого фиктивного капитала в форме вкладных, производных

ИЦБ; 3) обеспечения возврата заемных средств; 4) привлечение инвестиций в сферу материального производства.

Один из наиболее распространенных альтернатив использования ипотечного кредитования в России - это приобретение физическим лицом жилья в кредит, прошу заметить долгосрочный кредит. Но если отталкиваться от нынешнего положения в стране это «крайне долгосрочный» кредит, с намерением личного некоммерческого пользования. В залог кредитующей организации при этом оформляется, как правило, приобретаемое жилье. Однако, можно оформить в залог не кредитуемый, а иной объект недвижимости, причем не обязательно находящийся в собственности самого заемщика.

В данный момент выработано положение о реализации подсистемы ипотечного жилищного кредитования в РФ, одобренная и утвержденная Постановлением Правительства РФ, определившая место и роль ипотечного кредитования в жилищном финансировании, в кредитной системе РФ, а так же стратегия государства в становлении данной области. Вдобавок, одобрена череда законов, которые являются базисными для ипотечного жилищного кредитования. Так же предоставляется все большая внимательность со стороны органов государственной власти. Так, например, государственная бюджетная поддержка приобретения жилья населением, которая говорит нам о том, что государственная поддержка граждан, которые хотят приобрести ипотечные кредиты на стандартных банковских условиях, но, к сожалению, не располагающих достаточными доходами, может быть организована через систему предоставления безвозмездных субсидий для оплаты первоначальной уплаты при получении ипотечного кредита (например, через государственные жилищные сертификаты), что уменьшит надлежашую величину кредита.

Актуальность статьи характеризуется с одной стороны тем, что можно говорить о том, что ипотечное жилищное кредитование в данный момент времени испытывает трудные времена. В связи с кризисом банки все больше усиливают требования выдачи кредитов, поднимают ставки. Безусловно, происходит пронзительное снижение спроса на кредиты. Но, вопреки на это ипотека, как инструмент приобретения жилья, переживает кризис и будет успешно развиваться дальше. Преобразование условий кредитования и рыночной ситуации влечет за собой преобразование структуры потребительского спроса на этот кредитный продукт. Продление российским правительством программы ипотечного субсидирования ещё на 12 месяцев на сумму примерно 16 млрд. руб., вероятно, поможет сгладить негативное влияние стагнации экономики на рынок недвижимости.

Несмотря на то, что сложно количественно просчитать воздействие программы субсидирования, американское рейтинговое агенство Fitch Ratings считает, что эта программа представляет из себя важной для рынка недвижимости и строительной отрасли в России, особенно для предприятий, ведущих деятельность в массовом сегменте. Не многие из них, в частности предприятия с высоким левериджем, ощущают наиболее сильное воздействие рецессии. Одна из крупных строительных предприятий на рынке недвижимости (СУ - 155) в настоящее время находится под угрозой банкротства из - за требований её кредиторов. С учётом фокуса предприятия на массовом сегменте и её более высокой зависимости от ипотечной программы, российское правительство сосредоточенно следит за развитием ситуации.

Показатели кредитоспособности дают предприятию ощутимый запас прочности для того, чтобы выдержать неблагоприятные рыночные условия. Нынешний момент вспомогательно подкрепляется её интегрированной бизнес - моделью, разнообразием портфеля по элитному, среднему, а так же массовому сегментам.

Программа субсидирования ипотеки со стороны российского правительства, которая началась 1 марта 2015г., поначалу должна была завершиться спустя год. Она направлена на поддержку строительного сектора, сектора недвижимости и банковского сектора при текущей неблагоприятной экономической ситуации, когда произошло снижение реальных располагаемых доходов на 4 % в 2015г. Данная субсидия уменьшает процентную ставку по ипотечным кредитам в сегменте нового массового жилья. Допустимая ипотечная процентная ставка по программе определена на уровне 12 % . Она немного выше текущей ставки рефинансирования Центрального банка Российской Федерации в 11 % . При рыночных ипотечных ставках в 14 % - 16 % .

Масштаб выданных ипотечных кредитов в России сократился до 1230 млрд. руб. в 2015г. по сравнению с 1760 млрд. руб. в 2014г., соответствующе данным ЦБ РФ. Но ,по - прежнему, был сравним с уровнями 2012 - 2013гг. На конец 2015г. Более 41 % ипотечных кредитов были предоставлены с использованием субсидий^[5].

Чтобы понять суть ипотечного кредитования, необходимо рассмотреть его механизм, который чаще всего производится в два этапа.

На первом этапе производится предоставление кредитов под залог недвижимости (первичный рынок). Так как банки предоставляют кредиты на продолжительный срок, а так же под относительно невысокий процент, то у них понижается объем доступных резервов. Они неизбежно требуются для осуществления повседневной деятельности. Поэтому возникает задача рефинансирования выданных кредитов для банка. То есть как в кратчайшие сроки вернуть себе отданные на длительный срок деньги.

На втором этапе производится рефинансирование кредитов (вторичный рынок), к самым распространённым способам которого относятся: полная уступка прав по кредиту специализированной организации, объединяющая однообразные закладные в пулы. Уже под залог пулов выпускает находящиеся в собственности ценные бумаги (классическая или двухуровневая система), либо банк сам выпускает ценные бумаги (при одноуровневой системе).

Таким образом, ипотека на сегодняшний день - это один из наиболее эффективных инструментов решения многих важных социальных, экономических проблем, которые существуют в нашей стране. Всё же в экономическом аспекте у ипотеки имеются наряду с большими перспективами и существенные проблемы. Проанализировав эти проблемы, можно принять адекватное решение в модернизации ипотечного кредитования.

Сегодня ипотечное кредитование предлагается большинством банков, среди которых выделяются специализированные ипотечные банки, предлагающие выгодные условия. Согласно данным ЦБ РФ на 20.01.2016г. из 1000 действующих кредитных организаций 638 предоставляют ипотечные жилищные кредиты.

Банки предлагают ипотечные кредиты на разных условиях. В настоящее время несколько кредитных организаций предоставляют возможность взять ипотеку без первоначального взноса, а ставки и минимальная сумма кредита в Москве и регионах могут различаться.

Таблица 1 - Топ 5 ипотечных банков по объему выданных ипотечных кредитов во II полугодие 2015 года

№	Банк	Объем выданных ипотечных кредитов	Процентная ставка	Первоначальный платеж	Максимальный период кредитования
1	Сбербанк	142 286.77	12%	От 20%	До 30 лет
2	ВТБ24	27 039.69	12,65%	От 20%	До 30 лет
3	<u>ДельтаКредит</u>	7 156.66	13,25%	От 10%	До 30 лет
4	<u>Росбанк</u>	5 689.46	14,5%	От 15%	До 25 лет
5	Абсолют Банк	4 291.88	14,5%	От 10%	До 30 лет

Продуктовая линейка ипотечных кредитов, которые предоставляют банки, довольно разнообразна и фактически каждый заемщик способен подобрать программу кредитования, которая подходит именно ему. Многие банки делают ставку на рублевую ипотеку. Кредиты в валюте не популярны, т.к. в ней выдается не более 1 % всего объема ипотечных кредитов.

Если в 2015 году, по прогнозам экспертов, количество договоров уменьшилось на 20 % , то в текущем году этот показатель достигнет 40 % ^[4].

По данным Объединенного кредитного бюро, в ипотеке снижение количества новых выдач составило 36 % , объёмы снизились на 38 % . В 2015 году было выдано 470 тыс. кредитов на общую сумму около 749 млрд. рублей, в 2014 году – 730 тыс. кредитов на 1,2 трлн. рублей. Ипотечный кредит снизился в среднем с 1,65 до 1,59 млн. рублей.

Таким образом, в 2016 году падение спроса на оформление ипотечных договоров продолжится.

Программа государственного субсидирования ипотеки – это одна из причин обвала по ипотеке. Точнее сказать в преимуществе квартиры эконом класса в новостройках, стоимость которых с учетом снижения ставки, разумеется, меньше, чем в 2014 году. В связи с кризисом большинство россиян решили повременить покупку квартиры на заемные средства.

Однако статистика по прошлому году не оправдала самых худших ожиданий экспертов и участников рынка недвижимости. Всё дело в том, что в начале 2015 года в условиях возрастание ключевой ставки по ипотеке прогнозировался обвал рынка почти до 70 % . За счёт программы государственного субсидирования ипотеки, рынок оживился. Следует заметить, что число банков, которые участвуют в государственной программе, сильно ограничено. К тому же, в проекте изменения программы государственного субсидирования говорится о снижении размера субсидии, которую государство вернёт банкам, и, соответственно многим банкам участие в программе будет уже невыгодно.

Так что ждет рынок недвижимости в 2016 году?

Точных данные пока неизвестны – участниками рынка ожидаются прогнозы, когда будет известна точные сведения о программе государственного субсидирования ипотечных ставок.

Можно сделать вывод: чем лучше и быстрее идет развитие в национальной экономике системы ипотечного кредитования, чем большая доля с участием ипотеки входит в сделки с

недвижимостью, тем больше рынок недвижимости зависит от конъюнктуры на финансовых рынках, текущей стоимости активов. Экономика страны обязательно должна прийти до того уровня, когда ипотечное кредитование в равной степени будет выгодно и банкам, и самому широкому кругу их клиентов.

Список использованной литературы:

1. Жировенко О.П. Банковское дело: учебное пособие / О. П. Жировенко. - М.: КНОРУС, 2012.
2. О залоге: федер. закон от 29.05.1992 г. №2872 - 1 [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.consultant.ru> (12.03.2015).
3. Об ипотеке: федер. закон от 16.07.1998 г. № 218 (в ред. от 03.12.2015) [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.consultant.ru>(12.03.2014).
4. О накопительно - ипотечной системе жилищного обеспечения военнослужащих: федер. закон от 20.08.2004 г. № 117 (в ред. от 02.06.2012 г.) [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.ikvc.ru> (11.03.2014).
5. Петроченко Д.В. Ипотечное кредитование: учебное пособие / Д.В. Петроченко. – М.: ЮНИТИ, 2015.

© Л.Б.Ганян, И.В.Смагина, Е.В.Соболева, А.А.Силаева, 2016

УДК 336.71.

О.С. Сосункова, бакалавр экономики
Л.А. Фоменко, бакалавр экономики
г. Ростов - на - Дону, РФ

ЭФФЕКТИВНАЯ ДЕПОЗИТНАЯ ПОЛИТИКА СОВРЕМЕННЫХ КОММЕРЧЕСКИХ БАНКОВ

Одна из основных задач банков состоит в привлечении вкладов. Чем больше людей станут вкладчиками банка, тем более высокой будет значение оборотных средств, что повлечет за собой увеличение возможностей выдавать кредиты, а значит, возрастет и прибыль.

Размер процентов, под которые банк привлекает средства на депозиты, зависит от политики Центробанка. За 2014 - 2015 гг. ЦБ РФ лишил лицензий несколько десятков финансовых учреждений, что в значительной мере повысило нагрузку на Агентство по страхованию вкладов. Некоторые банки проводили рискованную кредитную политику, при этом значительно завышали ставки по депозитам от среднерыночных показателей.

На сегодняшний день банковский вклад является наиболее востребованным инвестиционным инструментом для российских граждан ввиду легкости его использования[3,4].

Привлеченные средства составляют основу существования банка и являются его ресурсной базой. Каждая кредитная организация разрабатывает собственную депозитную политику по формированию банковских ресурсов, что подразумевает определение форм,

задач и содержания банковской деятельности, связанной с привлечением банковских ресурсов. При формировании подобной политики любой банк ставит перед собой главную цель ее проведения – увеличение объема ресурсной базы, минимизация расходов, связанных с ее привлечением, а также поддержание должного уровня ликвидности[2].

В процессе формирования депозитной политики нельзя забывать о многочисленных влияющих, а в некоторых случаях ее определяющих, факторах, к которым можно отнести: законодательство, состояние и тенденции финансового рынка, ставка рефинансирования ЦБ РФ.

Эффективная депозитная политика невозможна без высокого корпоративного управления, соблюдения банком законодательных аспектов, соблюдение принципов профессиональной этики.

Стоит понимать, что выбор банка для депозита на основании сравнения ставок не верен. Для этого нужно провести не сложный анализ.

Для начала, логичней всего, рассматривать те банки, отделения которых присутствуют в данной местности. Далее кредитную организацию оценивают по следующим критериям:

1. Анализ регистрационных данных. На сайте Центробанка (раздел «Информация по кредитным организациям») можно найти данные о дате регистрации, сроке действия лицензии и учредителях банка. Эта информация дает понимание того, как долго учреждение оперирует на рынке. Соответственно, следует руководствоваться простым правилом: чем дольше, тем надежнее. Если среди собственников банка есть крупные международные банковские группы, корпорации или холдинги, то это повышает надежность организации, так как в случае нестабильной ситуации она может надеяться на поддержку акционеров.

2. Рейтинг банков. Многие банки имеют различные рейтинги. Центробанк ранжирует банки по размеру активов. Но высокая позиция в ТОП - 100 не гарантирует надежности. К примеру, до отзыва лицензии у Судостроительного банка в 2014 году он занимал 84 - е место[5].

Полезную информацию можно подчеркнуть из таких Интернет - ресурсов как РБК.рейтинг, bahki.ru и др. Есть еще международные рейтинги, но следует понимать, что рейтинг надежности банка не может превышать рейтинг страны, а в свете последних политических и экономических событий (санкции, экономический кризис), их объективность вызывает вопросы.

3. Участие в Агенстве по страхованию вкладов (далее АСВ). Агентство создавалось с целью повышения уровня доверия к банковской системе и защиты населения от потери денежных средств. В случае отзыва лицензии или банкротства кредитного учреждения, АСВ формирует реестр вкладчиков. Выплаты производятся в пределах гарантированной суммы.

В настоящее время появился огромный выбор депозитов, что, в свою очередь, привело к появлению конкуренции между банками в результате установления цен на них. Каждый банк стремится привлечь клиентов, учитывать их интересы и цели.

Из таблицы 1 видно, что первое место в десятке крупнейших банков, привлекающих депозиты, занимает ОАО «Сбербанк России», депозитный портфель которого в 2014 году превысил портфель ЗАО «ВТБ 24» в 5,9 раза, а на 1 января 2015 году – в 4,7 раза, так как уменьшились депозиты ОАО «Сбербанк России» на 14,9 % [1].

Таблица 1– Коммерческие банки по размеру депозитов в 2013 - 2015 гг.[1]

№	Наименование банка	Показатель на 01.01.2013 (тыс. руб)	Показатель на 01.01.2014 (тыс. руб)	Показатель на 01.01.2015 (тыс.руб.)	Изм. в %	Изм. в %
					2014 / 2013	2015 / 2014
1.	Сбербанк России	6 510 314 837	7 915 893 933	6 733 494 476	+21,5 9	- 14,9 %
2.	ВТБ 24	982 659 352	1 338 778 431	1 420 059 018	+36,2 4	+6,1 %
3.	Альфа - Банк	292 065 516	371 557 305	283 557 167	+27,2 2	- 23,7 %
4.	Газпромбанк	298 642 859	368 914 444	445 672 131	+23,5 3	+20,8 %
5.	Райффайзенбанк	218 912 909	257 030 703	186 450 405	+17,4 1	- 27,5 %
6.	Россельхозбанк	185 266 179	247 169 894	288 116 681	+33,4 1	+16,6 %
7.	Банк Москвы	169 609 248	228 150 299	247 826 335	+34,5 2	+8,6 %
8.	Хоум Кредит Банк	157 289 156	205 185 932	176 417 335	+30,4 5	- 14,0 %
9.	Промсвязьбанк	167 207 318	197 051 434	211 776 949	+17,8 5	+7,5 %
1 0.	Русский Стандарт	157 463 644	192 595 679	159 108 373	+22,3 1	- 17,4 %

Все больше банков предлагают разнообразить обычный валютный портфель сбережений вложениями в нетрадиционных валютах – от британских фунтов и швейцарских франков до иен и юаней.

Отмечается и еще одна особенность на рынке вкладов: в связи с быстро меняющейся макроэкономической обстановкой, нестабильным курсом рубля и общей нестабильностью вкладчики сокращают сроки инвестирования.

Таким образом, одна из основных задач банков состоит в привлечении вкладов. Дело в том, что чем больше людей станут вкладчиками банка, тем более высокой будет значение оборотных средств, что повлечет за собой увеличение возможностей выдавать кредиты, а значит, возрастет и прибыль.

Роль привлечения сбережений населения через инструмент массовых вкладов возрастает как для крупных банков, так и для небольших, что ведет к росту спроса и повышению ставок по депозитам. В борьбе за денежные средства населения практически все ключевые игроки банковского рынка вынуждены значительно увеличивать ставки по вкладам.

Список использованных источников

1. Дударева О.А., Храмцова Ю.М. Особенности реализации депозитной политики коммерческого банка в современных условиях // Международный студенческий научный вестник. – 2015.
2. Лаврушина О.И. Банковский менеджмент: учебник. – М.: Кнорус, 2011.

3. Литвинова С.А. Ипотечное кредитование: тенденции развития. В сборнике: Современные тенденции в образовании и науке сборник научных трудов по материалам Международной научно - практической конференции: в 26 частях. 2013. С. 104 - 105.

4. Литвинова С.А. Ипотечное кредитование. проблемы и пути решения / М. | Берлин, 2015.

5. ЦБ РФ отозвал лицензию у Судостроительного банка. Международная информационная группа «Интерфакс». Режим доступа: <http://www.interfax.ru/>.

© О.С. Сосункова, Л.А. Фоменко,

УДК 338.5

Д.И. Тараренко

Студент ТулГУ

г. Тула, Российская Федерация

ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА СНИЖЕНИЕ МАТЕРИАЛОЕМКОСТИ

В ряде сфер в связи с исчерпанием резервов традиционной технологии в области экономии сырья и материалов выдвигаются на первый план новые ресурсосберегающие технологические схемы. При этом критерий материалоемкости является одним из решающих.

Важная черта современного материалоупотребления - повышение роли некапиталоемких способов снижения материалоемкости. В машиностроении к этому направлению может быть отнесено в первую очередь улучшение конструирования. На долю улучшения конструирования и снижения весовых характеристик машин приходится около 30 % общей планируемой экономии проката черных металлов. И здесь практически не существует пределов; этот процесс не требует значительных текущих либо единовременных затрат. В ряде случаев изменения в конструировании вызваны появлением качественно новых материалов. Конечно, такие изменения происходят раз в 10 - 15 лет и не могут быть положены в основу последовательного снижения материалоемкости.

Наряду с вышеизложенным, к некапиталоемким направлениям снижения себестоимости могут быть отнесены сравнительно дешевые и массовые способы повышения качества и улучшения использования материальных ресурсов. Это, например, требующая минимальных затрат термическая обработка проката в потоке металлургического производства, дифференциация запасов прочности выпускаемого металла в соответствии с требованиями потребителей [1, с.12].

Удорожание добычи полезных ископаемых из - за ухудшающихся горно - геологических условий, усложнения схем их подготовки к промышленному использованию, применение зачастую капиталоемкой и трудоемкой многостадийной технологии переработки материалов и ряд других факторов усиливает взаимосвязь материалоемкости, фондоемкости и трудоемкости производства. Так, например, в машиностроении и металлообработке, при снижении веса машин и оборудования на каждый рубль стоимости

экономленного металла приходится около 5 руб. экономии капитальных вложений[2, с. 27].

Повышение качества исходного сырья и материалов, как правило, ведет к снижению удельной материалоемкости в потребляющих отраслях, так как уменьшает материальные затраты на выпуск одних и тех же изделий и видов продукции. При этом фондоемкость в отраслях добывающей промышленности и отраслях, производящих первичные материалы, может повышаться, так как в черной металлургии требуются дополнительные вложения в фонды на улучшение качества металлопродукции.

Такой весомый фактор уменьшения материалоемкости, как улучшение конструирования и снижение весовых характеристик изделий, зачастую не требует дополнительных вложений, в то время как снижение материалоемкости, за счет улучшения технологии и повышения коэффициентов использования исходных материалов может требовать значительных вложений в основные фонды. Фондоемкость будет уменьшаться, если прирост выпуска продукции за счет повышения коэффициентов использования обгонит необходимый прирост основных фондов. Так же следует учитывать и возможный рост фондоемкости.

Вместе с тем, одним из важных факторов снижения материалоемкости является комплексная переработка сырья и утилизация отходов. Дополнительные расходы на комплексную переработку сырья и утилизацию отходов практически всегда эффективны. Они способствуют снижению фондоемкости, так как суммарные затраты производственного процесса относятся теперь на большее количество полезных продуктов.

Эффективная взаимозамена материальных ресурсов способствует снижению фондоемкости. Если даже единица ресурса, используемого для замены более фондоемка, то с учетом коэффициента эквивалентности стоимость фондов в расчете на приведенное количество нового ресурса, как правило, оказывается более низкой. Так влияет на фондоемкость большая часть прогрессивных сдвигов в балансах конструкционных материалов, текстильных волокон и топливно - энергетическом балансе.

Влияние снижения материалоемкости на трудовые затраты в практике планирования и управления производством может учитываться в двух аспектах. Во - первых, уменьшение материалоемкости ведет к снижению трудовых затрат на переработку исходного объема материальных ресурсов. Например, сокращение объема механической обработки заготовок за счет замены её эффективными процессами формообразования металла означает снижение не только количества отходов, но и трудовых затрат. Но иногда из прямой зависимости между изменениями материалоемкости и трудоемкости бывают и исключения. Так, рост механизации производства ведет не только к повышению комплексного показателя материалоемкости, включая затраты на электроэнергию, но одновременно и к сокращению трудоемкости, за счет высвобождения работников, занятых ручным трудом[2, с. 45]. Во - вторых, по мере продвижения по технологической цепи количество овеществленного труда в получаемых продуктах возрастает. Наряду с этим, следует уделять особое внимание анализу соотношения материальных и трудовых затрат в себестоимости продукции, так как это соотношение используется при определении размеров поощрительных фондов предприятия в связи с достигнутой экономией материальных ресурсов.

Немаловажным фактором снижения материалоемкости является географический фактор. Исторически сложившийся отрыв металлургической базы от машиностроения обуславливает необходимость ежегодных перевозок железнодорожным транспортом десятков миллионов тонн проката металлов и других металлоизделий. Вместе с тем установка агрегатов для получения готовых машиностроительных деталей, базирующихся на местных ресурсах сырья (металлолома), позволяет получить определенную экономию на транспортных расходах. Для цветной металлургии в отличие от черной характерен не только отрыв потребления металлов от производства, но и территориальный отрыв производства металлов от его обработки. Поэтому особое значение приобретает сочетание производства цветных металлов с их обработкой, т.е. совмещение непрерывной разливки и прокатки при получении катанки, полосы и других профилей, дающее большие технико-экономические преимущества. Для ликвидации нерациональных перевозок материальных ресурсов следует размещать материалоемкие производства преимущественно около источников сырья. Вместе с тем, следует улучшать структуру перевозок и грузооборота железнодорожного транспорта по отдельным грузам. Определенную роль в сокращении длительности железнодорожных перевозок должна сыграть передача доставки материальных ресурсов, перевозимых на сравнительно небольшие расстояния, автомобильному транспорту.

Большую роль в снижении материальных затрат на производство продукции играют условия рыночной конкуренции. Конкурентными преимуществами многих компаний сегодня становятся производство материалов повышенного качества, выпуск дополнительной продукции из сэкономленных материалов, отработка специальных смесей на сбереженном сырье и так далее.

Список использованной литературы:

1. Владимир Степанов, Нормирование расхода материальных ресурсов, Academia, 2009г. – 176с.
2. Энгель Хазанович, Вадим Шестаков, Управление материальными ресурсами, Экономика, 1995, – 160с.

© Д.И. Тараренко, 2016

УДК 330

Д.И. Тараренко

Студент ТулГУ

г. Тула, Российская Федерация

АНАЛИЗ МЕРОПРИЯТИЙ ПО ВЫХОДУ ЭКОНОМИКИ СТРАНЫ ИЗ КРИЗИСА С НАИМЕНЬШИМИ ПОТЕРЯМИ

В две тысячи шестнадцатый год Россия вошла в разгаре экономического кризиса. Постоянно продливающиеся экономические санкции, падающие цены на нефть, рост доллара и падение курса рубля.

Какую же стратегию развития выбрать на данном этапе?

В периоды экономических кризисов основная нагрузка ложится на государство. В основе правильного государственного управления лежит выработка и осуществление антикризисных мер, которые должны обеспечить экономическую безопасность страны. Некоторые из них: поддержка производственного сектора, правильная банковская политика, предотвращение банкротств и снижения качества жизни населения, устранение административных барьеров для малого бизнеса, поддержание потребительского и инвестиционного спроса. Для осуществления антикризисных мер, выполнения социально значимых функций и стратегических задач, государство должно расширить государственный сектор экономики.

Во время кризиса необходимо поддержать развитие промышленности. Приоритетным направлением должна быть модернизация старых и создание новых промышленных предприятий. Важную роль в их создании должна играть господдержка[2]. Хотя нельзя исключать и долю иностранных инвестиций в малом бизнесе. Важную роль в развитии промышленности должно сыграть применение новых технологий, которые позволят сократить энергоемкость, металлоемкость и т.п. и позволить выйти предприятиям на новые экономические показатели. На заводах необходимо внедрять самые передовые, инновационные разработки как наших, так и иностранных авторов. Новые технологии существуют, но редко применяются предприятиями[1, с. 74]. Поэтому необходимо обеспечить реализацию перспективных проектов массово. Догоняющая импортозамещающая индустриализация на базе перераспределения ресурсов из аграрной сферы в промышленную, должна стать основой структурной политики. Эти меры должны способствовать повышению конкурентоспособности национальной экономики.

Развитие науки - это одно из приоритетных направлений, на которое нужно обратить особое внимание. Необходимо поддерживать новые разработки. Именно внедрение инноваций обеспечивает производителям конкурентные преимущества и, в конечном счете, положительно влияет на рост экономики в целом[2]. Поэтому огромное значение имеют новые технологии и продукты, созданные на отечественной научно - промышленной базе. Если мы хотим располагать инновационной экономикой, то систему, обеспечивающую связь производства и науки нужно восстанавливать. Во времена СССР существовала отлаженная система внедрения результатов исследований в промышленность и сельское хозяйство: высшие учебные заведения, занятые фундаментальной наукой, были связаны с отраслевыми институтами, которые осуществляли исследования, выполняли конструкторские чертежи опытных образцов, создавали и опробовали новые технологии, внедряемые затем на промышленных предприятиях и в агропромышленных комплексах. Однако, к сожалению, в период перехода к рыночной экономике система была разрушена.

Вузы способны играть важную роль в инновационном процессе. Стратегической задачей вузов является налаживание сотрудничества с ведущими европейскими университетами из Китая, Германии, Словакии, Венгрии, Беларуси, располагающими современной научно - технической базой, ведущими исследовательские работы в сфере машиностроения, приборостроения, металлургии, строительства и архитектуры, автомобилестроения, физики.

Для дальнейшего развития экономики необходимо расширять торговую деятельность и инвестиционное сотрудничество в рамках БРИКС, формировать развитие

межрегиональных связей, создавать благоприятные условия для ведения бизнеса, упрощать, и разрабатывать предельно понятное торговое законодательство, а также устранять сдерживающие факторы и административные барьеры[2]. В период стремительного роста доллара и падения рубля, необходимо быстрее переходить на взаиморасчеты в национальных валютах.

Необходимо активизировать сотрудничество в рамках ШОС. Создавать благоприятные условия в области торговли и инвестиций. В Настоящее время ведется плодотворное сотрудничество между государствами, членами ШОС, в различных областях. Необходимо еще больше расширять сферы сотрудничества. Благотворно скажется на экономическом росте создание зоны свободной торговли в рамках ШОС. Необходимо ускорить и сделать все необходимое для её создания. В связи с экономическими санкциями, торговые отношения с рядом европейских стран приостанавливаются, что негативно сказывается на развитии экономики России. Чтобы сократить эти потери в последние годы Россия все больше обращает внимание на страны Азии. Хорошие внешнеэкономические отношения складываются у России с Китаем и Индией. Япония также вызывает растущий интерес со стороны российских компаний. Но для заключения крупных инвестиционных контрактов, необходимо заинтересовать инвесторов. На Петербургском Международном Экономическом форуме поднимался этот вопрос. Александр Галушка, министр Российской Федерации по развитию Дальнего Востока, считает важным «предложить инвестору продукты, которые позволят ему выгодно и безопасно делать бизнес на Дальнем Востоке». Станислав Воскресенский, заместитель министра экономического развития Российской Федерации, считает наиболее привлекательными секторами российской экономики для инвестиций японских компаний: сельское хозяйство, транспорт и логистику, информационные технологии, фармацевтику. Поэтому в этом направлении необходимо усиленно работать.

Для привлечения инвестиций в экономику России необходимо развивать инфраструктуру, дороги, транспорт. Это даст толчок для развития туристического направления. По мере ознакомления со страной, на фоне растущей американской и европейской валюты, появится привлекательность вложения средств в наш бизнес. Но для этого налоговая политика должна быть предельно простой и понятной. Это будет стимулировать создание и увеличение предприятий малого бизнеса, а так же образование совместных предприятий.

Нельзя недооценивать важность развития интернет - торговли. Это одно из современных направлений развития. В 2014 году общемировой объем интернет - продаж достиг 1,5 трлн долларов США, и, согласно прогнозам, в ближайшие годы темпы роста онлайн - торговли будут стремительно увеличиваться. Важно расширять форматы взаимодействия с покупателями, развивать платежные системы, повышать уровень логистического обеспечения, совершенствовать мобильные приложения. Успехи в этой сфере приведут к качественному сдвигу в системе розничной торговли.

Земля - важнейший стратегический ресурс экономики России. Но бумажная волокита и бюрократические препоны тормозят инвестиции и развитие. Это не только препятствует формированию нормальной инвестиционной среды, но и значительно снижает поступления в бюджет. Необходимо выработать меры управления земельными ресурсами,

которые смогут в первую очередь стимулировать экономическое развитие регионов России.

Государство играет важную роль в экономике любой страны. Без эффективно работающего государства невозможно успешное реформирование экономики и социальной сферы, что делает актуальной реформу госуправления. Нужно четко определить функции государства и разграничить полномочия между уровнями власти и госорганами, внедрить культуру работы ради людей, ввести единые процедуры регулярного менеджмента, направленного на результат, управлять персоналом на уровне государства, сократить необоснованно высокие зарплаты госаппарата. Успешное воплощение этой реформы должно привести к ускорению темпов роста экономики в среднесрочной перспективе.

Экономическое положение России сложное ввиду нестабильной внешнеполитической обстановки. Достоинство выйти из кризиса поможет проведение грамотной государственной политики, плодотворное сотрудничество особенно в научно - технической сфере с другими государствами, создание условий для иностранных инвестиций, структурные реформы, направленные на повышение производительности труда, эффективности производства, переориентация предприятий и направление их на продуктозамещение, развитие науки, уменьшение государственных расходов и внедрения инноваций.

Список использованной литературы:

1. Виктор Делия, Проблемы устойчивого развития экономики России в условиях мирового кризиса, Де - по, 2013г. – 452с.
2. <https://forums.spb.com/ru/>

© Д.И. Тараренко, 2016

УДК 330

В.К.Терзиев^{1,2} Е.Н.Стойнов

¹Национальный военный университет им. Васила Левского,
Велико Тырново, Болгария

²Руссенский университет имени Ангела Кънчева,
Руссе, Болгария

ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ СОЦИАЛЬНОГО ПРОГРАММИРОВАНИЯ

Исходной основой наших научных исследований по отношению оценки эффективности социального программирования являются цели и задачи, социальной деятельности, определение которой зависит от уровня ее реализации. Иначе говоря, они могут быть определены на национальном уровне, региональном уровне, на уровне населенных мест, на уровне группы или на уровне отдельной личности. В соответствии с этим определяются и критерии для оценки эффективности достигнутых целей социальной деятельности и связанного с ней социального программирования.

Исследования в этом направлении позволяют определить качественные характеристики применения системы критериев для оценки эффективности социальной деятельности. Речь идет о следующем:

- выражают функциональную работоспособность всех видов, форм и методов социального обслуживания населения;
- показывают насколько эффективной является работа государственной администрации и, в частности, социальных служб в современных болгарских условиях, связанных с проведением непрерывных и сложных реформ;
- отражают степень работоспособности руководства и управления общим процессом целенаправленной и систематической социальной работы с населением и отдельными людьми, нуждающимися в профессиональной социальной поддержке.

В соответствии с этим, можно сформулировать несколько подходов для определения эффективности реализации конкретной социальной деятельности на национальном и местном уровне.

Первый подход связан с максимально объективной оценкой соотношения между достигнутым результатом или эффектом, и связанными с ним затратами. Ключевой проблемой в данном случае является как измерение и описание результатов (эффекта), так и измерение затрат. И насколько затраты могут быть предусмотрены и планированы, настолько и эффективность социального обслуживания может быть предположена, запланирована, фактически и реально достигнута.

Согласно другому подходу, акцент ставится на оценку эффективности социальной деятельности с позиции определения степени удовлетворения социальных потребностей и ожиданий обслуживаемых клиентов, в роли пользователей или бенефициаров проекта или программы. Здесь решающее значение имеют субъективные методы оценки, т.е. мнения, рассуждения, высказывания (о ком - то, о чем - то более или менее конкретном), конкретный субъект, осуществляющий оценку эффективности социальной деятельности. Поэтому в данном случае особенно важно определить и выбрать подходящий информационный источник для оценки. А это, по сути, является субъектом, носителем значимой для оценки информации, в лице руководителей, специалистов, представителей контролирующих органов, пользователей и других. При этом следует учитывать, что оценочная информация, исходящая от конкретных людей, всегда является субъективной. Чем больше субъектов участвует в процессе оценки, тем в большей степени, при прочих равных условиях, такая оценка стремится к определению объективной и достоверной картины деятельности социальных служб и реализации конкретной социальной программы (проекта).

Сложный характер оценки предполагает целенаправленную организацию процесса раскрытия мнений, суждений и выводов, которые выражаются с помощью определенных форм и методов. В данном случае имеем дело с процессуально - организационным значением понятия „оценка эффективности социального обслуживания”. В стремлении достичь поставленную цель или оценить данный процесс, или конкретную личность, необходимо организовать процесс оценки. Для этой цели следует обеспечить и обработать достаточное количество оценочной информации, создать и использовать определенные процедуры оценки, которые должны содержать и соответствующий инструментарий и сложные методы верификации оценки.

Все многообразие оценок, выходящих из различных субъектов, пройдя через множество процедур и стадий в процессе оценки, превращается в результативные (конечные) оценки. Как правило, организационный процесс по оценке конечной информации может служить основанием для определенных практически значимых выводов, для осуществления соответствующих мероприятий и действий, разработки программ для повышения эффективности.

Перед началом практического измерения эффективности социальной деятельности, перед исследователями неизбежно возникает ряд вопросов, ответы на которые связаны с определением оценочного объекта, предмета оценки, субъекта оценки, набора критериев и показателей для оценки и т.д.

И так как эффективность - это обобщенный, интегральный показатель качества системы, его определение зависит как от среды, в которой функционирует система, так и от внутренних свойств системы (значений различных показателей, характеризующих потенциал и ресурсы). По этой причине мы считаем, что точнее нужно говорить не об эффективности вообще, а об эффективности функционирования системы при выполнении конкретных задач в определенных условиях. Более того, возникает возможность функционально связать все частные показатели качества в общий интегральный показатель - эффективность. Исследование качества в таком виде позволяет обойти многие трудности, возникающие при анализе сложных систем.

Из общего числа факторов, формулирующих цели и задачи оценки эффективности социальных служб, мы останавливаемся на следующих:

- аналитические возможности социальной службы по идентификации и оценке „запросов”;
- ресурсы социальной службы для оперативного удовлетворения „запросов”;
- потенциал социальной службы (включая уровень взаимодействия с правительственными, государственными, муниципальными, неправительственными организациями и компаниями);
- социально - экономические условия административной территории, где функционирует социальная служба;
- квалификация сотрудников социальной службы.

Особое внимание при оценке эффективности следует обратить на специальную проблему оценки качества.

На самом деле многие вопросы решаются через призму качества, причем индикаторы (эксперты) являются, как субъектами управления деятельностью социальной службы, так и объектами ее деятельности. Наиболее типичной операцией при оценке качества является ранжирование. Объекты (явления, процессы) ранжированы, если некоторое их количественное измерение соответствует определенному качеству, которое они имеют в различной степени. В практике различных социальных служб ранжирование может применяться в различных ситуациях. Наиболее характерными из них являются расположение объектов (процессов, явлений) с точки зрения их размещения в пространстве и времени, в соответствии со степенью выражения какого-то качества, которое не может быть измерено по любой объективной шкале, в соответствии с некоторыми измеримыми или поддающимися учету качествами (как правило, степень выражения качества, в соответствии с которым проводится ранжирование, практически, всегда может быть

измерена), в соответствии с каким - либо качеством, которое в принципе измеримо, однако в данный момент не может быть измерено по причинам практического или теоретического характера.

Характерным примером использования экспертных оценок в управлении может служить составленная матрица зависимостей „цель - средство”. Клетки этой матрицы в конце должны быть заполнены сведениями, полученными из результатов, предоставленных экспертными оценками.

Методики для оценки эффективности системы социальной защиты весьма разнообразны, что обусловлено, прежде всего, предметом оценки. Условно называем эти методики „первого порядка”. Каждый предмет оценки может быть более подробным и тогда, соответственно, появляется новая методика „второго порядка”. Каждому виду социального обслуживания (социально - бытовому, социально - медицинскому, социально - правовому, социально - реабилитационному, социально - психологическому, социально - консультативному, материальной помощи) соответствует отдельная методика оценки эффективности.

В процессе анализа существующих концепций эффективности социальных служб, соответственно, национальной социальной политики, в теории организации и административного управления эффективное управление определяется как „соотношение чистых положительных результатов (превышение желательных последствий над нежелательными) и допустимых затрат. Решение можно назвать эффективным, если наилучший результат был достигнут в заданные временные затраты или если результат получен при самых низких затратах для данного выбора.

Современные западные общества испытывают кризис эффективности традиционных систем государственного управления. Мы можем проанализировать три ключевых фактора, влияющих на формирование кризисной ситуации: социально - политические, экономические и социально - культурные. Преодоление кризиса современных демократий и, соответственно, решение проблемы эффективности административного и государственного управления, непосредственно связано с созданием управленческой парадигмы, соответствующей новой культурной, социальной и политической ситуации, адекватной вызову постмодернистской эпохи. В отношении управленческой парадигмы целесообразной является синергетическая методология. Считается, что теория согласования, отказавшаяся от крайностей детерминистических и атомистических позиций анализа институциональных систем, предоставляет в распоряжение исследователей две ключевые для концептуализации понятия „социальная эффективность” категории: „интерпретационная рациональность” и „транзакционные издержки”. Именно эти категории способствуют решению основной исследовательской задачи: спрос на общем принципе, на основании которого можно интерпретировать понятие управленческое решение в контексте различных институциональных подсистем, каждая из которых имеет свой собственный специфический набор целей.

Кроме „экономической” составляющей понятие эффективность (отношение между объемами предоставляемых услуг к стоимости или объему ресурсов, необходимых для предоставления данного объема услуг), можно отметить также и „техническую” или организационную составляющую, определенную с позиции постижения цели. Техническая

эффективность выражает степень соответствия социальных услуг к потребностям, желаниям и ресурсам их клиентов.

Понятие социальная эффективность рассматривается в контексте новой постклассической парадигмы государственного управления. Исследователи М. Димок, Анисе ле Пор и Лейн при определении понятия социальной эффективности актуализируют проблему распределения ресурсов методологически ближе к политической экономии или менеджменту организаций ². Социальная эффективность определяется как функция минимизации транзакционных издержек. Главное условие для эффективного в социальном отношении государственного управления состоит в наличии эффективного механизма для координации социальных взаимодействий. Транзакционные издержки, наиболее характерные для системы государственного управления, могут быть в виде расходов на оппортунистическое поведения, как „прогул”, „влияние”, „агентские издержки“, „вымогательство”, расходы на политизацию и другие.

Современность свидетельствует, что в условиях переходного периода можно говорить об общей системности кризиса, охватывающего все сферы общества в течение длительного периода времени. Успех экономических реформ обуславливается двумя группами условий: учет интересов субъектов реформы (в первую очередь политической элиты страны) и учет потребностей объектов реформирования (руководства и персонала предприятий всех форм собственности, региональных структур, населения). При этом, учет интересов должен осуществляться как на „бухгалтерском” уровне, так и с помощью изучения более тонких мотивов, охватывающих многослойную структуру потребностей.

Опыт индустриального и постиндустриального развития всех без исключения государств мира, убедительно демонстрирует недостаточность чисто технократического подхода к управлению. Новые технологии, информация, тейлеризм, экономические и математические методы очень важны, но они позволяют достичь подлинную эффективность и конкурентоспособность только вместе с учетом социальной мотивации сотрудников, с созданием продуманной системы стимулирования. Отсюда целесообразно следуют критерии для оценки социальной эффективности системы государственного управления. В связи с этим, оформляются две группы таких критериев: общесистемные, к которым относятся: сбалансированность, устойчивость, разнообразие, наличие обратной связи и т.д. и конкретных социальных, наиболее важными из которых являются обеспечение социальной безопасности и социальной защиты населения.

Проблема социальной эффективности тесно переплетается с проблемой безопасности социальной системы. В статистическом отношении под безопасностью социальной системы можно понимать область в пространстве, состояние этой системы, параметры которой определяются исторически обусловленным общественным интересом. Для современного болгарского общества, в частности, выход за границы определенной области означает приближение общества к какой-то другой разновидности.

Большое значение для данного исследования имеют научные разработки, в которых раскрывается проблема эффективности отдельных социальных мероприятий или технологий.

² Основы современного социального управления. М. 1999.

Основы современного социального управления: теория и методология. М. 2000.

Социальная технология это метод управления социальными процессами, обеспечивающий систему последовательных действий личности, коллектива, органов управления региона, области, муниципалитета и населенного пункта. Модель „технологизации” социального пространства выражается через представленные в нем социальные объекты и процессы, совокупность признаков, свойств, особенностей, природы их формирования, проявления и воспроизводства. Более правильным является оценивать технологию с точки зрения оптимальности способа достижения поставленной цели и обеспечения достижения определенных результатов.

Эффективность социальных технологий может быть оценена на основе, получивших в последнее время широкое распространение, оценочных исследований. Оценочное исследование может быть проведено как разработчиком, так и заявителем данной социальной технологии. Важно, что оно может быть проведено на стадии разработки, и на стадии реализации технологии.

Практика оценочных исследований может быть ориентирована не на всю технологию, а лишь на отдельную ее часть. Следует отметить, что при оценочном исследовании процесса существует ориентации по отношению внутренних характеристик технологии, что позволяет судить о ее положительных и отрицательных качествах.

В данном случае продуктивная и для внедрения стратегии исследовательской ориентации осуществляются путем поиска и оценки внешних эффектов по отношению к ее производительности.

Оценка эффективности технологии может быть проведена и с помощью применения различных моделей - целевых и нецелевых. Целевая модель оценочного исследования направлена на оценку самих целей, соответствие социальной технологии поставленным в ней целям и определение степени их реализации. В этом случае оценивается качество заявленных и список потенциальных целей, которые могут быть связаны с конкретной социальной технологией. В процессе такой оценки могут быть применены аналитические и экспертные методы. Оцениваются и сами технологические процедуры с точки зрения их адекватности по отношению определения целей. Эффективность технологии тем выше, чем в большей степени соответствует обозначенным в ней целям.

Нецелевое оценочное исследование направлено на выявление явных или скрытых эффектов социальной технологии. Оценка эффективности социальной технологии связана со сложностью отбора самих ожидаемых эффектов: с одной стороны, существует полимодельность реальных эффектов для объекта, субъекта и самой социальной технологии, как средства, а с другой стороны - отсутствует надлежащий действительный документ для их измерения.

Эффективность социальных технологий может быть измерена также путем сопоставления возможных уровней деятельности. Первый уровень показывает, что может быть достигнуто при существующих ресурсах и в условиях ограничения без внедрения технологий. Второй уровень связан с внедрением конкретных технологий в рамках существующих ресурсов и ограничений, и потенциальное развитие используемых технологических средств, снятия ограничений различного рода. При этом можно говорить о границах роста эффективности социальной технологии в условиях ограничения ресурсов для ее реализации.

Эффективность социальной технологии определяется как субъективными, так и объективными факторами. К числу первых следует выделить индивидуальные особенности людей, участвующих в реализации данной технологии, уровень их профессиональной подготовки и состояния. К объективным факторам относятся факторы организации деятельности: объективные условия обстановки, организация рабочего места, поток информации, контроль деятельности.

В теории и на практике были сделаны ряд экспериментов для характеристики методологии оценки эффективности социальных программ (проектов), представляющих собой комплекс социальных мероприятий, объединенных общей целью, основой которых является применимость социальных программ в нашей стране, преимущественно направленных на социальную защиту населения.

Характерной особенностью программ социальной защиты населения, реализованных социальными службами Болгарии, является существующая сегодня система социальной защиты населения, причем социальное его обслуживание в основном направлено на „процесс”³. Органы управления социальной защиты, социальные службы, как правило, планируют и оценивают свою работу исключительно по таким понятиям, как количество получателей пособий, количество оказанных услуг и объем ресурсов, потраченных из бюджета или привлеченных из внебюджетных источников, путем оперативных программ и т.н. За пределами их внимания оказывается результат предоставления услуг (как повлияли оказанные услуги на поведение, способности и самочувствие клиентской группы и т.д.). Независимо от перехода на программно - целевой метод управления, вопросы об измерении достигнутых результатов той или иной социальной программы и их сравнения с потраченными ресурсами, по - прежнему остаются вне поля зрения органов управления социальной защиты или финансов.

Не секрет, что в числе самых острых проблем социальной сферы чаще всего упоминается проблема недофинансирования, как имеющихся, так и разрабатываемых программ. При этом забывается, что, несмотря на актуальность этой проблемы, финансирование является ресурсом, необходимым для достижения конечного результата, и снижения социального напряжения в обществе, повышения благосостояния и т.н.

Недостаточную прозрачность бюджетов и исключительное внимание к ресурсам можно отнести к наиболее серьезным факторам, влияющим на эффективность политических решений и способность государства к улучшению качества социальных услуг. Даже, если фактические результаты обслуживания населения или оказания социальной помощи известны как социальная служба, социальный работник или сотрудник в соответствующей службе, органы управления, как правило, не требуют от них отчета, и следовательно, платят не за результат, а в лучшем случае за процесс или в худшем случае за демонстрационный процесс. Одновременно с этим отсутствуют эффективные механизмы мотивации поставщика услуг или помощь для достижения результатов, а также и гарантирование его ответственности за их достижение.

Одним из доступных инструментов для изменения создавшейся ситуации и перевода внимания на результативность бюджетных расходов, является оценка социальных

³ Белева, И. и др. Рынок труда в Болгарии. С., Горекс прес, 1996.
Владимирова, К. Экономика труда. С., Сиела, 2009.
Владимирова, К. Экономика труда. С., НБУ - ЦЦО, 2002.
Владимирова, К. Труд, занятость и безработица. С. 2000

программ. Эта оценка не только привлекает внимание публичных органов управления к диагностике достигнутых результатов и полученному эффекту (как по *количественным*, так и по *качественным методам*), но и приводит к усовершенствованию аналитической базы, повышает культуру социальных услуг. Она позволяет задавать правильные и своевременные вопросы, развивать аналитические подходы к решениям по расходованию бюджетных и заемных средств в процессе разработки или корректировки социальной политики. В частности, речь идет о следующих вопросах: Достигла ли программа поставленных целей? Социальные пособия выданы ли именно тем, для кого они предназначались? Обеспечена ли занятость подходящих бенефициаров? Существует ли утечка бюджетных средств к тем, которые не нуждаются в пособиях или включении в программу? Есть ли административные барьеры, препятствующие доступу к программе? Каково соотношение достигнутых результатов к израсходованным средствам?

Все эти и другие вопросы, сформулированные в ходе оценки социальной программы, намечают круг действительно значимых, ясных и поддающихся измерению задач в рамках промежуточного или долгосрочного развития системы социальной защиты населения.

Бюджетные ограничения являются лишь одним из внешних факторов, определяющих необходимость оценки эффективности расходования бюджетных средств. Общественное давление со стороны населения, представляющего собой потенциальных избирателей, является еще одним ключевым фактором, стимулирующим внедрение оценки. Каждая из разрабатываемых социальных программ отражает конкретные интересы общества, как, например, меньше бездомных на улицах, меньше молодежи, страдающей наркоманией, больше пожилых людей, сохранивших свою социальную активность в местном сообществе, меньше безработных из критических и рискованных групп и т.д. Политическое давление со стороны избирателей, с одной стороны, и бюджетные ограничения, с другой, определяют необходимость анализа конкретных результатов социальной программы, финансируемой национальным бюджетом и привлеченными средствами. Оценка обеспечивает представителям национальных и местных публичных органов власти полную, содержательную, объективную информацию о результатах программы и эффективности хода ее реализации. Таким образом, оценка является способом обратной связи между представителями органов власти, бенефициарами и программой. Информация, полученная в ходе оценки, позволяет также популяризировать конкретную программу в местном сообществе.

Промежуточная оценка, которая ставит одной из своих целей анализ бюджетных расходов и привлеченных ресурсов в ходе реализации программы, позволяет выявить причины рассогласованности между прогнозными и фактическими данными. Иногда ошибка может скрываться в самих прогнозах, которые не учитывают ряд внешних факторов, влияющих на расходную часть программы. Оценка позволяет вовремя выявить подобные факторы воздействия, что позволяет сделать коррекцию прогноза расходов по программе на основе более точных фактических данных.

Оценка также служит в качестве основы для принятия взвешенных, экономических и политических рациональных решений, относящихся к реализации программы, а также для ее своевременной корректировки. Особенно важной, по нашему мнению, является возможность сравнивать социальные программы с другими формами социальной

поддержки в условиях сокращения бюджетных расходов и необходимости принятия решений о продолжении финансирования.

Очень часто в ходе реализации социальной программы используются новые механизмы предоставления услуг - системы поиска и отбора клиентов, схемы сбора платежей, структуры и графики предоставления той или иной услуги и т.д. Грамотно проведенная оценка может выявить ошибки в „дизайне” программы или возникшие в ходе ее реализации трудности, что позволяет улучшить механизм предоставления услуг, достигая их большей эффективности при меньших расходах. Кроме того, оценка позволяет руководителям и специалистам программы более четко представить себе общую картину реализации программы, в том числе средства для их достижения и конечные результаты. Возможности оценки по удалению барьеров между бизнесом и местными властями, определенные результатами оценки, насколько они позволяют рассеять предрассудок в эффективности государственного управления и контроля. Не только население, но и бизнес - структуры иногда имеют очень отдаленное представление о том, что делают местные власти для повышения благосостояния жителей города или муниципалитета. Оценка заставляет различные группы экономических агентов, в частности бизнеса, подумать об эффективности социальных программ, возможных путях их улучшения с точки зрения местного населения, возможности сделать собственный вклад в решение местных проблем.

Какие требования предъявляются к оценке? Оценка эффективности программы должна основываться на точных критериях, своеобразных ориентирах, определяющих эффективность социальной программы с указанием конкретных показателей. Данные ориентиры могут представлять собой формально принятые стандарты социального обслуживания, но и могут быть и параметрами, разработанными специально для этой программы, например, минимальными стандартами качества социальных услуг. В Англии они разработаны Министерством здравоохранения, и проверка соответствия предоставляемых услуг этим стандартам постоянно осуществляется такими службами правительства, как Инспекция социальной службы / SSI / и Аудиторская комиссия / AC / (SSI, 2001 - 2002)⁴.

Чтобы оценка была эффективной, она не должна зависеть только от мнения руководителей и управляющих программы. Иными словами, решение о проведении или заказе оценки, должно быть в компетенции людей, стоящих над руководством конкретной программы. Важным средством для сохранения объективности является привлечение независимых специалистов, не имеющих личную или профессиональную заинтересованность в результатах оценки. Чтобы оценка имела практическую ориентацию и дала полезные результаты, она должна учитывать мнение специалистов - практиков (например, социальных работников или сотрудников соответствующих служб), а также и клиентов (пользователей) программы. Специалисты и пользователи предоставляют важную информацию, касающуюся различных аспектов реализации программы, возникающих трудностей и путей их преодоления.

Для того, чтобы оценка была надежной, она должна проводиться специалистами, при использовании соответствующих современных стандартных методологий. При этом информация о результатах оценки должна быть доступной для основных заинтересованных

⁴ Социальное управление как система. Проблемы теории и практики управления. 1997 №2.
Социальная философия истории - теория социального развития. К. 1996.

сторон и должна обсуждаться как можно более широким кругом специалистов, так или иначе причастных к реализации, финансированию или разработке социальной программы. Таким образом, основным методом, используемым для определения эффективности публичных программ социальной поддержки населения, являются оценочные исследования различных показателей эффективности на всех стадиях реализации программы. В частности, речь идет о следующем:

- на стадии разработки: проект программы оценивается по качественным показателям фиксированных в нем основных ценностных ориентирах (степени соответствия целей создателей программы с целями социально - экономического развития страны, заявленных законодательных норм и принципов, а также и с ожиданиями участников программы);
- на этапе реализации: эффективность программы выражается показателями качества организационной, правовой и управленческой составной компоненты при реализации программы (условием эффективного, с социальной точки зрения, государственного управления является наличие эффективного механизма координации социальных воздействий в государстве через свои социальные службы - исполнителя программы);
- на завершающем (оценочном) этапе: программа оценивается по количественным показателям экономической составной компоненты эффективности (соотношение объема услуг к их стоимости в условиях ограниченных человеческих и материальных ресурсов) и по качественным показателям, которые были заложены создателями программы (степень соответствия целей руководителей и организаторов программы с потребностями субъектов программы).

Во всем многообразии оценки эффективности социального программирования, и его продукта - социальной программы, в контексте управления по результатам, соблюдая принцип „что - если“, в соответствии с приоритетами в области социальной деятельности, вытекающими из динамических изменений в социальной среде, мы считаем целесообразным предложить *модель оценки эффективности, основанную на подходе „организационной эффективности“*⁵.

В основе такой модели стоит совокупность определенных элементов⁶, таких как. система приобретения ресурсов, выбор целей, оценка воздействия внешней среды и выбор стратегии. В контексте сути социального программирования, по нашему мнению, наличие указанных элементов в максимальной степени может удовлетворить требованиям эффективности данной социальной программы. А сама социальная программа, как набор социальных мероприятий (конкретных действий с указанием сроков), осуществляемых органами и структурами социальной деятельности, направленной на реализацию определенной цели, может быть оценена как эффективная тогда, когда она имеет ресурсную обеспеченность, и имеет четко определенную цель, как конечный результат, в соответствии с динамикой социальной среды, достижение которой основано на выборе подходящей стратегии, содействующей достижению конечного желаемого результата. И все это в зависимости от способа преобразования ресурсов в необходимые социальные возможности в интересах социальной политики. Здесь следует отметить, что под

⁵ Каменев, К. Менеджмент. В. Т. 1999, с.682 - 695.

Димитрова, С. Менеджмент ресурсов в динамично изменяющейся среде безопасности. Примакс - Русе, 2014, с.66 - 70.

⁶ Griffin, P. Management Boston. 1990, p.116.

Каменев, К. Менеджмент. В. Т. 1999, с.682 - 695.

социальной способностью следует понимать возможность выполнения определенных действий для постижения определенной цели или желаемого конечного результата при определенных условиях и в соответствии с определенными стандартами и социальной политикой. Это является и причиной нашего выбора подхода „организационной эффективности“ для целей предлагаемой нами модели, доказанной как хорошая управленческая практика при реализации зависимости „ресурсы - возможности - выгоды (результаты)“⁷.

При постановке модели, обратим внимание на вход организации (Министерство труда и социальной политики (МТСП), социальные службы на различных уровнях управления). По сути, это *система приобретения ресурсов*, необходимых для реализации социальной программы, в целях реализации социальной политики как желаемого результата. А это означает, что система приобретения ресурсов находится в прямой зависимости от целей и потенциала социального ведомства и социальных служб. И так как для каждого конкретного ресурса пользователи являются различными во времени, появляется необходимость в текущем контроле над ними.

Отсюда следует проявление системы приобретения ресурсов, как первого элемента предлагаемой нами модели, показанной на рис.1., из которого видно наличие двух групп связей: ресурсы - организация - цели и конкретные ресурсы - потенциал - стратегии.

Первая связь, *ресурсы - организация - цели*, выражает какие ресурсы необходимы для достижения поставленных целей в социальной сфере с данной социальной программой социальной защиты.

Вторая связь, *конкретные ресурсы - потенциал - стратегии*, является более конкретной и выражает конкретные ресурсы на входе при имеющемся потенциале (возможностях) государства, в лице Министерства труда и социальной политики, соответственно, социальных услуг на различных уровнях управления, какую стратегию / стратегии следует применить для достижения заданных целей при реализации социальной политики.

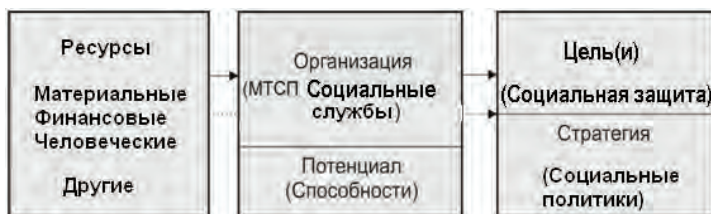


Рис.1. Система приобретения ресурсов

Второй элемент модели связан с *выбором цели*, направлен к выходу и определяет степень достижения заранее поставленной цели. Т.е. каким путем трансформируются ресурсы на входе, чтобы достичь цели, что показано на рис.2.

⁷ Семерджиев, Ц. Стратегия: среда ресурсных способностей планирования. С. 2007, с.162.
Димитрова, С. Управление ресурсов обороны в секторе безопасности. В. Т. 2011, с.13.

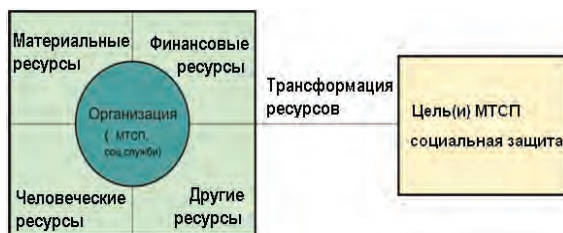


Рис.2. Выбор цели

Третьим элементом модели является *оценка внешнего влияния*. Основным моментом которой является приведение влияния внешней среды к минимуму и увеличение выгоды от достижения цели. Это означает, что необходима точная оценка влияния факторов внешней среды, которая в значительной степени непосредственно связана с четвертым элементом - *выбором стратегии*. Для осуществления такого выбора, следует расставить приоритеты социальной политики, упорядочивая области влияния по степени важности, в соответствии с потенциалом (способностями), взаимодействием с организационной средой, направлением и силой внешнего давления, приоритетными направлениями социальной политики в будущем.

В соответствии с указанным выше, обобщенная модель оценки эффективности социального программирования, основанная на подходе организационной эффективности, представлена на рис.3.



Рис. 3. Модель оценки эффективности социального программирования, основанный на подходе организационной эффективности

Делает впечатление, что так представленная модель, представляет собой циклический процесс, связанный с целевым управлением. Иначе говоря, цель рассматривается как

желаемое состояние, а результаты - как реализованы цели. На этой основе зависимости представляются как:

- ресурсы - оценка влияния внешней среды (рис.4);

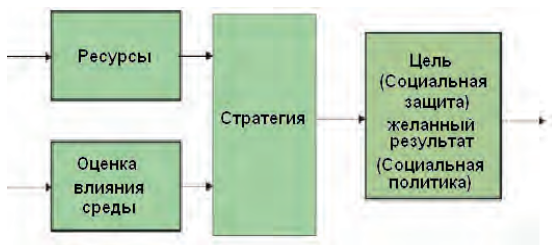


Рис.4. Зависимость „ресурсы - среда - достигнутый результат (цель, выгоды)“

- реализованная цель (достигнутый результат) - менеджерское решение (с учетом изменений в социальной среде) - новая цель (рис.5).



Рис.5. Зависимость „полученный результат - решение - новая цель“

Указанные зависимости имеют отношение к выгодам (эффектам), а это означает, что практическая реализация предложенной модели заключается в оценке степени реализации целей (результатов), поставленных в социальной программе, которая выражается оценкой эффективности социального программирования с учетом многоаспектности динамичной социальной среды.

В результате *вышеизложенного* следуют выводы и рекомендации, связанные с социальным программированием и его значением для регулирования социального развития. Изучено как общественное явление, социальное программирование и его понятийный категорийный аппарат поможет дать ответ по вопросам о содержании и формах программирования, его роли и месте в теории и практике государственного управления.

1. Современное интерпретирование программирования как общего принципа управления, связывается с запланированными будущими действиями и мероприятиями, направленными на достижение определенной цели определенными средствами, в соответствии с вызовом динамичных изменений социальной среды на основе альтернативности решений и выбора оптимального варианта, способствующего управлению по результатам.

В качестве основы управления государственным сектором и управления ресурсами государства, программирование является промежуточным этапом между планированием и бюджетированием в процессе реализации социальной политики государства.

2. Конкретизирование целей социального управления осуществляется посредством социальной программы, как динамического структурированного образа и способа действий для согласованного взаимодействия с субъектами власти, что позволяет решать социально значимые проблемы, с учетом их ресурсной зависимости, связи с исполнителями и сроками для решения комплекса задач и мероприятий.

3. Эффективность (экономическая и социальная) функционирующей и развивающейся социальной системы, всегда является результатом действия всех факторов на данную систему в их совокупности, представленной в качестве интегративной результативности. Непротиворечивость и сложность связи между экономической и социальной эффективностью, обуславливается методическим принципом, в соответствии с которым реализация социальной программы сама по себе, становится катализатором эффективного социально - экономического развития.

4. Обоснованность целей и задач для оценки эффективности социальных служб Болгарии, обеспечение стабильности и помощи людям в неблагоприятном положении (уязвимым группам на рынке труда), также известным как рискованные группы, определяется аналитическими возможностями социальной службы по идентификации и оценке „запросов“, ресурсной обеспеченностью социальной службы для оперативного удовлетворения „запросов“; уровнем взаимодействия между учреждениями на государственном (национальном), муниципальном и неправительственном уровне; социально - экономическими условиями и квалификацией сотрудников социальной службы.

5. Теоретический и прагматичный обзор социального программирования позволяет применить соответствующую методологию для разработки активной социальной программы, наиболее важная цель которой определяется опережающим уровнем знаний, прогнозированием и достижениями социально значимых последствий будущего при формировании общего общественного процесса.

6. Для оценки эффективности социальной программы необходимо определение точных критериев, своеобразных ориентиров и конкретных показателей, которые могут служить в качестве официально принятых стандартов социального обслуживания и в качестве параметров самой программы.

7. Многоаспектность оценки эффективности социального программирования и его продукта - социальной программы, в контексте управления по результатам, соблюдая принцип „что - если“, в соответствии с приоритетами в области социальной деятельности, вытекающие из динамических перемен социальной среды, обуславливает необходимость адекватной модели для оценки эффективности, основанной на подходе „организационной эффективности“.

© В.К.Терзиев, Е.Н.Стоянов, 2016

УДК 330

В.К.Терзиев^{1,2} Е.Н.Стоянов¹

¹Национальный военный университет им. Васила Левского,
Велико Тырново, Болгария

²Руссенский университет имени Ангела Кънчева,
Руссе, Болгария

СОЦИАЛЬНАЯ ПРОГРАММА, КАК ПРОДУКТ СОЦИАЛЬНОГО ПРОГРАММИРОВАНИЯ

Благодаря своей многосторонности, понятие „программа“ широко используется в сфере общественной жизни, интерпретируется еще и как перечень, указатель, сообщения (театральных, концертных представлений, радио - и телепередач, авторов докладов, научных конференций и симпозиумов) и т.д. Именно потенциальный диапазон применения этого понятия является основой для его переноса в общем смысле на все более широкие сферы применения, в рамках которых определяется его смысловое значение и содержание.

В целях нашего исследования мы определяем понятие „программа“ в смысле определенной общественной деятельности, какой является социальная. В этом смысле используется понятие „социальная программа“, определение которого находит проявление в нескольких аспектах⁸.

Речь идет о следующем:

- социальная программа является перспективной концепцией для роста благосостояния и развития социальных отношений. В ней дается общая характеристика стратегии социального развития страны в определенный исторический период, основные направления повышения благосостояния и глобальные качественные и количественные показатели, которые должны быть достигнуты за этот период. Такие концепции содержатся в программных документах правящих партий и служат в качестве базы для разработки соответствующих разделов планов экономического и социального развития;

- социальные программы, выступающие в качестве специальных разделов планов экономического и социального развития (ежегодные или на более длительный срок)

⁸ Терзиев, В., Воздействие политик на рынок труда для обеспечения занятости. Издательство „Дема Прес – Русе“, 2013, с.23 - 25.

Терзиев, В., Возможности повышения эффективности социальной адаптации военнослужащих, уволенных из военной службы. Издательство „Примаке“ – Русе, 2014, с.44 - 48.

соответствующих районов планирования, областей и муниципалитетов. Отражая более полно перспективные социальные ориентиры, они формируют задачи на определенном этапе и пути их достижения, отражают более глубокое внедрение социальных критериев в процесс планирования, экономическое развитие в целом и отдельных его участков. Более того, они представляются не только как конечный результат планирования развития экономики, но и как комплекс знаний о ней;

■ выделяются специальные социальные программы, предполагающие решение определенных социальных задач ключевого значения и соответствующую концентрацию ресурсов. В этом смысле понятие „социальная программа” используется более широко, несмотря на то, что относится к более тесному понятию. Подобные программы часто затрагивают различные разделы социально - экономических планов и требуют специальной координации в развитии различных отраслей национальной экономики.

Социальные программы содержат конкретику целей и задач, отражают их иерархию, служат для формирования новых форм удовлетворения социальных потребностей населения и создания адекватных, новых организационных связей.

В качестве социальной программы, можно с полным основанием рассматривать совокупность намеченных и осуществимых мероприятий (мер) в той или иной социальной области, в случае, если не получен единый программный документ, план и т.н., но основанных на общей концепции, взаимосвязанных и направленных на достижение одной комплексной цели.

Хотя и учитывая должным образом роль времени в нашем обществе, - в конце 70 - х годов социальные программы рассматриваются в рамках существующей тогда системы партийного руководства и полностью государственного директивно планирования⁹.

Отмеченные качества социальных программ, как концептуальность, целевая направленность на удовлетворение социальных потребностей, в том числе новые формы и определения социальных ориентиров общественного развития, социальных критериев развития экономики, их выражение путем качественных и количественных показателей, видов, разнообразия и социальной гибкости, позволяют увидеть в них универсальный метод политической и управленческой деятельности. Использование этого метода может варьироваться в зависимости от общих и конкретных социально - экономических, политических и других условий.

С 70 - х годов в общественно - политическом и управленческом словаре утвердилось понятие „целевая комплексная программа”, под которым понимается, как правило, „директивный и адресный документ, представляющий собой зависимость с ресурсами, исполнителями и сроками для осуществления комплекса взаимно связанных задач и мероприятий, объединенных общей целью”¹⁰.

Учитывая важность таких программ для практики управления, необходимо отметить, что их общее название является не очень подходящим. Прилагательные „целевая” и

⁹ Семенец, Н. Я. Институт социальной защиты военнослужащих в условиях социального реформирования. Дис. канд. соц. наук. - Саратов 1999.

Социальные науки и социальное изменение в Болгарии БАН С. : АИ „Проф. Марин Дринов” 1998. Социально управление как система Проблемы теории и практики управления 1997 №2.

¹⁰ Семенец, Н. Я. Институт социальной защиты военнослужащих в условиях социального реформирования. Дис. канд. соц. наук. - Саратов 1999.

Социальные науки и социальное изменение в Болгарии БАН С. : АИ „Проф. Марин Дринов” 1998. Социально управление как система Проблемы теории и практики управления 1997 №2.

„комплексная” характеризуют атрибутивные, имманентные свойства каждой программы, а не только данного класса. Нецелевых и некомплектных программ просто не существует. Каждая программа в явном или скрытом виде содержит цель и определенный набор или комплекс средств для ее реализации. Это еще раз подтверждается необходимостью терминологического анализа и поиска адекватного определения.

Понятие программа сначала использовалось американскими политиками и в научных кругах для обозначения части бюджетного процесса, как направление финансовых средств при решении определенных социальных и / или экономических задач.

Следует отметить, что в большинстве смысловых определениях делается отождествление концепции программа с концепцией план, причем наблюдается переплетение содержания одного понятия с другим. Получается замкнутый круг определений типа „программа это определенный тип программы” и т.д. В этот круг входят понятия проект, модель и т.д., которые также имеют непостоянную трактовку.

Отождествление понятия программа с понятием план, искажает сущность программно - целевого подхода управления и интегрирования таких фаз управления, как планирование, программирование, бюджетирование. Каждая из них выполняет определенные функции в управленческом процессе, и в результате имеет определенные продукты. И если фаза планирования дает ответ на вопрос о том, что (следует делать), фаза программирования ищет ответ на вопрос, когда (сделать), а фаза составления бюджета, дает ответ на вопрос, сколько и какие ресурсы необходимы (то, что предстоит сделать). Важно отметить, что это вопросы любого управленческого процесса, объединенные вопросом Почему. Это является причиной ведущей к поиску обособленности программирования, как промежуточного этапа между планированием (определением долгосрочных целей) и бюджетированием (конкретизацией связи между целями и ресурсным обеспечением). А это в меньшей или большей мере выражает зависимость „ресурсы - способности - эффекты“, которая является основой управления по результатам.

Программирование, как основа управления в государственном секторе, в частности, и управления ресурсами государства, является промежуточным этапом между планированием и бюджетированием в процессе реализации социальной политики государства. Причина социального программирования заложена в самой сущности планирования, как вида прогнозирования. Планирование включает в себя такие деятельности: „распределение ресурсов, адаптацию к внешней среде, внутреннюю координацию и организационное стратегическое сотрудничество“¹¹. Именно на основе программного подхода постоянного планированного горизонта прогнозируются будущие действия, связанные с социальной политикой государства и обеспечивается сбалансированность между долгосрочными приоритетами и краткосрочными потребностями и ожиданиями общества от социальной политики государства. Иначе говоря, планирование непосредственно связано с разработкой программ. Кроме того, программы являются связующим звеном между миссией, целями и планами. Программы определяют зависимость между целями и ресурсами, и „отражают весь потенциал для реализации поставленных целей“ (материальные, финансовые, кадровые, информационные

¹¹ Ангелов, А. Основы менеджмента. С. 1995, с.119.

Димитрова, С. Управление ресурсами обороны в секторе безопасности. В. Т. 2011, с.56 - 60.

Димитрова, С. Менеджмент ресурсов в динамично изменяющейся среде безопасности. Примакс - Русе, 2014, с.107 - 113.

ресурсы)¹². Результатом процесса планирования являются программные указания отдельных министерств и ведомств, которые ежегодно предоставляют „критерии, цели, приоритеты и среднесрочную финансовую рамку, которые являются базой для эффективного управления программами“¹³.

В программных указаниях министерств и ведомств синтезируются все планы, разработанные ими, связанные в финансовом отношении программами и обеспечивающие выполнение программных целей в социальной сфере. Это означает, что программные указания являются основой для реализации бюджетирования, в качестве проявления одного из самых распространенных методов координации зависимости исполнения социального плана с ресурсами.

Программы это „совокупность мероприятий, с конкретными сроками и исполнителями, направленные на реализацию одной или нескольких целей“¹⁴. Поэтому с точки зрения программно - целевого управления, программирование следует определить как целесообразность при выборе того или иного подхода для выполнения указаний. Оно обеспечивает тот механизм, который позволяет определить такое сочетание условий, которое приведет к наиболее полному удовлетворению социальных потребностей в рамках ограниченных бюджетных ресурсов. В этом смысле с помощью программирования становится возможным разработать альтернативные варианты для принятия оптимального решения при управлении социальными процессами и ресурсами для создания и поддержания целесообразных социальных политик и для их приведения в соответствие с динамичными изменениями факторов социальной среды. А это является основой, так называемого, „управленческого проектирования“¹⁵, что играет связывающую роль между ресурсным потенциалом, целями и задачами социальной политики.

С одной стороны управленческое проектирование связано с учетом конкретных факторов и условий для достижения конечных целей и при этом дает ответ на вопросы „а что - если“. С другой стороны - оно синтезирует в себе модель различных сторон управления социальными процессами, таким образом, возможно получить общую характеристику социальной политики. Так, при разработке программ, с помощью проектирования охватываются различные связи и зависимости в управлении социальными процессами, которые в других условиях не были бы установлены. Таким образом, каждая часть проектов связывается с бюджетными ограничениями, причем на основе различных комбинаций условий и возможностей, они синтезируются в программах.

В этом смысле программы рассматриваются в качестве комплексного плана использования ресурсов для социальной деятельности, учитывая наступившие изменения в социальной среде. Именно это вместе с обстоятельством, что разработка альтернативных программ зависит от переменных затрат, без необходимости их уточнения, делает программирование необходимым этапом программно - целевого управления социальных процессов. Системный анализ миссии, целей и задач социальной политики считается преимуществом этого промежуточного этапа между планированием и бюджетированием. Альтернативный подход при выборе методов для осуществления социальной политики

¹² Андреева, М. Стратегический менеджмент. Варна, 2001, с. 64.

¹³ Система управления развитием вооруженных сил, с. 13.

¹⁴ Андреева, М. Стратегический менеджмент. Варна, 2001, с. 68.

¹⁵ Каменов, К. Менеджмент, В. Т. 1999, с. 153 - 156.

является основой эффективного распределения ресурсов для выполнения различных задач с учетом разнородных по своей природе ресурсов.

Делает впечатление терминологическая многозначительность при определении программ, что приводит к трудности в политической и руководящей деятельности. Известны попытки выйти из этого положения на законодательном уровне, при этом предлагается в правовом порядке точное смысловое определение концепции программы.

В одной из первых подобных попыток, осуществленной конгрессом США в 1975 году в законе „О государственной экономике и реформе расходов 1976 года”, программа определяется как основа для бюджетного направления деятельности органов государственной власти. Другими словами, с юридической точки зрения, в практике принято видовое (смысловое) толкование этого понятия.

Пока ученые спорят, законодатели, используя их разработки, дают толкование понятий в зависимости от конкретных условий. Тем не менее, вопрос о понятии „программа” требует дальнейшего рассмотрения и принципиального решения. Иначе говоря, ответ следует искать не в последовательности понятий, расположенных в ряд, а в заключении смыслового определения, в логике общих существенных качеств.

На фоне изложенных рассуждений, не претендуя на окончательный вариант, программа может быть определена как динамический, структурированный образ и способ действий (фиксированный в определенных знаковых системах), создаваемый координацию взаимодействия субъектов деятельности по целенаправленному воздействию на объект (предмет) этой деятельности с помощью связанных с выполнением ресурсов, исполнителей и сроков реализации комплекса задач и мероприятий.

С точки зрения социальных процессов, социальные программы можно определять как динамический структурированный образ и способ действий (фиксированный в тексте программы), который создает координацию взаимодействия с субъектами власти, направленного на решение социально значимых проблем с помощью связанных с выполнением ресурсов, исполнителей и сроков осуществления комплекса задач и мероприятий.

Ключевое значение в данном определении имеет механизм действия и соответствующий с ним определенный подход. Прежде чем выполнять те или иные практические действия, субъект мысленно построил свой образ „модус вивенди”. Этот сложный мыслительный процесс базируется на необходимости и возможности удовлетворения какой - то потребности, которая имеет важное значение для субъекта, для решения проблем, и для предполагаемого результата принимаемых действий.

В виде настоящих действий программа отвечает на вопрос „Что делать?”, но ответ на данный вопрос неизбежно связан с другим вопросом „Как это сделать?”. Определением способа предстоящей деятельности „Модус операнди (Modus operandi)”, выбор и порядок использования представляют собой набор средств для получения желаемого результата. Эти средства, возможно, уже реально существуют или должны быть созданы. В любом случае они заранее подбираются и организуются в определенную структуру и последовательность (логическую и темпоральную). Здесь также необходимо определить структуру и последовательность операций по использованию этих средств, а также и усилий авторов и исполнителей программы.

Поливалентная, многослойная и достаточно сложная конструкция программы, ее темперальность и участие в ней ряда исполнителей, обуславливают необходимость документальный (знаковой) фиксации и систематизации отслеживания ее реализации. В процессе реализации, как отдельных элементов, так и всей конструкции программы, могут быть пересмотрены, исправлены, изменены или прекращены действия в указанном качестве. При этом из программы поведения и взаимодействия между различными субъектами можно составить комплексные программы, реализующие цели, которые не входят в намерения первичных участников.

Не в последнюю очередь можно сказать, что понятие „программа” выражает одну из наиболее важных характеристик человеческой деятельности, а именно опережение каких-либо действий мысленным образом. Программа является особым продуктом индивидуальной и / или коллективной психической деятельности с практической направленностью и проявляется в качестве родовой категории для очень специальных или частных конструкций, которые создают конкретную модель для целенаправленной деятельности или концепцию социального развития региона, области или муниципалитета, целевую программу социальной защиты населения, комплексные программы занятости и т.а.

В зависимости от степени декомпозиции приоритетов, можно выделить следующие уровни разработки программ:

- на первом уровне разрабатываются основные программы, отражающие цели и задачи социальной политики в соответствии с долгосрочными целями развития. Каждая основная программа содержит в себе: программы целей, организационных структур, участвующих в программе, ответственность за выполнение программы, внешние факторы, которые могут оказать влияние на достижение целей программы, необходимые информационные источники и трехлетний бюджетный прогноз по ведомственным и административным пунктам программы;
- на втором уровне разрабатываются программы, в которых определяются соответствующие компоненты по видам социальной политики;
- на третьем уровне определяются подпрограммы для конкретизации программ по структурам;
- на четвертом уровне определяются программные элементы, которые обладают относительной автономией, позволяют определить стоимости, оценки и раздельное распределение ресурсов, которые отражаются на социальном потенциале;
- на пятом уровне обособляются программные подэлементы для более детального представления программных компонентов по приоритетным операциям.

Практическая реализация программ на каждом из указанных уровней не лишена и некоторых недостатков. Слишком часто разработка программ сопровождается конфликтом интересов между органами, которые моделируют, и органами, которые бюджетируют. Отсутствие координации между ними и определения четких правил и процедур для установления финансовых квот на программы, могут поставить под сомнение объективность и прозрачность финансовой зависимости программ в пределах финансовых ограничений. Более того, это может лишить их реальности и поставить под угрозу их объективную реализацию из-за ресурсной необеспеченности. Это является причиной поиска и осмысления подходов для определения критериев и показателей эффективной

программной деятельности и поиска путей оказания целесообразного управленческого воздействия в социуме путем результативного программирования.

© В.К.Терзиев, Е.Н.Стоянов, 2016

УДК 338

А.А.Тюрин

студент 4 курса, кафедра Финансового менеджмента
РЭУ им. Плеханова, г. Москва

А.Ю.Басов

студент 4 курса, кафедра Финансового менеджмента
РЭУ им. Плеханова, г. Москва

А.У.Солтаханов

канд. экономических наук, доцент кафедры Финансового менеджмента РЭУ
им. Плеханова, г. Москва

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ НАЛОГОВОГО ПЛАНИРОВАНИЯ В РОССИИ

Одним из главных факторов успешной работы предприятия является процесс организации налогообложения, с помощью которого можно грамотно, а главное законно, значительно сократить свои налоговые обязательства. Если предприятие или ИП, будут платить все начисленные налоги, не принимая никаких мер для их проверки и возможности сокращения, то, тем самым, они могут серьезно сократить свою прибыль или вовсе оказаться на банкротства. Ставя перед собой конкретные цели для достижения положительного эффекта в работе, предприниматели решают следующие задачи - изучение принципов налогового планирования, исследование проблем минимизации и оптимизации налогов, раскрытие теоретических аспектов налогового планирования.

Необходимость изучения принципов планирования заложена в самом налоговом законодательстве: предусматривая налоговые режимы, различные методы для исчисления налоговой базы, предлагает налогоплательщикам в отдельных случаях налоговые льготы, поскольку налоговое планирование обусловлено заинтересованностью государства в предоставлении льгот в целях стимулирования какой-либо сферы производства, категории налогоплательщиков, регулирования социально - экономического развития. Особенностью налогового планирования является организация системы налогообложения для достижения положительного финансового результата при минимальных затратах.

Основой действий для предприятия является налоговый бюджет, а грамотное его составление позволяет предприятию предотвратить ошибки и неточности при проведении налоговых расчетов.

В данной статье авторами были рассмотрены основные тенденции в сфере изменения налогового законодательства РФ, для того, чтобы установить, какие возможности есть у отечественного предпринимателя для сокращения объема налоговых выплат в бюджет и, тем самым, высвободить больший объем средств, которые можно направить на развитие своего бизнеса.

4 декабря 2014 года приоритетные направления развития в налоговой сфере были предложены Президентом Российской Федерации В.В. Путиным в Послании Федеральному Собранию [1]. Среди них он отметил:

- необходимость стабильного законодательства и предсказуемых правил, включая налоги;
- облегчение налогового бремени, прежде всего, для тех, кто только начинает свою работу (налоговые каникулы);
- полная однократная амнистия капиталов, возвращающихся в Россию;
- направление налоговой политики на деофшоризацию отечественной экономики

Таким образом, можно сказать, что Президент заложил основную повестку для уполномоченных лиц, о пути и направлении изменений в Налоговый кодекс Российской Федерации.

На основе ежегодных публикаций Министерства финансов России об основных направлениях налоговой политики на ближайшие два плановых года бизнес может получать ориентиры для среднесрочного планирования. Тем не менее данный документ не является нормативно правовым.

Говоря об официальных документах, следует отметить, что на заседании 3 июля 2014 года Правительством РФ были рассмотрены и одобрены Основные направления налоговой на 2015 год и на плановый период 2016 и 2017 годов. [2] Вкратце – приоритеты Российской Федерации в сфере налоговой политики останутся почти без изменений. Основные задачи, которые стоят перед государством, как и ранее, это поддержка инвестиций (в т. ч. в человеческий капитал), повышение предпринимательской активности внутри страны. Одним из главных элементов осуществляемой налоговой политики является необходимость поддержания бюджетной системы России, и, одновременно с этим, сохранить неизменный уровень налогообложения в тех секторах экономики, в которых уровень уже достиг оптимальных значений.

Многие налогоплательщики убеждены, что налоги неумолимо возрастают, нагрузка становится непомерной и т.д. Однако, если мы обратимся к структуре доходов в бюджете нашей страны, то можем отметить, что уровень налоговых доходов в динамике продолжает снижаться в течение последних шести лет (примерно на 3,2 % за период с 2007 по 2013 г.) [3]. Значительную долю все еще сохраняют за собой доходы от нефтегазовой области (примерно одна треть, от общей величины налоговых отчислений).

Возвращаясь к вопросу о деофшоризации отечественной экономики, стоит отметить, что данные меры осуществляются со стороны Министерства Финансов РФ и одной из ключевых проблем являлось то, что в нашем законодательстве не были прописаны понятия “бенефициарного собственника” и “бенефициарного владельца”. В дальнейшем были приняты Федеральные законы N 376 - ФЗ от 24.11.2014 и N 110 - ФЗ от 05.05.2014, которые закрепили данные понятия и благодаря ним стало возможно законодательно разграничить фактического и юридического собственника. Таким образом, среди, которые принимает Минфин, можно назвать:

- введение обязанности юридических лиц по получению и хранению информации о своих бенефициарных владельцах и документальном подтверждении достоверности такой информации, а также ее раскрытию;

- разработка формата ведения реестра бенефициарных собственников с обеспечением к нему доступа со стороны правоохранительных, налоговых и других компетентных органов;
- развитие системы безналичного денежного оборота;
- совершенствование механизмов информационного обмена между компетентными органами как на национальном, так и на международном уровне.

“Бенефициарным собственником” согласно закону № 376 - ФЗ Федеральным законом от 24.11.2014 N 376 - ФЗ в ст. 7 “Международные договоры по вопросам налогообложения” НК РФ является лицо, имеющее фактическое право на доходы, а также определены критерии соответствия, с помощью которых появляется возможность признания лица имеющим фактическое право на доходы. В п. 2 данной статьи отмечено, что лицом, имеющим фактическое право на доходы, в целях НК РФ и применения международных договоров РФ по вопросам налогообложения признается лицо, которое в силу прямого и (или) косвенного участия в организации, либо контроля над организацией, либо в силу иных обстоятельств имеет право самостоятельно пользоваться и (или) распоряжаться этим доходом, либо лицо, в интересах которого иное лицо правомочно распоряжаться таким доходом. При определении лица, имеющего фактическое право на доходы, учитываются функции, выполняемые указанными лицами, а также принимаемые ими риски.

В п. 3 названной статьи закреплено, что в случае, если международным договором РФ по вопросам налогообложения предусмотрено применение пониженных ставок налога или освобождение от налогообложения в отношении доходов от источников в Российской Федерации для иностранных лиц, имеющих фактическое право на подобные доходы, в целях применения этого международного договора иностранное лицо не признается имеющим фактическое право на такие доходы, если оно обладает ограниченными полномочиями в отношении распоряжения названными доходами, осуществляет в отношении указанных доходов посреднические функции в интересах иного лица, не выполняя никаких иных функций и не принимая на себя никаких рисков, прямо или косвенно выплачивая такие доходы (полностью или частично) этому иному лицу, которое при непосредственном получении названных доходов от источников в Российской Федерации не имело бы права на применение положений международного договора Российской Федерации по вопросам налогообложения.

Рассмотрим определение “бенефициарный владелец” согласно ФЗ N 110 - ФЗ. Согласно данному Закону бенефициарным владельцем является физическое лицо, которое прямо или косвенно (через третьих лиц) владеет (имеет преобладающее участие более 25 % в капитале) клиентом - юридическим лицом либо имеет возможность контролировать действия клиента. При этом под клиентом понимается физическое или юридическое лицо, находящееся на обслуживании организации, осуществляющей операции с денежными средствами или иным имуществом.

Далее, в данный момент в нашей стране прорабатывается комплексное изменение законодательства о налогах и сборах. Изменения должны коснуться таких вопросов, как:

- определение налогового резидентства для юридических лиц. В настоящий момент Налоговый Кодекс РФ, в отличие от международных стандартов не имеет, определения налогового резидентства для юридических лиц. Введение данного понятия на законодательном уровне направленно в первую очередь на предотвращение

неправомерного использования льгот, которые положены, например, при избежании двойного налогообложения.

- создание механизма налогообложения прибыли контролируемых иностранных компаний. Сейчас в Налоговом Кодексе отсутствует механизм налогообложения нераспределенной прибыли иностранных компаний, в которых участвует налоговый резидент России (как физическое, так и юридическое лицо). Одновременно с этим последовательность сделок, направленная на вывод дохода под действие низконалоговых юрисдикций, имеет крайне высокие риски, если рассматривать как способ уклонения от налогообложения;

- совершенствование налогообложения иностранных организаций. Предполагается уточнение и совершенствование норм НК РФ, регулирующих деятельность иностранных организаций;

- обмен информацией по налоговым вопросам. Был создан проект типового межправительственного соглашения об обмене налоговой информацией с офшорными и низконалоговыми юрисдикциями, с помощью которого станет возможным делиться информацией, которая даст возможность установить наличие незаконных схем по минимизации налогообложения.

Ожидается, что реализация данного комплекса мер даст возможность России достичь 20 - го места в международных рейтингах “Doing Business” к 2018 г. [4], которые составляются ежегодно Всемирным Банком и Международной финансовой корпорацией. По итогам 2015 года Россия занимает 54 - строчку, а, её позиция по налогообложению достигла 50 места [5].

Помимо вышеупомянутых инициатив предлагается осуществлять налоговую поддержку туристической сферы, путем стимулирования туристической отрасли и виноградарства в виде предоставления субъектам РФ прав на установление льгот по НДС для новых производств на территории субъекта. К примеру, в качестве помощи для развития виноградарства, производителей вина могут приравнять к сельскохозяйственным производителям и освободить их от уплаты акцизов.

Исходя из вышесказанного, стоит отметить, что государство начало осуществлять шаги в сторону бизнеса и последовательно прорабатывает изменения в налоговое законодательство. Однако, некоторые инициативы порой только выглядят привлекательно, но на практике, многие бизнесмены подвергают их критике. Например, касательно “налоговых каникул” у бизнеса возникает много вопросов. Одним из них является вопрос, касательно того, кто имеет право на использование данной льготы. Данные условия предоставляются только для тех, кто впервые начал заниматься предпринимательской деятельностью и не учитывают те предприятия, которые функционировали до принятия данного закона. Более того, данные условия (нулевая ставка НДС) применяются только к тем предприятиям, которые применяют упрощенную или патентную систему налогообложения, согласно Федеральному закону от 29.12.2014 N 477 - ФЗ в п. 4 ст. 346.20, п. 3 ст. 346.50 и гл. 26.5 НК РФ.

Таким образом, в заключение, отметим, что, по мнению одного из разработчиков проекта налоговой реформы – экономиста Сергея Дмитриевича Шаталова, в ближайшие три года не стоит ожидать глобальных изменений в налоговом законодательстве РФ. Изменения будут носить скорее точечный характер и очень

сильно зависеть от актуальной экономической ситуации в стране, которая, как мы знаем, находится в стадии кризиса. Малому бизнесу следует внимательно следить за заявлениями Минфина и искать возможности грамотно, а главное законодательно, снижать объем своих налоговых обязательств.

Список использованной литературы:

[1] Послание Президента Федеральному Собранию // Официальный сайт Президента России <http://kremlin.ru/events/president/news/47173>

[2] Заседание Правительства (2014 год, №25) // Сайт Правительства РФ <http://government.ru/meetings/13518/decisions/>

[3] ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ НАЛОГОВОЙ ПОЛИТИКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ НА 2015 ГОД И НА ПЛАНОВЫЙ ПЕРИОД 2016 И 2017 ГОДОВ // https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_126727/7159daf57cdd1fd5f093723c18b118e57a6354d4/

[4] В рейтинге Doing Business Россия поднялась на 11 ступеней и заняла 51 - е место Ежедневное издание «Ведомости» // <http://www.vedomosti.ru/economics/articles/2015/10/27/614572-v-reitinge-doing-business-rossiya-11>

[5] Благоприятность условий ведения бизнеса Российская Федерация // Проект «Ведение бизнеса» // <http://russian.doingbusiness.org/data/exploreeconomies/russia>

© А.А. Тюрин, А.А. Басов, А. У. Солтаханов, 2016

УДК 658.336

Е.В. Фёдорова

старший преподаватель кафедры ОКД
Институт экономики, торговли и технологий
Южно - Уральский государственный университет
г. Челябинск, Российская Федерация

Е.С. Зиверт

Студент 3 курса направление
Торговое дело профиль Коммерция
Институт экономики, торговли и технологий
Южно - Уральский государственный университет
г. Челябинск, Российская Федерация

РАЗВИТИЕ КАРЬЕРНОГО ПОТЕНЦИАЛА ПЕРСОНАЛА РОЗНИЧНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Вопросы карьерного развития персонала являются обязательной частью кадровой политики розничного торгового предприятия. Кадровая политика, являясь составной частью внутренней и внешней среды предприятия, формируется на основе и в рамках политики развития предприятия. Ее цели, приоритеты и принципы в

решающей степени зависят от видов деятельности розничного предприятия, от поставленных целей и задач, а также организационной структуры управления.

Кадровые технологии, применяемые в управлении персоналом на розничном предприятии можно разделить на три группы:

К первой группе относятся кадровые технологии, обеспечивающие получение всесторонней достоверной персональной информации о человеке.

Вторую группу кадровых технологий составляют те, которые позволяют обеспечивать требуемые для организации количественные и качественные характеристики состава персонала.

К третьей группе относятся кадровые технологии, позволяющие получить высокие результаты деятельности каждого специалиста и совокупный эффект от согласованных действий всего персонала. Сюда относятся такие технологии, как подбор персонала, ротация, управление карьерой персонала и ряд других [1, с. 21].

Кадровые технологии органично включены в структуру управления персоналом торгового предприятия, имеют специфику, объект своего воздействия и выполняют важные управленческие функции.

Применение кадровых технологий осуществляется на нормативной правовой основе, что придает им легитимность. Это означает:

- действия руководителя и специалистов кадровых служб по применению и использованию результатов кадровых технологий строго регламентируются трудовым законодательством;
- содержание кадровых технологий доступно и понятно тем, по отношению к кому они применяются;
- кадровые технологии не нарушают права человека, не ущемляют личное достоинство, не приводят к получению и разглашению информации, не имеющей отношения к выполнению обязанностей персонала (в том числе и к состоянию здоровья);
- право на применение кадровых технологий имеет тот персонал, кому это вменяется в обязанность и кто обладает для этого достаточной квалификацией.

В настоящее время к приоритетным основным вопросам карьерного движения на розничном предприятии можно отнести:

- профессиональную подготовку персонала, содействие должностному росту;
- ротация персонала;
- формирование резерва на конкурсной основе и его эффективное использование;
- оценка результатов профессиональной деятельности персонала посредством проведения аттестации или квалификационного экзамена и применение современных кадровых технологий при поступлении на работу [1, с. 23].

Для оценки труда всего коллектива персонала розничного предприятия рационально провести оценку эффективности индивидуального карьерного потенциала работника. Этапы проведения диагностики карьерного потенциала работника представлены на рисунке 1.



Рисунок 1 – Этапы проведения диагностики карьерного потенциала работника торгового предприятия

Оценка эффективности труда персонала розничного предприятия проводится в целях выявления сильных и слабых сторон персонального развития, направленной на:

- качественное, ответственное и в срок выполнение своих функциональных обязанностей, также договорных обязательств, предусмотренных контрактом (договором), заключенным между администрацией и сотрудником предприятия;
- исполнение приказов, распоряжений, указаний, поручений руководства предприятия или его структурных подразделений, связанных с осуществлением оперативных мер и действий, вызванных внешними нестандартными обстоятельствами;
- развитие творческого участия в поиске резервов совершенствования организации труда на рабочем месте;
- непрерывное повышение уровня знаний и профессионализма, овладение компьютерами и другими техническими средствами;
- обеспечение соответствующих предпосылок для карьерного роста и продвижения [2, с.19].

Для оценки эффективности труда персонала торгового предприятия формируется экспертная группа из числа опытных и высокопрофессиональных работников предприятия, соответствующих по принадлежности и подчиненности руководителей и структурных подразделений. Экспертная группа проводит сбор первичной информации о работниках торгового предприятия методом наблюдения.

Далее производит анкетирование и собеседование выбранных для оценки работников предприятия. Экспертная группа также формирует комплекс критериев, по которым производится оценка работника по экспертно - бальной системе.

Экспертная группа оценивает такие показатели как: выполнение персоналом установленных контрактом (договором) и служебной инструкцией обязанностей; отношение к труду, к членам коллектива, исполнительская и трудовая дисциплина; творческая, инициативная деятельность, направленная на совершенствование организации труда на своем рабочем месте, повышение эффективности деятельности структурного подразделения розничного предприятия; учебно - профессиональная работа [2, с. 27].

Вся работа по оценке труда персонала проводится с участием его непосредственного руководителя (администратора торгового зала и заведующих секций), который дает отзыв экспертам о профессиональной компетентности, отношению к работе, показателях, результатах и качестве труда работника.

При определении перечня работников для проведения диагностики карьерного потенциала используют выборку работников торгового зала. Это связано с тем, что указанные сотрудники первостепенно влияют на результат деятельности торгового предприятия, а именно, на увеличение продаж и качество торгового обслуживания. Кроме того, работники торгового зала наиболее многочисленные на розничном предприятии и от них в большей степени зависит микросреда предприятия.

Результаты исследования разделяют на четыре части:

- 1 Результаты оценки квалификационного потенциала работника.
- 2 Результаты оценки психофизиологического потенциала работника.
- 3 Результаты оценки личностного потенциала работника.
- 4 Общая оценка карьерного потенциала работника.

Формулируя выводы по полученным результатам, как правило, руководствуются следующими категориями полученных значений:

- от 0,1 до 0,4 – низкий показатель;
- от 0,5 до 0,8 – средний показатель;
- от 0,9 – 1,0 – высокий показатель.

Исследование развития карьеры кадрового потенциала розничного предприятия позволяет сделать вывод, что карьера имеет место только при взаимодействии личности и социума (организации), кроме того, она тесно взаимосвязана с развитием и расширением системы потребностей, мотивов интересов личности.

Список использованной литературы:

1. Давидюк, И.А. Управление развитием карьеры российских государственных служащих в современных условиях: автореферат дис. ... канд. соц. наук / И.А. Давидюк. – Ростов - на - Дону, 2008. – 32 с.
2. Михайлова, А.Е. Формы и методы управления персоналом в организации: автореферат дис. ... канд. экон. наук / А.Е. Михайлова. – Москва, 2007. – 29 с.

© Е.В. Фёдорова, Е.С. Зиверт, 2016

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ КОРПОРАТИВНОГО МЕНЕДЖМЕНТА В РОССИЙСКИХ БАНКАХ

Коммерческие банки являются одними из главных посредников на рынке капитала и играют ключевую роль в развитии бизнеса страны. Несмотря на существующие проблемы практически во всех секторах экономики отечественный банковский сектор под санкциями со стороны США и Европы вопреки прогнозам зарубежных экспертов не показывает драматичного падения. Более того, имеет место положительная динамика объемов активов и вкладов. Однако в последнее время стали увеличиваться риски банковской деятельности, которые выражаются в растущем присутствии государства в управлении и капитале коммерческих банков.

Эффективным способом повышения устойчивости и надежности банковской системы является совершенствование системы корпоративного управления в отечественных коммерческих банках, которое позволяет генерировать необходимые предпосылки для правильной оценки рисков и повышения прозрачности деятельности коммерческих банков. Уровень корпоративного управления должен быть на таком уровне, чтобы способствовать формированию доверия граждан и предприятий, которые размещают свои сбережения в коммерческих банках.

На протяжении последних лет в России наметилась тенденция к отзыву лицензий Центральным Банком у частных коммерческих банков в связи с несоответствием их деятельности ключевым показателям ликвидности и платежеспособности. Поэтому возникает необходимость в более эффективном и прозрачном корпоративном управлении, где принятие решений осуществляется не только менеджерами, но и лицами, напрямую заинтересованными в дальнейшей прибыльной деятельности банков. Система своевременного и корректного предоставления информации мажоритарным и миноритарным акционерам, крупным и мелким кредиторам, регулирующим органам позволит значительно снизить риски и иметь запас прочности в случае внешних потрясений и кризисных ситуаций.

Еще одним аспектом корпоративного менеджмента является защита интересов вкладчиков. Банки должны нести крайне высокую ответственность перед вкладчиками, поскольку зачастую основу для функционирования банков составляют привлечения в виде депозитов, а не капитал, которые привлекается за счет эмиссии акций. Поэтому повышение способности соблюдать свои обязательства в отношении вкладчиков является приоритетным направлением в деятельности коммерческого банка. Для того, чтобы выполнить вышеуказанные задачи необходимо выстроить систему корпоративного управления таким образом, чтобы работа органов внутреннего и внешнего контроля не была затрунднена и искажена.

Для адекватной оценки качества управления деятельности банка крайне важно использовать независимый внешний аудит, который сможет осуществить гарантированно профессиональную оценку в соответствии с российским законодательством. На протяжении последнего десятилетия были проведены существенные изменения в законодательстве в области аудита. Так был взят курс на переход к применению Международных Стандартов Аудита. Это даст возможность осуществлять аудит более адекватно, а также вывести корпоративный менеджмент на принципиально новый уровень, поскольку информационное обеспечение является важнейшей частью корпоративного управления.

Таким образом, можно с уверенностью утверждать, что имеющиеся проблемы в банковском секторе должны решаться не только за счет внешнего вмешательства государства и изменения законодательства в области контроля банковской деятельности, но и за счет улучшения эффективности корпоративного управления и создания отлаженных механизмов движения информации между менеджерами и акционерами.

Список использованной литературы

1. Рогозин А. Р. Проблемы корпоративного менеджмента в России [Текст] // Проблемы и перспективы экономики и управления: материалы III междунар. науч. конф. (г. Санкт - Петербург, декабрь 2014 г.). — СПб.: Заневская площадь, 2014. — С. 205 - 208;
2. Дементьева Алла Геннадьевна Особенности развития корпоративного управления в российских компаниях // Вестник МГИМО . 2012. №1. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-razvitiya-korporativnogo-upravleniya-v-rossiyskih-kompaniyah> (дата обращения: 12.03.2016);
3. Чепков С.А., Шевелева Э.С. Российские системно значимые кредитные организации в условиях макроэкономической нестабильности. // Проблемы развития современного общества: экономические, правовые и социальные аспекты: сборник научных статей по итогам Всероссийской научно - практической конференции. Под редакцией И.Е. Бельских, А.Ф. Московцева, 2014 — С. 216 - 221.

© С.А. Чепков, 2016

УДК37.075

О.И. Чиркова

К.п.н., ЧОУ ВО «МАЗУ», г. Мурманск, Российская Федерация

А.П. Бояров

ЧОУ ВО «МАЗУ», г. Мурманск, Российская Федерация

ОРГАНЫ УПРАВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫМИ ОРГАНИЗАЦИЯМИ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Об управлении в образовании и о различных его аспектах, уже шла речь в некоторых публикациях [8; 10; 11]. В рамках данной публикации будет рассмотрен эффективного

руководства образовательным учреждением как условия успешного функционирования системы управления образовательной организацией высшего образования.

В современных социокультурных условиях России модернизация и развитие образовательной системы, ориентированной на повышение качества образования, в том числе и высшего, в значительной степени определяется тем, насколько эффективно осуществляется управление всеми ее звеньями. Решение стоящих перед обновляющимся образовательным учреждением задач зависит, с одной стороны, от адекватного понимания и описания функционирующей системы управления, а с другой – от внедрения в практику новейших научно - педагогических технологий и достижений в области управления, направленных на реализацию Федерального закона от 29.12.2012 г. № 273 - ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» [1].

Управление образовательной организацией высшего образования базируется на общих принципах управления, поэтому уделим данному базовому для настоящего исследования термину особое внимание.

В науке существует несколько определений понятия «управление», в частности:

«управление – это совокупность мероприятий некой организации (часто – государства), связанных с осуществлением какой - либо деятельности» [13; С. 266];

«управление – это процесс планирования, организации, мотивации и контроля, необходимый для того, чтобы сформулировать и достичь целей организации. Управление – это особый вид деятельности, превращающий неорганизованную толпу в эффективную целенаправленную и производительную группу» [9; С. 38, 39];

«• управление – это процесс организации такого целенаправленного воздействия на некоторую часть среды, называемую объектом управления, в результате которого удовлетворяются потребности субъекта, взаимодействующего с этим объектом;

• управление – это воздействие на объект, выбранное из множества возможных воздействий на основании имеющей для этого информации, улучшающее функционирование или развитие данного объекта;

• управление – определение цели и факт (результат) ее достижения с помощью необходимых и достаточных способов, средств и воздействий;

• управление – процесс формирования целей, отыскания и реализации способов их достижения;

• управление – такое использование причинно - следственных отношений, при котором возникает поведение системы, при - водящее к желаемому результату;

• управление – это процесс целенаправленного воздействия субъекта управления на объект управления для достижения определенных результатов» [5; С. 6].

Все указанные аспекты в полной мере применимы к управлению образовательными организациями, однако управление образовательной организацией высшего образования имеет специфические черты, отличающие его от управления иными организациями. В сфере управления организациями высшего образования организационно - управленческая структура должна решать следующие задачи:

– определять место объекта управления относительно стоящих перед ним целей;

– определять пути (направления) перемещения объекта управления в новое состояние, адекватное (более приближенное) к стоящим перед ним целям;

– создавать необходимые условия для выполнения запланированных мероприятий;

– контролировать результаты – проверять результаты выполненных работ с точки зрения достижения поставленных целей [6; С. 46].

Исходя из вышесказанного, видим, что управление образовательной организацией высшего образования рассматривается с двух позиций: как элемент государственной структуры управления в системе управления образованием, как предполагает концепция Дюркгейма [7; С. 245, 253], так и непосредственно управление системными процессами образовательных организаций высшего образования как субъектами общественных отношений и права, что отражается в концепции П.А. Сорокина [12; С. 250].

Итак, управление в сфере высшего образования представляет собой деятельность, характеризующуюся следующими основными чертами:

- обособленная, осуществляемая отдельно от основной деятельности специально выделенными для ее осуществления людьми в специально отведенное для этого время. Иначе говоря, управление образовательной организацией высшего образования осуществляется или должно осуществляться отдельно от образовательного процесса;

- обеспечивающая сохранение и поддержание образовательного процесса посредством его планирования, организации, мотивации научно - педагогических работников и обучающихся и контроля за ходом образовательного процесса;

- обеспечивающая достижение целей, стоящих перед образовательной организацией высшего образования как в данный момент времени, так и в стратегическом плане.

Считается, что всякое управление должно решать следующие основные задачи.

Оценка состояния – определение места объекта управления относительно стоящих перед ним целей.

Планирование – определение путей (направлений) перемещения объекта управления в новое состояние, более приближенное к стоящим перед ним целям.

Организация – создание необходимых условий, структур, коллективов, ресурсов и т. п. для выполнения запланированных мероприятий.

Мотивация – создание побудительных мотивов для людей, выполняющих запланированные мероприятия.

Контроль результатов – проверка результатов выполненных работ с точки зрения достижения поставленных целей.

Решение перечисленных выше задач актуально и для успешного управления образовательной организацией высшего образования.

Анализ практики управленческой работы в образовании в настоящее время показывает, что при принятии управленческих решений и разработке нормативно - правовых документов допускается множество нарушений действующего законодательства. Рассмотрим основные аспекты нормативно - правового обеспечения управления образовательной организацией высшего образования.

Вопросам управления образовательной организацией посвящена статья 26 Федерального закона от 29.12.2012 г. № 273 - ФЗ (ред. от 30.12.2015) «Об образовании в Российской Федерации». Данный нормативный акт в целом воспроизвел традиционные для образовательной сферы принципы управления образовательной организацией (характерные, прежде всего, для вузов), к каковым относятся единоначалие и коллегиальность. В соответствии с указанными принципами формируются органы управления в образовательных организациях, которые отличаются по своему статусу и

роли в обеспечении управленческих задач. Как правило, критерием отличия выступает тип образовательной организации, определяющий круг возлагаемых на организацию задач в рамках выполнения образовательной функции.

Принцип единоначалия реализуется администрацией – единоличным органом, непосредственно управляющим образовательной организацией. В образовательной организации высшего образования таким органом является ректор. В свою очередь, принцип коллегиальности, выражающий демократические начала в управлении, призвано осуществлять общее собрание (конференция) работников и обучающихся образовательной организации высшего образования, ученый совет, попечительский совет, управляющий совет, наблюдательный совет и т.п. Отдельные функции (не связанные с вопросами организации исполнения публичной образовательной функции) по управлению образовательной организацией могут быть возложены на органы самоуправления, к которым относятся студенческие советы, советы родителей (законных представителей) несовершеннолетних обучающихся и другие органы.

Для легализации создания и функционирования органов управления требуется, чтобы они были предусмотрены уставом образовательной организации. Свою деятельность они осуществляют в соответствии с законодательством РФ об образовании, уставом образовательной организации и положениями о ней, утверждаемыми в порядке, установленном уставом образовательной организации. Так, согласно подпункту 4 части 2 статьи 25 Федерального закона № 273 - ФЗ «Об образовании в Российской Федерации», в уставе образовательной организации должна содержаться информация о структуре и компетенции органов управления образовательной организацией, порядке их формирования и сроках полномочий.

Кроме того, в уставе необходимо указывать следующую информацию, относящуюся к управлению образовательной организацией:

- 1) порядок участия обучающихся в управлении образовательной организацией (пункт 17 части 1 статьи 34 Федерального закона № 273 - ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»);

- 2) порядок участия педагогических работников в управлении образовательной организацией (пункт 9 части 3 статьи 47 Федерального закона № 273 - ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»);

- 3) порядок занятия должности руководителя образовательной организации (часть 1 статьи 51 Федерального закона № 273 - ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»);

- 4) права и обязанности руководителя образовательной организации, его компетенция в области управления образовательной организацией (часть 6 статьи 51 Федерального закона № 273 - ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»).

При формировании организационной структуры управления образовательной организацией высшего образования следует руководствоваться постановлением Правительства РФ от 08.08.2013 № 678 «Об утверждении номенклатуры должностей педагогических работников организаций, осуществляющих образовательную деятельность, должностей руководителей образовательных организаций» [2].

Согласно части II Номенклатуры должностей педагогических работников организаций, осуществляющих образовательную деятельность, должностей руководителей образовательных организаций, к должностям руководителей образовательных организаций

высшего образования относятся ректор, директор, заведующий, начальник, президент; к должностям заместителей руководителей, руководителей структурных подразделений и их заместителей, иным должностям руководителей – заместитель руководителя (директора, заведующего, начальника), руководитель (директор, заведующий, начальник, управляющий) структурного подразделения; заместитель руководителя (директора, заведующего, начальника, управляющего) структурного подразделения; первый проректор; проректор; помощник ректора; помощник проректора; руководитель (заведующий) учебной (производственной) практики; советник при ректорате; старший мастер; ученый секретарь совета образовательной организации; ученый секретарь совета факультета (института).

При этом должности «начальник факультета», «начальник института», «начальник кафедры» и «заместитель начальника кафедры» предусмотрены только для образовательных организаций, реализующих образовательные программы высшего образования в области обороны и безопасности государства, обеспечения законности и правопорядка.

При назначении на должности руководителей и их заместителей, организации конкурсов на замещение вакантных должностей, разработке должностных инструкций следует учитывать должностные обязанности, знания и требования к квалификации, указанные в Едином квалификационном справочнике должностей руководителей, специалистов и служащих, разделе «Квалификационные характеристики должностей руководителей и специалистов высшего профессионального и дополнительного профессионального образования», утвержденном приказом Минздравсоцразвития РФ от 11.01.2011 г. № 1н [3].

Для оказания помощи образовательным организациям, в том числе и образовательным организациям высшего образования, Министерство образования и науки Российской Федерации разрабатывает методические рекомендации. Так, письмом от 14.02.2014 г. № ВК - 262 / 09 Минобрнауки РФ [4] направлены методические рекомендации о создании и деятельности советов обучающихся в образовательных организациях. Подобные рекомендации учитывают положения действующего законодательства в сфере образования в России и могут быть использованы для разработки соответствующих локальных нормативных документов образовательных организаций.

Резюмируя сказанное выше, следует отметить, что соблюдение законодательства – необходимое, но не достаточное условие функционирования эффективной системы управления образовательной организацией высшего образования. В современных условиях жесточайшей конкуренции очень многое зависит непосредственно от руководителя образовательной организации. Для обеспечения успешного функционирования образовательной организации высшего образования на рынке образовательных услуг недостаточно быть просто руководителем организации, необходимо быть талантливым финансистом, менеджером.

Современный руководитель должен, прежде всего, перестроить своё управленческое сознание в рамках новых ценностей, таких как конкурентоспособность, компетентность, самоорганизация, самоуправление, корпоративная культура, рынок образовательных услуг, социальное партнерство. Изменения содержания высшего образования и системы управления определили современные управленческие функции руководителя и направление деятельности трудового коллектива, ориентируя на инновационный путь

обеспечения качества высшего образования, поиск партнёров в создании оптимальных и эффективных условий реализации федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования.

Руководитель образовательной организации должен решать множество проблем, таких как: проблема управленческой политики в условиях реальной конкуренции образовательных учреждений; проблема перехода к открытой и мобильной образовательной системе; проблема привлечения и удержания квалифицированных кадров; проблема изыскания дополнительных средств и ресурсов модернизации; проблема создания условий, обеспечивающих адекватное времени качество образования; проблема информационного обеспечения и обмена и др.

Грамотно выстроенная система управления позволяет руководителю значительно повысить качество воспитательно - образовательного процесса, профессиональную компетентность педагогов, способствует эффективному взаимодействию с работодателями и обеспечивает конкурентоспособность высшего образования на рынке образовательных услуг.

Список использованной литературы:

1. Об образовании в Российской Федерации : федер. закон Рос. Федерации от 29 дек. 2012 г. № 273 - ФЗ : принят Гос. Думой Федер. Собр. Рос. Федерации 21 дек. 2012 г. : одобр. Советом Федерации Федер. Собр. Рос. Федерации 26 дек. 2012 г. // Собрание законодательства РФ. - 2012. - № 53 (ч. 1). - Ст. 7598.
2. Об утверждении номенклатуры должностей педагогических работников организаций, осуществляющих образовательную деятельность, должностей руководителей образовательных организаций : постановление Правительства РФ : от 08 августа 2013 г., № 678 // Собрание законодательства РФ. 2013. № 33. Ст. 4381.
3. Об утверждении Единого квалификационного справочника должностей руководителей, специалистов и служащих, раздел «Квалификационные характеристики должностей руководителей и специалистов высшего профессионального и дополнительного профессионального образования : приказ Минздравсоцразвития РФ от 11 января 2011 г., № 1н // Российская газета, № 101 от 13.05.2011
4. О методических рекомендациях о создании и деятельности советов обучающихся в образовательных организациях : письмо Минобрнауки России : от 14 февраля 2014 г., № ВК - 262 / 09 // Официальные документы в образовании. - 2014. - № 11.
5. Батулин В.К. Общая теория управления: учебное пособие / В.К. Батулин. – М.: Юнити - Дана 2012.
6. Беляков С.А. Лекции по экономике образования / С.А. Беляков. – М.: ГУ - ВШЭ, 2002.
7. Дюркгейм Э. Социология. Ее предмет, метод, предназначение / Пер. с фр. – М.: Канон, 1995.
8. Заец, Д.А. Влияние организационной культуры на эффективность управления образовательным учреждением / Д.А. Заец // Юридическая психология. - 2013. - № 1. - С. 34 - 36.
9. Мескон, М., Альберт, М., Хедоури Ф. Основы менеджмента: учеб. пособие. – М.: Вильямс, 2007.

10. Мигачев, Ю.И., Петручак, Л.А. Государственное управление в сфере образовательной и научной деятельности (правовые и информационные аспекты) / Ю.И. Мигачев, Л.А. Петручак // Актуальные проблемы российского права. - 2015. - № 2. - С. 184 - 189.

11. Рашева Н.Ю. Развитие системы высшего профессионального образования на современном этапе / The International Scientific and Practical Congress of Economists and Lawyers "The genesis of genius" ISAE «Consilium». г.Женева (Швейцария), 2014. С. 166 - 173.

12. Сорокин П.А. Проблема новой социальной педагогики: Общедоступный учебник социологии. Статьи разных лет / П.А. Сорокин. – М.: Наука, 1994.

13. Финансово - кредитный словарь / Гл. ред. Н.В. Гаретовский. – М.: Финансы и статистика, 1988. Т. 3.

© О.И. Чиркова, 2016

© А.П. Бояров, 2016

УДК 336.717.061.1

А.А.Шарый

студент 2 курса магистратуры
факультета Прикладной математики и информационных технологий
Финансового Университета при Правительстве РФ,
г. Москва, Российская Федерация

АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ПРОГНОЗИРОВАНИЯ ДЕФОЛТА ЗАЕМЩИКА В АВТОКРЕДИТОВАНИИ

Аннотация

Статья посвящена основным вопросам, стоящим перед исследователем в области моделирования дефолта на рынке автокредитования. В работе раскрыта актуальность разработки методов прогноза дефолта заемщика с учетом сложной политической ситуации. В ходе анализа использовались последние работы зарубежных ученых, чей опыт можно будет использовать при построении модели, применимой на российских данных.

Ключевые слова

Кредитный портфель, моделирование, дефолт, автокредит, риск, методы оценки.

Одной из центральных проблем экономики является достижение непрерывного и устойчивого экономического роста. Чтобы понять, как осуществляется эта цель, важно выявить внутренний механизм увеличения производства экономических благ в масштабе страны. Банковская деятельность на текущий момент приобретает всё большее значение как в экономике России, так и во всём мире. Банки своей деятельностью глубоко проникают во все сферы экономики, активно влияют на экономические и социальные процессы в стране. Развитие рыночных отношений в РФ делает чрезвычайно важным

вопрос о функциях и операциях коммерческих банков. Поэтому сегодня весьма актуально изучение банковской системы и банковских операций.

Кредитование, в свою очередь, имеет наибольший удельный вес в банковской деятельности. Именно кредитные операции дают банку возможность получать наибольшую сумму доходов при условии ведения рациональной кредитной политики. Организация кредитования - регулярный, непрерывно возобновляемый процесс движения кредита в соответствии с принципами кредитования. Этот процесс предполагает решение двух взаимосвязанных задач:

- формирование кредитной политики фирмы (кредитной организации) - система мер, направленных на установление приоритетов развития кредитных отношений, рациональную организацию и управление процессом кредитования различных категорий заемщиков с целью обеспечения высокой рентабельности и минимизации кредитного риска;

- организацию кредитного процесса и управления им.)

Эффективность проводимой коммерческими банками кредитной политики зависит от качества формируемого кредитного портфеля. Не секрет, что низкое качество кредитного портфеля – основная причина банкротства многих банков. В современных условиях развития банковского дела, качество кредитного портфеля становится определяющим для выживания и успеха банка как коммерческого предприятия. Поэтому банки отслеживают и контролируют уровень качества кредитного портфеля путем внедрения комплекса организационно и технологических мероприятий. Наличие большого объема проблемных кредитовых в портфелях банков является, как показывает практика, не только отражением проблем в экономике, но и свидетельством несовершенства кредитных процедур, организационной структуры, подбора и расстановки кадров, т.е. свидетельствует о некачественном управлении кредитным портфелем.

Учитывая текущую политическую ситуацию, в 2016 - 2017 гг. банковская система РФ будет подвержена негативному влиянию внешней среды, что потребует от нее демонстрации своей устойчивости и способности развиваться и выживать в неблагоприятной среде. Динамика рынка потребительских кредитов в России напрямую связана с изменением банковских рисков, которые представлены, прежде всего, кредитным риском (невозврата и мошенничества) и риском ликвидности. Присутствующие на данный момент солидные банковские риски являются причиной сохраняющихся высоких ставок по кредитам, которые, в свою очередь, делают кредиты непривлекательными для заемщиков. Очевидно, что для решения достаточно актуальной проблемы формирования кредитного портфеля банка в этих условиях, необходимо проведение мероприятий по снижению рисков невозврата и мошенничества.

Кредитование имеет огромное значение в автомобильном бизнесе. Хотя по информации, предоставленной аналитическим агентством «АВТОСТАТ» [7], за первый квартал 2015 года доля машин, проданных в кредит сократилась вдвое и оказалась равна 21,95 % от общего количества сбытых авто, за весь год доля автомобилей, купленных в кредит, составила 37,1 % , увеличившись по сравнению с предыдущим годом на 1,9 п.п. (35,2 %). Так же, количество выданных автокредитов указывает на увеличение доли «кредитных» автомобилей в объеме рынка (Таблица 1).

Таблица 1. Динамика рынка новых автомобилей, выдачи автокредитов и доли автомобилей, купленных в кредит

Период	Выдачи автокредитов, тыс. ед.	Объем рынка* автомобилей, тыс. ед.	Доля кредитных авто в объеме рынка
1 кв. 2014 г.	194,1	555,5	34,94 %
2 кв. 2014 г.	205,7	553,3	37,18 %
3 кв. 2014 г.	206,1	524,3	39,31 %
4 кв. 2014 г.	217,5	704,4	30,88 %
ВСЕГО в 2014 году	823,4	2 337,5	35,23 %
1 кв. 2015 г.	60,4	275,2	21,95 %
2 кв. 2015 г.	144,4	325,0	44,43 %
3 кв. 2015 г.	149,6	369,6	40,48 %
4 кв. 2015 г.	130,9	338,7	38,65 %
ВСЕГО в 2015 году	485,3	1 308,5	37,09 %

В целом по рынку РФ, данные и расчеты НБКИ и «АВТОСТАТ»

**На основании регистраций новых легковых автомобилей в РФ*

На тему моделирования дефолта на рынке автокредитования проведено не очень большое количество исследований и, тем не менее, все они содержат те или иные недостатки. Первая проблема, которая встает на пути исследователя в этой области – это недоступность данных для построения и проверки моделей. Следующее препятствие – ограниченное количество данных, включение которых в модель можно теоретически обосновать. Хотя модели, которые строятся для определения вероятности дефолта, содержат большое число объясняющих переменных и довольно сложны, результаты их неоднозначны. Частично это объясняется тем, что ученые используют «локальные» данные по 1 кредитору[1]. Иногда такие важные параметры, как процентная ставка или кредитный рейтинг, оказываются незначительными, что, естественно, противоречит здравому смыслу. Некоторые исследования дают неплохие результаты, но их нельзя применить на практике. Например, исследование Джонса помогает предсказать потерю дохода, но не предотвратить ее, что не совсем полезно.

Тем не менее, изучив существующие модели, и учитывая их результаты и рекомендации авторов, их можно улучшить для принятия решения о выдаче автокредитов. Так как задолженности граждан по автокредитам с каждым годом продолжают расти, можно с уверенностью сказать, что оптимальная модель еще не найдена и однозначно стоит продолжать работу в этом направлении.

Список использованной литературы:

1. Agarwal S., Ambrose B.W., Chomsisengphet S. Determinants of automobile loan default and prepayment. *Economic Perspectives*, 3Q, 2008, pp. 17 - 29.
2. Agarwal, S., Ambrose B. W., Chomsisengphet S, Information asymmetry and the automobile loan market in Household Credit Usage: Personal Debt and Mortgages. New York: Palgrave Macmillan, 2007, pp. 93–116.

3. Calhoun, C. A., Y. Deng, A dynamic analysis of fixed - and adjustable - rate mortgage terminations. Journal of Real Estate Finance and Economics, Vol. 24, Nos. 1–2, January, 2002, pp. 9–33
4. Clover M. Yeh, Tsun - Siou Lee, The role of credit card behavior in auto loan grant decision. An application of survival table. Banks and Bank Systems, Volume 8, Issue 1, 2013. Pp. 112 - 117
5. Jones J. Default Rate on Auto Loans. SFA's Annual Undergraduate Research Conference, 14.04.2015
6. Zheng Wang, Demanding Model of Automobile Loan Using Stochastic Theory. Technology and Investment, Scientific Research, 2010, 1, 211 - 214
7. Пресс - релиз аналитического агентства «АВТОСТАТ» от 27.01.2016 [http: // www.autostat.ru / press - releases / 24707 /](http://www.autostat.ru/press-releases/24707/)
8. Ситникова Н. Ю. Энциклопедия финансового риск - менеджмента, учебное пособие / под ред. Лобанова А.А., Чугунова А.В. – Москва: Alt Invest, 2009. – 785с.
9. Тотьмянина К.М. Обзор моделей вероятности дефолта // Управление финансовыми рисками. – 2011. – 01(25). – С. 12 - 24.

© Шарый А.А., 2016

ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ НАУКИ

студент группы Б4408 Школы гуманитарных наук, Дальневосточный Федеральный университет, г. Владивосток, Российская Федерация

Научный руководитель Ткачёва Н. Н., доцент кафедры социальных наук, кандидат политических наук, Дальневосточный Федеральный университет, г. Владивосток, Российская Федерация.

ЭМОЦИИ В МЕЖЛИЧНОСТНЫХ КОНФЛИКТАХ

Нужны ли человеку эмоции в конфликтах? Могут ли они как - то помогать или все - таки будут больше помехой? Итак, как человеческие эмоции могут влиять на протекание конфликтов в нашей повседневной жизни: дома, на работе в офисе, с друзьями и так далее? Рассмотрим именно те конфликты, с которыми любой человек сталкивался, сталкивается и будет сталкиваться всю свою жизнь, то есть те конфликты, в которых мы уже бывали и не раз.

В - первую очередь определим, что такое конфликт и эмоции. *Конфликт – это наиболее острый способ разрешения значимых противоречий, возникающих в процессе взаимодействия сторон* [1, С. 535]. Прежде чем приступать к определению эмоций, стоит выделить в понятии конфликт такие словосочетания как: «наиболее острый», «значимых противоречий» и «взаимодействие сторон». Все три словосочетания, входящие в определение конфликта, уже априори несут за собой глубокую эмоциональную подоплеку, так как мало кто представит себе «наиболее острый способ разрешения значимых противоречий» в абсолютно нейтральном цвете. Последнее словосочетание говорит нам о том, что это все - таки процесс взаимодействия между реальными живыми людьми. Людьми, которых как минимум двое, и которые имеют свое субъективное представление о мире и свой эмоциональный фон, сформированный в течение жизни. Теперь мы можем перейти к определению эмоций, ключевому понятию в данной статье. *Эмоции (от лат. emovere – возбуждать, волновать) – это особый вид психических процессов или состояний человека, которые проявляются в переживании каких - либо значимых ситуаций (радость, страх, удовольствие), явлений и событий в течение жизни. Эмоции являются одним из главных регуляторов психической жизни и возникают в процессе практически любой активности человека. Эмоции возникли в процессе эволюции: с их помощью животные могли оценивать биологическую значимость явлений окружающего мира и внутреннего состояния организма*¹⁶. Еще в древние времена, когда человек и его мозг только развивались, когда многие младенцы не доживали до своих детских лет, а многие взрослые до тридцати лет, когда человека на каждом шагу подстерегала опасность, эмоции играли крайне важную роль в нашем естественном отборе. В те времена очень актуальными были два типа реакций: «сражайся или беги», которые открыл американский физиолог Уолтер Кэннон в своих работах о стрессе¹⁷. В древние времена, когда человек сталкивался с большим и грозным хищником, типа льва или медведя, он мог рассчитывать только на свои силы. Чтобы выжить в схватке, человеку требовалась максимальная сила и скорость. Для

¹⁶ <http://www.psychologies.ru/glossary/dict/5/>

¹⁷ <http://psy.rin.ru/article/1004/Kennon-Uolter.html>

этого мозг человека вступал во взаимодействие с телом, чтобы активизировать его в состоянии максимальной боевой готовности. Происходило это благодаря эмоциям. В данной конкретной ситуации эмоциям ужаса или страха, которые способствуют следующим реакциям. *Такие отделы мозга, как гипофиз и гипоталамус активизируются. Они воздействуют на надпочечники. В кровь выбрасывается адреналин, норадреналин и кортизол. При воздействии этих веществ учащается дыхание, расширяются бронхи, в легкие поступает много кислорода. Это помогает переживать интенсивные нагрузки. Чтобы лучше работали мышцы, а реакция была молниеносной — учащается сердцебиение, ускоряется пульс и повышается давление. Вырабатывается глюкоза, чтобы лучше питать мышцы и мозг. Его бросает в пот. Организм должен избежать внутреннего перегрева, вот и выделяет влагу для того, чтобы охладиться*¹⁸. Такие реакции остались и по сей день, так как летописная история, история развитого человека, гораздо меньше той истории, когда мы и наш мозг уже эволюционировали. Данный вид реакций помогает нам избегать и современных опасностей, таких как бандиты на улицах, быстродвижущиеся машины, неожиданные природные катаклизмы и так далее. Но если разобраться, то такие ситуации в наше время очень редки, в то время как рудиментарные реакции по типу «сражайся или беги» многочисленны даже тогда, когда они совершенно неуместны. К примеру, в конфликтах в семье, когда опасность для жизни практически сведена на нет, адреналин и другие гормоны катехоламины все равно вбрасываются в кровь, а сердцебиение и пульс учащаются. К вопросам конфликтов и их влияния вернемся чуть позже.

А сейчас подробнее остановимся на развитии самого главного органа, отвечающего за наши эмоции и его рудиментарные привычки. Развитие нашего мозга и его эмоциональных и рациональных центров ярко и доступно описано в труде американского психолога и журналиста Дэниела Гоулмана. Наш мозг развивался долгое время в ходе эволюции, и изначально из мозгового ствола возникли эмоциональные зоны, а позже, по истечению миллионов лет из этих эмоциональных зон развился думающий мозг «неокортекс». Тот факт, что эмоциональный мозг появился задолго до рационального, говорит многое о взаимосвязи мысли и чувства. Позже, с появлением млекопитающих появилась лимбическая система – это часть мозга, которая влияет на большинство наших эмоций: страсть, ярость, влюбленность, ужас и так далее. Следовательно, отношение «неокортекс» (думающий мозг) - лимбическая система (эмоции) у приматов выше, чем у других видов, а у человека гораздо выше, чем у приматов. *И все же поскольку очень многие высшие центры мозга выросли из лимбической зоны или вышли за ее пределы, эмоциональный мозг играет решающую роль в структуре нервной системы. Являя собой корень, от которого рос новый мозг, эмоциональные области сплетены со всеми отделами «неокортекса» мириадами соединительных цепей. Это дает эмоциональным центрам безграничные возможности влиять на функционирование остального мозга, включая его центры мышления* [5, С. 27 - 31]. Именно по этой причине, старые эмоциональные реакции и в головном мозге сохраняются с древних времен до настоящего времени. А раз сохраняются реакции мозга, то сохраняются и телесные реакции, такие как выброс в кровь адреналина, учащение пульса, повышение давления, выделение пота и другие. Организм словно до сих

¹⁸ <http://xn--80aqahnk.net/kak-reakciya-bej-ili-begi-privodit-k-pa/>

пор говорит нам: «давай действуй, одно из двух: бей или беги». И даже в безобидных для жизни конфликтных ситуациях наше тело реагирует так, как будто в дальнейшем должен быть большой физический всплеск: бег или схватка. Но этого не происходит, мы чаще всего никуда не бежим и ни с кем не деремся, а организм был настроен именно на это. Получается, что адреналин и прочие катехоломины, учащенное дыхание, большой прилив крови к мышцам и другие вегетативные реакции не находят выхода, а остаются в организме человека. Именно так возникает стресс, в результате которого ослабевает иммунитет. Кровь, приливаемая к мышцам, берется у различных внутренних органов человека на время, но если он находится постоянно на взводе, то его внутренности все чаще и чаще остаются без защиты, и человек может заболеть. Следовательно, эмоции по типу «сражайся или беги» могут истощать наше здоровье.

Раньше, когда нам действительно угрожала опасность смерти, и эмоции преобладали над разумом, это давало нам преимущество, так как эмоциональный мозг - лимбическая система реагирует быстрее, чем разумный мозг – «неокортекс». В современном мире скорость реакции, особенно в конфликтах с людьми, которые для нас важны, может сыграть с нами злую шутку. Примером является ситуация, когда в пылу спора с действительно близким человеком, допустим своей второй половинкой, наши чувства будто обостряются. При этом происходят все вышеперечисленные реакции организма, и мы, находясь в состоянии полной боевой готовности, совершенно ненужной в данной ситуации, говорим человеку много ненужных слов, которые он не заслужил. Естественно, возникает обида, и общение с этим человеком ухудшается или вовсе прекращается. Лишь спустя время мы видим, какими были пути решения в данной ситуации, если бы мы сохраняли спокойствие и холодный рассудок.

В повседневных межличностных конфликтах зачастую на эмоции нас выводят так называемые триггеры. *Триггеры, те слова, так скажем, пусковые крючки, которые являются для нас своеобразным красным сигналом, будто бы нам что - то угрожает*⁶. Чаще всего эта угроза мнимая, так как ничто не угрожает ни нашей жизни, ни нашему статусу, ни тем вещам, за которые обычно борется современный человек. Понять, что для каждого из нас является триггером легко, но проще это сделать уже после конфликта, когда эмоции утихли. Чаще всего это то, что вас действительно задевало и выводило из себя в момент, когда что - то произносят, и при этом возникало желание ответить, да еще и в разы обиднее. Как было отмечено ранее, триггером может являться задетый статус или *важная часть «Я - концепции» человека* [7, С. 64 - 65]. Возьмем возможную ситуацию, когда на повышенных тонах и очень эмоционально спорят два опытных футболиста после неудачного матча их команды. В ходе спора один из них говорит другому, что тот никчемный спортсмен. Вполне естественно, что для второго футболиста это будет триггером, сигналом к ответной атаке, так как были задеты его чувства, ведь он положил огромную часть своей жизни, чтобы стать тем, кем он стал в спорте. При этом ничего бы не изменилось, если бы он просто промолчал в ответ своему вспыльчивому товарищу по команде. Вряд ли бы его репутация упала в глазах его одноклубников, так как они наблюдали за конфликтной ситуацией и понимали, что данные слова были сказаны, скорее всего, сгоряча. Но в порыве своих эмоций спортсмен номер два не смог совладать со

⁶ http://gufo.me/content_pol/puskovye-mexanizmy-triggery-konflikta-3534.html

своими чувствами и поэтому сорвался в ответ. В результате вышла долгая ссора с непредсказуемыми последствиями для обоих футболистов и всей команды, так как они являются ее частью.

Эмоции не всегда производят только отрицательный эффект, речь шла лишь о конфликтах. В настоящее время, впрочем, как и в древности, эмоции помогают нам сделать свой выбор. Если мы совершаем какую-либо деятельность или выбор в пользу чего-либо, то делаем мы это, руководствуясь предыдущим опытом. В том случае, когда мы что-либо попробовали или сделали, и это принесло нам приятные эмоции, в дальнейшем мы совершим похожий выбор. К примеру, однажды попробовав шоколад и поняв, что он сладкий, ребенок и впредь будет желать съесть его снова. Или же почему мы всегда рады своим четвероногим друзьям? Почему благодаря нашим собакам мы становимся немного счастливее? Причина в том, что собаки радуются нам независимо от того, приходим мы грустными или раздраженными. Они все равно виляют хвостом и показывают всем своим видом, как они счастливы в присутствии своих хозяев, тем самым принося нам множество положительных эмоций. Именно по этой причине мы хотим вновь и вновь видеть своих четвероногих друзей, чтобы опять испытать положительные эмоции, которые нам они дают. Что касается отрицательных эмоций, то они, возможно, помогают нам даже больше, чем положительные. Возьмем такое тесно связанное с нашим эмоциональным состоянием понятие, как фрустрация. *Фрустрация - состояние, возникающее в результате переживания по поводу невозможности достижения намеченных целей и удовлетворения влечений, крушения планов и надежд*⁸. Если фрустрация не сломила нас, то, как говорится в известной поговорке, она сделала нас сильнее. При этом она помогла проанализировать причину неудачи и попытаться сделать какое-либо действие опять с новым опытом. Таким образом, можно сказать, что фрустрации, которые являются для нас не слишком стрессогенными, помогают нам развиваться.

Исходя из вышесказанного, можно сделать вывод о том, что эмоции в конфликте скорее нам враги, чем друзья. Это объясняется тем, что лишь за редким исключением в конфликтах могут возникнуть положительные эмоции, да и те не всегда уместны. Порой конфликт должен пройти все свои стадии, чтобы выяснилось и разрешилось как можно больше противоречий. Однако, из-за эмоций, особенно отрицательных, конфликт может затянуться или же закончиться преждевременно, не успев прояснить все разногласия сторон. В повседневной жизни эмоции играют важную роль для нас, и без них мы, скорее всего, не смогли бы выжить. Мало кто хочет прожить жизнь «рационального робота», не познав всю прелесть оргазма, радость первой любви, счастья при рождении своего ребенка, восторга от победы в большом соревновании и многие другие эмоции, которые обычно вспоминают люди под конец своей жизни и жалеют, если их было недостаточно.

Что касается конфликтов, то эмоции все же мешают их рациональному разрешению и протеканию. Они сужают возможные варианты и пути выхода из конфликтных ситуаций в глазах человека, который находится в состоянии сильного эмоционального напряжения.

Список использованной литературы:

1. Анцупов Л.Я., Шипилов А.И. Конфликтология. - Москва: ЮНИТИ, 2001. - стр. 535

⁸ : <http://vocabulary.ru/dictionary/881/word/frustracija>

2. Глоссарий. Эмоции. [Электронный ресурс] URL: [http:// www.psychologies.ru / glossary / dict / 5 /](http://www.psychologies.ru/glossary/dict/5/)
3. Кеннон Уолтер. [Электронный ресурс] URL: [http:// psy.rin.ru / article / 1004 / Kennon - Uolter.html](http://psy.rin.ru/article/1004/Kennon-Uolter.html)
4. Как реакция «бей или беги» приводит к паническому неврозу. [Электронный ресурс] URL: [http:// xn - - 80aqahnk.net / kak - reakciya - bej - ili - begi - privodit - k - pa /](http://xn--80aqahnk.net/kak-reaksiya-bej-ili-begi-privodit-k-pa/)
5. Гоулман Д. Эмоциональный интеллект. Перевод с английского А.П. Исаевой. – Москва; Владимир: ВКТ, 2009. – стр. 27 - 31
6. Пусковые механизмы, Триггеры конфликта. [Электронный ресурс] URL: [http:// gufo.me / content_pol / puskovye - mexanizmy - trigger-y - konflikta - 3534.html](http://gufo.me/content_pol/puskovye-mexanizmy-trigger-y-konflikta-3534.html)
7. Дэвид Майерс «Социальная психология». Перев. с англ. – СПб.: Питер 2000. – стр. 64 - 65
8. Фрустрация. [Электронный ресурс] URL: [http:// vocabulary.ru / dictionary / 881 / word / frustracija](http://vocabulary.ru/dictionary/881/word/frustracija)

© С.А. Возничик, 2016

УДК 37

О. А. Жуйкова

Студентка

ВГБОУ ВО «АлтГПУ»

Г. Барнаул, Российская Федерация

ОСОБЕННОСТИ РАБОТЫ С ДЕТЬМИ ДОШКОЛЬНОГО ВОЗРАСТА С СИНДРОМОМ ДЕФИЦИТА ВНИМАНИЯ И ГИПЕРАКТИВНОСТЬЮ

Одной из главных проблем современного общества является ухудшение здоровья детей, как результат неблагоприятного воздействия социально - экономических, экологических и многих других факторов. По данным различных специалистов около 90 % детей имеют отклонения в физическом и психическом развитии, среди которых одно из ведущих мест занимает синдром дефицита внимания с гиперактивностью. Часто такие дети замыкаются в себе, не могут преодолевать препятствия, возникающие на их жизненном пути, становятся агрессивными. Задача любого «здорового» общества не только предотвратить последствия такого воспитания, но и исключить причины его появления.

Активное изучение СДВГ в России началось в конце 1970 - х годов и связано с работами Н.И.Заваденко, Л.Т.Журбы, Е.М.Мастюковой, Л.О.Бадаляна, О.В.Халецкой, В.М.Трошина, А.Г.Платоновой, В.Р.Кучмы, Е.В.Касатиковой, И.П.Брызгунова, А.В.Грибанова, Волокитина Т.В., Е.В.Левитиной, О.Р.Наговицкой и др [3].

В основе СДВГ лежит нарушение коры, подкорковых структур и характеризуется рядом признаков: гиперактивность, дефицит внимания, импульсивность. Гиперактивность или чрезмерная двигательная расторможенность, является проявлением утомления. Утомление ребенок не контролирует, перевозбуждается. Дефицит активного внимания – неспособность удерживать внимание на чем - либо в течение определенного отрезка

времени. Это произвольное внимание организуется лобными долями. Для него нужна мотивация, понимание необходимости сосредоточиться, то есть, достаточная зрелость личности. Импульсивность – неспособность притормозить свои непосредственные побуждения. Такие дети часто действуют, не подумав, не умеют подчиняться правилам, ждаты. У них часто меняется настроение [1].

Основными клиническими проявлениями СДВГ у детей являются: невнимательность, гиперактивность и импульсивность, а также двигательная расторможенность, отвлекаемость, моторная неловкость с плохой дифференциацией тонких движений, повышенная нервно - психическая утомляемость, возбудимость, раздражительность, школьная неуспеваемость, оппозиционное поведение, преобладание эмоциональной мотивации и недостаточный контроль произвольной деятельности [3].

Работая с гиперактивными детьми, нужно обращать особое внимание на обучение не счету и письму, а осмыслению происходящего, учить думать, правильно интерпретировать свои действия, мысли и чувства, а также чувства других людей.

Дошкольные учреждения гиперактивным детям не рекомендованы. Общение с большим количеством детей несет большую вероятность возникновения конфликтов.

Обучая и развивая ребенка, его нужно обязательно заинтересовать самим процессом. Его интересы очень нестойкие и в силу своих особенностей он не может долго удерживать внимание на одном деле. Поэтому необходимо чередовать виды деятельности, привносить в процесс что - то новое, подкрепляя интерес ребенка разными способами [2].

У всех гиперактивных детей очень рассеянное внимание, нужно постараться, чтобы во время занятий их ничего не отвлекало. С ребенком необходимо быть очень внимательными и в мягкой форме объяснять обычные нормы поведения.

Частая ошибка родителей и педагогов заключается в том, что от гиперактивного ребенка требуют одновременно сосредоточенности, усидчивости и внимания, то есть возлагают на него задачу, с которой не каждый взрослый в состоянии справиться [1]. Необходимо тренировать каждое качество в отдельности, например, развивая усидчивость, нельзя требовать активного внимания, а также когда ребенок учится быть внимательным, нельзя загружать его интеллектуально.

Гиперактивным детям нужно давать возможность выплеснуть свою энергию. Необходимо приобщать их к разным видам спорта. При этом не следует добиваться слишком жесткой дисциплины, так как чрезмерная нагрузка будет вредной для здоровья [2].

Таким образом, оставление СДВГ без внимания, в будущем может создать для ребенка значительные трудности в учебе, межличностных отношениях, в социальном и эмоциональном развитии, что в свою очередь может привести к возникновению асоциального поведения. Необходимо раннее выявление гиперактивного расстройства с дефицитом внимания и организации плана помощи таким детям с привлечением педиатров, невропатологов, психологов, психиатров, педагогов и родителей [3].

Список используемой литературы:

1. Грибанов А.В., Волокитина Т.В. Синдром дефицита внимания с гиперактивностью у детей / А.В. Грибанов, Т.В. Волокитина – М.: Академический Проект, 2004. – 176 с.

2. Брызгунов И.П., Касатикова Е.В. Непоседливый ребенок или все о гиперактивных детях / И.П. Брызгунов, Е.В. Касатикова – М.: Изд - во Института Психотерапии, 2003. – 99 с.
3. Бадалян Л.О. Невропатология / Л.О. Бадалян – М.: Просвещение, 2000. – 378 с.

© О.А. Жуйкова, 2016

УДК 159.91

С. М. Сидоренко

Профессор

А. В. Бычков

Доцент

Н. Ю. Морозова

Студентка

Кубанский ГАУ

г. Краснодар, РФ

E - mail: SidorenkoSM@mail.ru

ПРОФИЛАКТИКА СТРЕССА: ЗАКОН СОХРАНЕНИЯ КОЛИЧЕСТВА ЭМОЦИЙ

Нами предложена графическая модель возникновения стресса и его профилактики [1], [2]. В работах [3], [5], [6], [7], [8], [9], [10], [11] [12], [14] нами выявлены некоторые психологические закономерности, которые могут быть причиной развития дистресса, и предложены варианты его профилактики и компенсации с использованием предложенной модели.

В порядке реализации второго [1], [2] варианта профилактики дистресса может быть использована психологическая закономерность, которую можно назвать «Закон сохранения количества эмоций». Рассмотрим это явление.

Все мы хотим быть счастливыми и не хотим переживать негативные эмоции. Нам кажется, что чем более значима причина наших эмоций, тем выше уровень этих эмоций. Мы думаем, что если нам достался один рубль – мы счастливы на один рубль, если два рубля – уровень счастья в два раза выше, если тысяча рублей – в тысячу раз счастливее и т. д.

Так ли это на самом деле? Известно, что весь возможный спектр эмоций существует в нашей центральной нервной системе (ЦНС), «вшит» в ЦНС. Но эмоция станет заметной, выйдет на осознанный уровень только после того, как появится фактор, который может сыграть роль «выключателя» этой эмоции [4], [13].

Уровень эмоций не может быть безграничным, так как он определяется степенью возбуждения ЦНС, которая, в свою очередь, не может быть неограниченной. Существует некоторый предельный уровень, выше которого уровень возбуждения ЦНС не может подняться по объективным биофизическим причинам. Эмоция (и позитивная, и негативная) имеет два стационарных состояния: «включена» и «выключена». Включает эмоцию тот

внешний фактор, который в данный момент времени доступен, и среди других доступных факторов является наиболее значимым. Имеет значение не абсолютная значимость фактора, а относительная значимость - значимость на фоне других доступных факторов.

Например, кто - то может переживать острее чувство утраты в результате смерти близкого, любимого человека, а кто - то переживает с той же степенью гибель козявки, птички... У кого - то горе от того, что жемчуг мелкий, а у кого - то не меньшее горе от того, что супчик жидкий. Это объясняется тем, что в данный момент времени у субъекта нет проблем более значимых, чем козявка или густота супа.

То же самое происходит и с положительными эмоциями. Предельный уровень эмоций ограничен объективными биофизическими характеристиками организма. Эмоция, достигнув этого предельного уровня, не может превысить его. Кто - то счастлив от того, что выиграл миллион, а кто - то не менее счастлив потому, что заболела учительница географии.

Таким образом, закон сохранения количества эмоций состоит в том, что уровень эмоций стремится к некоторому постоянному значению, определенному объективными психофизическими параметрами ЦНС, и не может его превысить. Наверное, поэтому говорят, что Бог не посылает испытаний, которые невозможно пережить.

Понимание того, что один и тот же, вполне определенный, предельный уровень эмоций может быть вызван факторами, значимость которых может варьировать в очень широких пределах от «несущественных» до «жизненно важных», поможет защитить себя от дистресса.

Список использованной литературы:

1. Безопасность жизнедеятельности. Человеческий фактор в обеспечении безопасности / Сидоренко С. М.: Учебное пособие. – Краснодар: Кубанский ГАУ, 2009. – 161 с.
2. Профилактика стресса. / Сидоренко С. М., Овсянникова О. В., Ефремова В. Н. // Актуальные проблемы психологии и педагогики. Сборник статей Международной научно - практической конференции. – Уфа: Научный центр «АЭТЭРНА», 2014. – С. 88 - 93.
3. Охрана труда при оптимизации механизированного производства продукции растениеводства. / Сидоренко С. М., Овсянникова О. В., Ефремова В. Н., Иосифов С. В. // Наука в современном информационном обществе: Материалы IV международной научно - практической конференции. – Научно - издательский центр «Академический», 2014. – С. 96 - 101.
4. Профилактика стресса: идеальные чувства. / Сидоренко С.М., Шунгарова Я.Р. // В сборнике: Научные механизмы решения проблем инновационного развития. Сборник статей Международной научно - практической конференции. Международный центр инновационных исследований «Омега сайнс»; Ответственный редактор: Сукиасян А. А.. 2015. - С. 277 - 281.
5. Безопасность жизнедеятельности: учеб. пособие / Бугаевский В. В., Сидоренко С. М., Фролов В. Ю., Сысоев Д. П., Кремянский В. Ф., Ефремова В. Н. – Краснодар: Кубанский ГАУ, 2015. – 453 с.
6. Безопасность жизнедеятельности в проектах землеустройства: учеб. пособие / Туровский Б. В., Инюкина Т. А., Сидоренко С. М., Кремянский В. Ф. – Краснодар: Кубанский ГАУ, 2015. – 170 с.

7. Безопасная дистанция между транспортными средствами во время движения. / Сидоренко С.М., Шунгарова Я.Р. // В сборнике: Академическая наука – проблемы и достижения. Материалы VII международной научно - практической конференции. North Charleston, SC, USA, 2015. - С. 144 - 148.

8. Система транспортно - технологического средства, обеспечивающая безопасность движения. / Сидоренко С.М., Шунгарова Я.Р., Пусикова А. Ю. // Актуальные направления научных исследований XXI века: теория и практика. 2015. Т. 3. № 4 - 1 (15 - 1). - С. 113 - 118.

9. Безопасность жизнедеятельности. Первая доврачебная неотложная помощь. / Сидоренко С. М., Ефремова В. Н., Бугаевский В. В., Котелевская Е. А., Клипко Е. П.: Учебное пособие. – Краснодар: Кубанский ГАУ, 2009. – 116 с.

10. Безопасность жизнедеятельности. Первая доврачебная неотложная помощь. / Сидоренко С. М., Ефремова В. Н., Бугаевский В. В., Котелевская Е. А., Клипко Е. П.: Учебное пособие. – Краснодар: Кубанский ГАУ, 2009. – 116 с.

11. Правовое обеспечение безопасности жизнедеятельности: учеб. пособие / Сидоренко С. М., Туровский Б. В., Котелевская Е. А., Кремянский В. Ф., Инюкина Т. А. – Краснодар: КубГАУ, 2015. – 337 с.

12. Профилактика стресса: Клевета / Сидоренко С. М., Бычков А. В., Морозова Н. Ю. // В сборнике: Современные научные исследования: Теоретический и практический аспект. Сборник статей Международной научно - практической конференции. Ответственный редактор: Сукиасян А. А. – Уфа, 2016. С. 230 - 232.

13. Профилактика стресса: Ассоциация чувств / Сидоренко С. М., Овсянникова О. В., Шунгарова Я. Р. // В сборнике: Новая наука: Теоретический и практический взгляд. 2016. № 2 - 2 (63). С. 201 - 203.

14. Профилактика стресса: Как избавиться от друзей и окружить себя врагами / Сидоренко С. М., Овсянникова О. В., Шунгарова Я. Р. // В сборнике: Новая наука: Стратегии и векторы развития. 2016. № 2 - 2 (64). С. 116 - 120.

© Сидоренко С. М., Бычков А. В., Морозова Н. Ю., 2016

УДК 159.91

С. М. Сидоренко

канд. техн. наук, профессор

О. В. Овсянникова

канд. техн. наук, доцент

Я. Р. Шунгарова

студентка

Кубанский государственный аграрный университет

г. Краснодар, Российская федерация;

SidorenkoSM@mail.ru

ПРОФИЛАКТИКА СТРЕССА: РЕГРЕССИЯ ЧУВСТВ

В нашей работе [1] показано, что стресс - это такое состояние человека, когда в ЦНС идет мыслительный процесс, направленный на отыскание способа разрешения противоречия между нашими подсознательными желаниями, ожиданиями и объективной реальностью.

Стресс может быть причиной заболеваний [9], травматизма на транспорте [7], [8], снижения эффективности производства [3], [5], [6], [10]. Поэтому профилактика этого негативного явления является актуальным вопросом. В [1] и [2] нами предложена схема профилактики стресса.

Для обеспечения эффективной защиты от негативных последствий стресса нужно знать и использовать закономерности, в соответствии с которыми человек принимает те или иные решения. Некоторые из таких закономерностей, которые могут быть полезными при использовании в повседневной жизнедеятельности, приведены нами в работах [4], [11], [12], [13].

Рассмотрим отдельно одну из наиболее важных, по нашему мнению, и часто встречающихся, закономерностей функционирования человеческой психики, которая может стать причиной стресса. Из биологии известно, что в организме теплокровных животных, в том числе и человека, поддерживаются постоянные физические и химические параметры. Нормальная температура тела - $36,6^{\circ}\text{C}$, постоянная концентрация раствора солей в крови и т. д. Природой создан механизм, поддержания неизменными параметров состояния внутренней среды (*гомеостаз*). Например, выйдя на улицу в морозный зимний день, мы подвергаемся воздействию внешних факторов, которые стремятся понизить температуру тела. Внутренние механизмы оперативно реагируют на эти условия и обеспечивают поддержание температуры тела в районе требуемых $36,6^{\circ}\text{C}$.

Практический жизненный опыт подсказывает нам, что этот механизм распространяет свое влияние и на психические параметры, наряду с физическими и химическими. В нейтральном психо - эмоциональном состоянии уровень эмоций находится в некотором нормальном (нейтральном) состоянии (см. рис.). Предположим, что в момент времени T_1 появляется внешний фактор, действующий на эмоциональное состояние человека, который стремится изменить его, т. е. вывести из нейтрального состояния. Отклонение эмоционального уровня от нейтрального является сигналом для включения механизмов, возвращающих уровень эмоций в нейтральное. В конечном итоге, через некоторое время T_2 уровень эмоций асимптотически приближается к нейтральному, хотя воздействие внешнего раздражителя все еще продолжается.

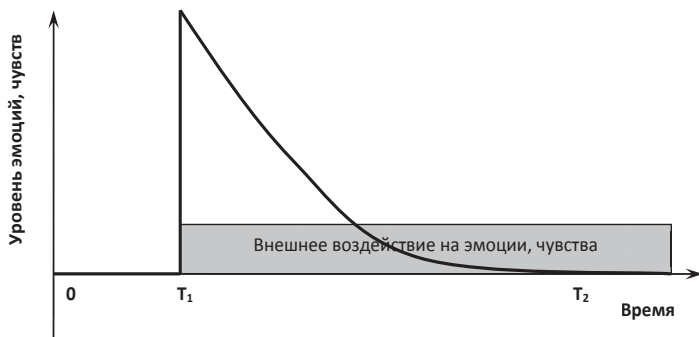


Рис. Универсальный закон регрессии ощущений, чувств, эмоций

Например, каждый выпускник университета может вспомнить свое эмоциональное состояние, когда впервые узнал о том, что стал студентом, тот взлет приятных эмоций и счастья (момент T_1). В этом случае, внешним воздействием на эмоции является университет, появившийся в жизни человека. Но прошло время T_2 и студент старшего курса университета уже не порхает в эйфории от того, что он студент. Его эмоции уже не зашкаливают просто от того, что он – студент.

Универсальный закон регрессии чувств, эмоций, ощущений, изображенный на рис., имеет важные следствия. В будущем мы планируем опубликовать следствия из универсального закона регрессии чувств, эмоций, ощущений. Эти следствия, несмотря на свою простоту, обеспечивают надежную защиту от негативных проявлений стресса.

Список использованной литературы:

1. Безопасность жизнедеятельности. Человеческий фактор в обеспечении безопасности / Сидоренко С. М.: Учебное пособие. – Краснодар: Кубанский ГАУ, 2009. – 161 с.
2. Профилактика стресса. / Сидоренко С. М., Овсянникова О. В., Ефремова В. Н. // Актуальные проблемы психологии и педагогики. Сборник статей Международной научно - практической конференции. – Уфа: Научный центр «АЭТЭРНА», 2014. – С. 88 - 93.
3. Охрана труда при оптимизации механизированного производства продукции растениеводства. / Сидоренко С. М., Овсянникова О. В., Ефремова В. Н., Иосифов С. В. // Наука в современном информационном обществе: Материалы IV международной научно - практической конференции. – Научно - издательский центр «Академический», 2014. – С. 96 - 101.
4. Профилактика стресса: идеальные чувства. / Сидоренко С.М., Шунгарова Я.Р. // В сборнике: Научные механизмы решения проблем инновационного развития. Сборник статей Международной научно - практической конференции. Международный центр инновационных исследований «Омега сайнс»; Ответственный редактор: Сукиасян А. А.. 2015. - С. 277 - 281.
5. Безопасность жизнедеятельности: учеб. пособие / Бугаевский В. В., Сидоренко С. М., Фролов В. Ю., Сысоев Д. П., Кремянский В. Ф., Ефремова В. Н. – Краснодар: Кубанский ГАУ, 2015. – 453 с.
6. Безопасность жизнедеятельности в проектах землеустройства: учеб. пособие / Туровский Б. В., Инюкина Т. А., Сидоренко С. М., Кремянский В. Ф. – Краснодар: Кубанский ГАУ, 2015. – 170 с.
7. Безопасная дистанция между транспортными средствами во время движения. / Сидоренко С.М., Шунгарова Я.Р. // В сборнике: Академическая наука – проблемы и достижения. Материалы VII международной научно - практической конференции. North Charleston, SC, USA, 2015. - С. 144 - 148.
8. Система транспортно - технологического средства, обеспечивающая безопасность движения. / Сидоренко С.М., Шунгарова Я.Р., Пусикова А. Ю. // Актуальные направления научных исследований XXI века: теория и практика. 2015. Т. 3. № 4 - 1 (15 - 1). - С. 113 - 118.

9. Безопасность жизнедеятельности. Первая доврачебная неотложная помощь. / Сидоренко С. М., Ефремова В. Н., Бугаевский В. В., Котелевская Е. А., Клипко Е. П.: Учебное пособие. – Краснодар: Кубанский ГАУ, 2009. – 116 с.

10. Правовое обеспечение безопасности жизнедеятельности: учеб. пособие / Сидоренко С. М., Туровский Б. В., Котелевская Е. А., Кремянский В. Ф., Инюкина Т. А. – Краснодар: КубГАУ, 2015. – 337 с.

11. Профилактика стресса: Клевета / Сидоренко С. М., Бычков А. В., Морозова Н. Ю. // В сборнике: Современные научные исследования: Теоретический и практический аспект. Сборник статей Международной научно - практической конференции. Ответственный редактор: Сукиасян А. А. – Уфа, 2016. С. 230 - 232.

12. Профилактика стресса: Ассоциация чувств / Сидоренко С. М., Овсянникова О. В., Шунгарова Я. Р. // В сборнике: Новая наука: Теоретический и практический взгляд. 2016. № 2 - 2 (63). С. 201 - 203.

13. Профилактика стресса: Как избавиться от друзей и окружить себя врагами / Сидоренко С. М., Овсянникова О. В., Шунгарова Я. Р. // В сборнике: Новая наука: Стратегии и векторы развития. 2016. № 2 - 2 (64). С. 116 - 120.

© С. М. Сидоренко, О. В. Овсянникова, Я. Р. Шунгарова, 2016

УДК 159.9

О.А. Успенская

К.психол.н., доцент кафедры СПУ

Сибирский государственный университет путей сообщения

г. Новосибирск, Российская Федерация

ВЛИЯНИЕ КАТЕГОРИЙ СОЦИАЛЬНОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ НА ФОРМИРОВАНИЕ ЛИЧНОСТНОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ

Общим моментом для большинства исследований идентичности является противопоставление двух основных ее видов - личностной и социальной. Онтогенетически личностная идентичность является вторичной по отношению к социальной, формируясь на основе использования категорий, усвоенных в процессе социализации, интериоризированных определений себя другими людьми, собственной оценки своих особенностей как члена какой - либо социальной группы.

Противопоставление личностной и социальной идентичности свойственно исследователям, работающим в рамках гуманистической и психоаналитической парадигмы изучения идентичности, в частности, Э. Фромму, З. Фрейду.

Исследования идентичности в рамках символического интеракционизма основаны на концепции Я, предложенной Дж. Мидом [9]: идентичность, или Я, предполагает способность человека к саморефлексии, поскольку является результатом социального взаимодействия. Понятие «Ме» характеризует человека как существо, детерминированное социально заданными условностями и привычками. Понятие «И» характеризует человека,

способного реагировать на социальную ситуацию своим индивидуальным, неповторимым образом.

Представители когнитивно ориентированной психологии Х. Тэшфел, Дж. Тэрнер (1979, 1982, 1985) считают социальную самокатегоризацию первичной по отношению к личностной.

Х. Тэшфел [10] описывает социально - поведенческий континуум, на одном полюсе которого локализованы формы межличностного взаимодействия, предполагающие актуализацию личностной идентичности, а на другом – взаимодействие людей как представителей определенных общностей, развивающее социальную идентичность. Достижение идентичности происходит благодаря развитию как личностной, так и социальной идентичности.

Идея оппозиции личностной и социальной идентичности получила свое продолжение в когнитивной теории самокатегоризации Дж. Тернера [11]. Автор полагает возможным существование категоризации на трех антагонистических уровнях, соответствующих общечеловеческой, социальной и личностной идентичности.

Современные представители когнитивной психологии также считают социальную и личностную идентичности взаимоисключающими понятиями.

М. Яромовиц [7] рассматривает личностную идентичность как субсистему знаний о себе, которые формируются из сравнений себя с членами ин группы и состоят из набора черт, специфичных для Я.

Однако в последнее время наличие определенного конфликта между двумя видами идентичности ставится под сомнение и приверженцами когнитивной психологии.

Г. Брейкуэлл [4] полагает, что личностная и социальная идентичности являются двумя полюсами в процессе развития личности. Личностная идентичность является продуктом социальной идентичности.

Идея о полярности двух основных видов идентичности подвергается критике и со стороны последователей символического интеракционизма. Так, И. Гоффман [6] полагает, что восприятие личностной идентичности партнерами по взаимодействию обусловлено наличием у них информации о фактах жизни человека.

Р. Дженкинс [8], опираясь на исследования своих предшественников – Г. Мида, И. Гоффмана, Ф. Барта, считает социальную и личностную идентичность очень близкими понятиями, не существующими одно без другого. Обе они имеют социальное происхождение.

Ж. Дешамп и Т. Девос [5] полагают, что чем более индивид идентифицирует себя с группой, тем более у него выражена тенденция воспринимать себя отличным от других членов группы.

В большинстве работ отечественных психологов под идентичностью понимается самоопределение относительно базовых отношений Я с социальным окружением (Агеев В.С., Толмасова А.К., 1987; Лебедева Н.М., 1999; Павленко В.Н., Корж Н.Н., 1998; Соколова Е.Т., Бурлакова Н.С., Лзюнтиу Ф., 2001; Солдатова Г.У., 1996; Стефаненко Т.Г., 1997 и другие).

В.А. Ядов [3] полагает, что основной функцией социальной идентичности является стремление индивида слиться с общностями и группами, которые обеспечат защиту жизненных интересов, основных потребностей в самосохранении, развитии, самовыражении.

В.С. Агеев [1] подчеркивает, что социальная идентичность представляет собой совокупность отдельных идентификаций и определяется принадлежностью человека к различным социальным категориям.

Н.В. Антонова [2] понимает индивидуальную идентичность как структуру, интегрирующую отдельные стороны личности, связанные с осознанием и переживанием себя как представителя определенного пола, группы и т.д. в единое целое без потери своеобразия.

Таким образом, позитивная социальная идентичность – залог успешного обретения позитивной личностной идентичности. Они являются двумя полюсами в процессе развития личности, социальны по происхождению и имеют аналогичные процессы становления. Развивать идентичность необходимо, воздействуя на оба ее аспекта.

Список использованной литературы:

1. Агеев В.С. Межгрупповое взаимодействие: Социально - психологические проблемы. - М.: изд. - во МГУ, 1990. – 239 с.
2. Антонова Н.В. Проблема личностной идентичности в интерпретации современного психоанализа, интеракционизма и когнитивной психологии // Вопросы психологии. – 1996. - № 1. – С. 131 - 143.
3. Ядов В.А. Символические и примордиальные солидарности (социальные идентификации личности) // Проблемы теоретической социологии. - СПб.: Петрополис, 1994. - 248 с.
4. Breakwell G.M. Coping with threatened identities. - L.; N.Y., Mithuen, 1986. – 222 p.
5. Deschamps J. - C., Devos T. Regarding the relationship between social identity and personal identity // Worchel S., Morales J.F., Paez D., Deschamps J. (eds). Social identity: International perspective. N.Y.: Sage Publ., 1998. P. 1 - 12.
6. Goffman E. Stigma: Notes on the management of spoiled identity. Englewood Cliffs: Prentice - Hall, 1963.
7. Jaromowic M. Self - We - Others schemata and social identifications // Worchel S., Morales J.F., Paez D., Deschamps J. (eds). Social identity: International perspective. N.Y.: Sage Publ., 1998. P. 44 - 52.
8. Jenkins R. Social identity. L.: Routledge, 1996.
9. Mead G.H. Mind, Self and Society. Chicago: Chicago Univ. Press, 1975.
10. Tajfel H. Social identity and intergroup relations. Cambridge Univ. Press. 1982.
11. Turner J.C. A self - categorization theory // Turner J.C., Hogg M.A., Oakes P.J., Reicher S.D., Wetherel M.S. (eds). Rediscovering the social group: A self - categorization theory. Oxford: Basil Blackwell, 1987. P. 42 - 67.

© О.А. Успенская, 2016

УДК 1.740

Л.А.Шалимова

к.ф.н., доцент Российский Государственный Социальный университет
Г. Москва, Российская Федерация

ВОСПРИЯТИЕ ЦВЕТА В КОМПОЗИЦИИ КАРТИНЫ

Аннотация: исследование контрастного сочетания красок для уравнивания картины, ее объединяющим началом в психологии восприятия цвета, неподвижности в композиционном контексте выстроенной композиции, расширяя возможности художника и представляя эмоциональный настрой виртуозно используя цвет, «пятно», в качестве

композиционного средства, уравнивая контрастные сочетания. При этом картина не должна быть легковесным, иллюстративным и сиюминутным, если она задумана как монументальное, обобщающее, основательное полотно, то и краски её обязаны выражать эту ассоциацию, для обеспечения динамики пространственной структуры художественного полотна.

Ключевые слова: живопись, виртуальный, эксперт, полотно, легковесный, иллюстративный и сиюминутный, композиция, акцент, контраст, ритм, «пятна», усилия.

Многие мастера живописи виртуозно используют цвет, «пятно» в качестве полноправного средства композиции, при этом, очень многие «неграмотные», по мнению экспертов полотна, являются истинными шедеврами с безупречной уравниженностью, которые в каждом отдельном случае глубоко индивидуальны. Так, на полотне П.Гогена «Натюрморт с апельсинами» более контрастное сочетание разрезанного апельсина с фоном и само темное пятно в левом нижнем углу картины успешно противостоят белому графину и двум апельсинам на скатерти. Или, в работе К.Моне «Завтрак на траве» объединяющим является не только светлое пятно в центре нижней части картины, но и теплые оттенки, расположившиеся эллипсом вокруг него. С желто - охристого платья дамы они переходят на листву деревьев, слегка углубляются в дальней листве и вновь вспыхивают на огромном дереве, рассыпаются по земле, листве, брюкам мужчины, расположившегося под деревом. В этом случае, психология цвета отдает первенство в свойстве неподвижности и тяжести темно - коричневому цвету и его оттенкам, а из других цветов этому свойству отвечают неяркие, темные, сложные тона.

В этой связи, необходимо знать и понимать, как все вечное не должно быть легковесным, иллюстративным и сиюминутным, если картина задумана как монументальное, обобщающее, основательное полотно, то и краски её обязаны выражать эту ассоциацию. В том числе и задачи на статичность, в контексте выстроенной композиции, как в картине А.Дейнеко «Летчики». [1,с. 87] Используя для этого передачу движения, динамичность при наличии контрастных цветов, при фактурной, беспокойной, негладкой живописи. В качестве примера можно извлечь движущуюся рекламу. Потому что, само движение чаще всего привлекает внимание чем статика, что требует особых приемов и усилий, расположения мазков, столкновение больших и малых пятен, нечеткие границы предметов, являя собой классические приемы в обеспечении динамики изображения, как и сама не замкнутость композиции, которая стремится «уйти» за пределы картины, заставляя домысливать пространственную структуру, что создает некую динамику. Например: К.Малевич «Супрематизм в контуре спортсменов»; Ван Гог «Морской пейзаж», Р.Паранюшин «Табун». Необходимо рассмотреть и следующее, не мало важную спектральность, как «останавливающее» движение – сильный цветовой акцент, при передаче движения может замкнуть круг. Для того, чтобы рассыпать в пространстве цветовые акценты необходимо более интересный ритм контрастных по цвету и свету пятен для динамики в картине. В этой связи Э.Делакура нашел главный принцип светотени, лежащие по разные стороны цветового круга и передающиеся дополнительными цветами, предвосхищая открытие импрессионистов, освободивших палитру от черноты, но это не значит, что они освободили или игнорировали черный цвет. [2,с. 111]

Далее, в реалистической живописи задача материальности изображаемых предметов и их восприятия представляется весьма важной составляющей художественного полотна. На этом основании существует общая закономерность передачи цвета. Например: в матовых и фактурных поверхностях небольшое значение имеет локальный, собственный цвет самого предмета: в матовых и фактурных поверхностях имеет значение локальный или собственный цвет предмета; непрозрачные, но блестящие тела вспыхивают преломленным светом в самых неожиданных местах, при этом, глухих теней здесь не существует: И.Крамской «Флоксы», А.Рылов «В голубом просторе», И.Шишкин «Сосны, освещенные солнцем» и др. Данные работы различаются по манере письма, но их всех объединяет одно качество – все фактуры ощутимо материальны. [3, с.29]

Да, действительно, у многих художников колорит и его восприятие, как психологическая составляющая, является доминирующим в картине, или своеобразной карточкой художника. При этом, их яркие пятна увлекают нас, разметавшись по холсту в этот красочный вихрь. В этом случае, любая ассоциативность цвета связана с психологическими аспектами самого восприятия, расширяющего возможности художника, предоставляя ему богатую палитру тонких оттенков настроения и эмоциональный настрой. Цвет, играет определяющую роль, в котором, радость жизни невозможно выразить глухими, темными красками, как нельзя изобразить трагическую стихию с помощью светлых, нежных тонов –колорит будет фальшивым. В любой картине тот или иной художник пытается выразить свою мысль, настроение, идею, состояние, эмоции, в том или ином колорите. Следующие примеры для сравнения: огненно - таинственные краски в картинах Рубенса, насыщенно - горячие тона в произведениях Делакруа, серебристое благородство Серова, открытость и многоцветность палитры Ван Гога, чистота Врубельской «Царевны - Лебедя», зеленая гамма задумчивости Борисова - Мусатова, создающая лирическое настроение.

Каждый мастер предлагает свой, только ему присущий набор приемов для достижения эмоциональной выразительности и свои предпочтения в цветотосочетаниях, гармонии, которым не выучить, что остается загадкой для всех времен. Да, именно колорит решает остановиться около картины зритель или пройдет мимо. Данная область цветовой композиции в картине является сосредоточением идейно - творческого начала в изобразительном искусстве на предмет сопереживания.

Список использованной литературы:

- 1.Гуревич, М.М. Цвет и его измерение. - М. - Л., Изд.АН ССР,1950, 2004. - 276с.
- 2.Рисунок, живопись, композиция. - М.; «Просвещение»,1989,2004. - 238с.
- 3.Сокольников, Н.М. Изобразительное искусство. - Обнинск.; «Титул», 2007. - 187с.

References:

- 1.Gurevich, et M.M.Tsvet izmerenie., M, L., SR Izd.AN MCML, 276s. 2004.
- 2.Risunok, pictura, kompozitsiya. M. "Illuminatio", 238s, 1989,2004
- 3.Sokolnikova, NM Fine iskusstvo. Obninsk. "Title", 187s. 2007

© Л.А.Шалимова

МИР ОБРАЗОВ ЦВЕТОВОСПРИЯТИЯ

Аннотация: исследование ретинального воздействия на форму и цвет, посредством подсознания, как противоположного или перевернутого изображения в мире образов цветовосприятия, основываясь на общекультурных ценностях и традициях, уходящих в инстинктивно - физиологическую сферу, мифологические времена на уровне символизации устойчивых связей. На этом основании, ученые –психологи описывают основания уравнивая ощущения цветовой симфонии, в виде плоской или объемной формы приобретает определенное значение до ассоциативного узнавания окружающих образов, при разнообразии художественных форм.

Ключевые слова: традиции, мир, цвет, мифология, культура, физиология, ассоциации, ретинальные формы, фактура, мотивация, фон, вторичное сознание.

Развитие культуры всегда было тесно связано с толкованием цвета как основы зрительного восприятия. Людям свойственно приписывать цветам специфические качества. Выбор качества зависит от особенностей культуры и образа жизни. В своем восприятии цвета отношении к нему люди основываются на общекультурных ценностях и традициях, уходящих корнями в инстинктивно - физиологическую сферу. В мифологические времена каждому цвета приписывались символические значения и устойчивые связи с изображением. В Древнем Египте боги и мужчины изображались красно - коричневой краской, символизировала активность и бесстрашие, а женщины были одеты в желтый цвет, означавший светлое начало. В античном мире широко был распространен белый цвет, который согласно Платону, символизировал совестливую часть души, а черный восходит из низменных желаний и неистовств. В буддийских верованиях преобладали желто - оранжевые тона для женского начала, а для мужского –красные. У славянских народов – красный означал –красивый, голубой цвет символизирует небесную истину. Католические епископы носят султаны лилового цвета, как знак высшей мудрости, истины и покаяния.

Проанализировать эмоциональное или психологическое воздействие цвета не так легко, как физиологические процессы, которые возникают в результате цветовосприятия.

В этой связи, все оптические процессы описанные физиками, изучены достаточно хорошо. Например, глазной хрусталик отражает образы предметов, излучающих либо отражающих световые лучи на сетчатку, которая передает это сообщение головному мозгу. Но это не означает, что в психологическом аспекте восприятие представляет собой механическую регистрацию вещей. Мир окружающих нас образов не просто запечатлевается в органах чувств, а, скорее, наоборот, у нас возникают те или иные образы в результате работы сознания. В этой связи, есть смысл напомнить о том, что психологическими аспектами цвета интересовался не только В. Кандинский, когда подводил теоретическую базу под эмоциональное воздействие абстрактной живописи. В ряде его статей он писал о своих исследованиях цвета, как: «серое беззвучно и бездвижно»;

« беспредельное можно только мыслить, или духовно видеть»; «конечно, любой цвет может быть холодным и теплым, но нигде этот контраст не замечен так сильно, как в красном» и т.д.

С взволнованным взглядом в книге ученых –психологов Г.Фрилинга и К.Ауэра «Человек – цвет –пространство», описываются цвета, как: стимулирующие, возбуждающие: красный, оранжевый, желтый; успокаивающие: зеленый, голубой; ласковые, мягкие: все светлые градации цветов; статичные, уравнивающие: коричневый, серый, черный. При этом, у некоторых людей цвета ассоциируются с различными ощущениями. Например, у Римского - Корсакова каждая музыкальная тональность окрашена в свой особый цвет: до мажор –в белый, ре мажор – в желтый, ми мажор – в синий и т.д. Особое внимание цветовой окраске звуков уделял Скрябин. По его замыслу симфонии должны исполняться в сопровождении световой партитуры, эмоционально согласованной с музыкальными образами. Но в те годы технические возможности не позволили осуществить его замысел. [2, с. 121]

При этом, цвет сопоставляемый с каким – либо образом или эмоциональным проявлением прошлого опыта, изначально эмоциональным восприятием в области мотивации является основой любого цветового воздействия на человека. В этом случае, цвет, ограниченный в виде плоской или объемной формы приобретает определенное значение до ассоциативного узнавания. Например, взяв ряд геометрических фигур раскрашенных в разные цвета, каждая из которых будет вызывать ассоциативное впечатление. Далее, необходимо поменять цвета фигур и изменить их визуальное положение, человек получает новые впечатления, а порой и самые противоположные. Таким образом, любая фигура, окрашенная локальным цветом, с изменением насыщенности или светлости, соединяет в себе два фактора: осознанное образное восприятие и эмоционально - чувственное интуитивное восприятие. Одну и ту же абстрактную фигуру, окрашенную различными цветами, можно рассматривать как горизонт неба, морскую даль, поле, лес, кровь, цветы, животного свернувшегося в клубок или разбитый танк и т.д. Любая фактура предмета предполагает изменение цвета или насыщенности, светлоте и контрастности. Красная вода ассоциируется не с водой, а с кровью, такое утверждение в уточнении имеет принципиальное значение в определении цветовой фактуры предмета. Более того, с изменением цвета меняется и ассоциативное восприятие самого предмета, а иногда и самой фигуры, которое зависит от сочетания цвета, формы и фактуры. При этом, как бы люди не изменяли, или вращали желтую звезду, получая конкретные ассоциации возбужденного одиночества. Это происходит оттого. Что человек всегда сверяет свое чувственное восприятие с осознанной мотивацией или необходимостью. [2, с. 87] В данном случае, соединение двух форм или линий касания приводит к восприятию третьей формы, которая при активности фона может играть доминирующую роль. О восприятии вторичного проявления знали давно как об иллюзии или ретинальности изобразительных форм. В последние годы этому направлению, придано огромное значение в области рекламной индустрии, в следствии чего, все ретинальные формы изображения стали эффективным средством воздействия на потребителя. Например, буква «Х» с темно - коричневыми кавычками на сине - зеленом фоне, во втором случае красный фон активизирует треугольники и ромбы, тем самым условна «Х» воспринимается вторичным сознанием. Более сложно воспринимаются призмы. Все цветовые ретинальные

формообразования можно обнаружить в любом виде и жанре искусства. Художники очень часто на уровне подсознания стремятся сформировать ретинальный художественный образ, однако, в изобразительном искусстве ретинальности противоположное или перевернутое изображение, приобретающее значение психологического воздействия на подсознание человека. В этом случае, С.Дали использовал такие изображения не только как сюрреалистическое видение, но и в качестве двойного прочтения содержания того или иного произведения, что встречается в культуре цветового образа не редко.

Список использованной литературы:

- 1.Бреслав, Т.Э. Цветопсихология и цветолечение для всех. - СПб.; «Б.К.»,2000. - 316с.
- 2.Забодаева, Т.Б.Символика цвета. - СПб.,1996. - 198с.

References:

- 1.Breslav, TE Tsvetopsikhologii justo color et ad omnes. - SPb. "Cap." - 216s. 2000
- 2.Zabodaeva, T.B.Simvolika tsveta. - SPb. - 198s. 1996

© Л.А.Шалимова

УДК 7.527

Л.А.Шалимова

к.ф.н.,доцент Российский Государственный Социальный университет
Г. Москва, Российская Федерация

ЦВЕТОВОЙ ЭФФЕКТ ОБЪЕМНОГО ПРОСТРАНСТВА

Аннотация: анализ плоского двухмерного изображения, как некой иллюзии трехмерного пространства, за счет ретинальности, но на основе использования перспективы цвета и его светотонального объема в области голографических изображений, весьма необходимой для определения восприятия у человека. А так же и для создания у потребителя спокойствия, уравновешенности или активности, в том или ином соответствии броскости рекламного объекта, его фирменно - цветовой динамики, успешно влияющий на подсознательные ассоциации человека, что способствует развитию коммуникационной функции, так и в гармонизации взаимоотношений людей между собой, при создании условий цветового контраста.

Ключевые слова: плоскость, цвет, голограмма, пространство, бинокулярность, хроматический или ахроматический, информация, контроль, рисунок, ритм, форма, поток, предмет, контраст, композиция.

Создать из плоского двухмерного изображения иллюзию объемного трехмерного пространства пытались ученые и художники во все времена не только за счет ретинального изображения, перспективы, цвета, светотонального объема, но и таких средств, которые дают возможность проникновения в иллюзорное пространство. В этой связи, в 1838 году были проведены первые опыты по созданию так называемых голографических картинок с элементом трехмерного пространства на плоскости. Сегодня многомиллионными

тиражами создаются целые книги голографических изображений. Эффект объемного трехмерного пространства создается за счет бинокулярности нашего зрения, и цвет, хроматический или ахроматический в голографическом восприятии возникает сложная переработка информации, отраженной на сетчатке глаза. Возникает необходимость непосредственного целенаправленного контроля со стороны сознания. [1, с. 11]

При этом, визуально воспринимаемая картинная плоскость может быть неопределенного колорита, который подчас противоречит содержанию голографического пространства. Художники данного направления вуалируют съёмное изображение каким – либо ритмично повторяющимся рисунком, где голографические формы практически не прослеживаются, создавая формально - орнаментальный рисунок.

Для создания голографического рисунка, художники используют определенные приемы графического пространства: двойное смещение цветного рисунка от изображаемого; изменение направления ритмичного рисунка для создания объема и цветового пространства; изменение насыщенности цвета в местах объемно –пространственных соединений или перехода одной формы в другую.

Сам механизм создания иллюзии трехмерного пространства основывается на свойствах цвета и его основных принципах, в области цветового восприятия. На сознание человека оказывает мощное информационное давление с использованием голографического изображения в дизайне рекламы, интерьера, печатной продукции. Необходимость видеть голографическое изображение заключена в двух задачах: первая –чем вас хотят «загрузить», вторая –использовать голографию в своем творчестве согласно принципу «Не навреди». В этой связи, в медицинской литературе появились специальные таблицы цветов. Они не всегда совпадают, но общую хроматическую картину можно считать достаточно объективной. Научный опыт, представленный о восприятии цвета, появляется в таблицах книги «Цвет в деятельности человека», доктора Подольского, в следующих обозначениях. Зеленый – болеутоляющий, гипнотизирующий, успокаивающий; голубой, синий – антисептический, успокаивающий; оранжевый – стимулирует чувства и пищеварение; желтый – стимулирует мозг; красный – раздражающий; фиолетовый – вызывает печаль, действует на сердце расслабляющее. Необходимо заметить и то, как цветовые потоки, состоящие из основных цветов, воспринимаются человеком естественно и свойственны обычному зрению. Идентификация интерферентного цвета требует более совершенной и развитой организации восприятия. Необходимо отметить разницу восприятия цветных и световых потоков и отраженного света от какой - либо цветной поверхности в пространстве. Например, круг, окруженный маленькими окружностями, кажется больше, чем круг, окруженный большими окружностями; окрашенный предмет тяжелее, чем контур; светлый круг на темном фоне кажется больше темного круга на светлом фоне, потому что цвет как бы «набегает» на границу круга. Это связанное с тем, что вызываемое цветовыми сочетаниями психологическое воздействие дифференцированно для различных людей, в поведении которых существенную роль играют культура и традиции.

При этом, человек, обладая совершеннейшей системой цветовосприятия, разработал различные способы использования цветов для личных и профессиональных нужд, а также в целях развлечения.

Более того, цветовые комбинации успешно применяются в рекламных целях, используя не более двух цветов. Однако, их можно разнообразить за счет родственных им оттенков,

поскольку такое родство создает ощущение цветовой последовательности и не раздражает зрения. [2,с.76] В этой связи, реклама становится более успешной при правильном использовании цветовой гаммы, которая со временем обращается в фирменный цвет. Между цветовым решением рекламы и естественным восприятием человека существует определенная зависимость. Достоверно установлено, что каждый цвет вызывает подсознательные ассоциации. Цвет в рекламе играет важную, если не основную роль, способствуя реализации его коммуникативной функции. Воспринимаемое визуальное рекламное сообщение благодаря цвету оказывает более сильное эмоциональное воздействие на реципиента, а композиционное построение рекламы с удачно подобранным цветовым решением повышает его выразительность, образность, запоминаемость. Принципом подбора цветов служит гармония, основанная на мягких или контрастных цветовых соотношениях, которые способствуют созданию у потребителя спокойствия, уравновешенности или активности, динамики, броскости.

Список использованной литературы:

- 1.Линдсей, П. Норман, Д. Обработка информации от человека. - М., 1974. - 308с.
- 2.Рок, И. Введение в зрительное восприятие. Т.№ 1 - 2. - М.; "Педагогика," 1980. - 342с.

References:

- 1.Lindsey, P. Cornelius, C. vestibulum in quis notitia. - М., 308s. 1974
- 2.Rok I. Ad visio fuerit. Т.№ I - 2. - М. "Educatio", MCMLXXX Moscow 342s.

© Л.А.Шалимова

УДК 1.740

Л.А.Шалимова

к.ф.н.,доцент Российский Государственный Социальный университет
Г. Москва, Российская Федерация

ВОЗДЕЙСТВИЕ РЕКЛАМНОГО ТЕКСТА НА ЧЕЛОВЕКА

Аннотация: исследование определения эффективности позиционирования товара на рынке с использованием методики цветовых отношений по воздействию на человека предлагаемого текста и его составляющей, при необходимых сочетаниях текста и фона, для того или иного, но ожидаемого рекламного психологического эффекта, с учетом психологии звуковых волн, графического изображения, текстовых знаков, на уровне эмоционального источника, в роли которого выступает культура, письменность, открывающая великие миры искусства, литературы, науки, печатного слова.

Ключевые слова: форма, газета, объявление, реклама, восприятие, фон, текст, цвет, колорит, темп, коммуникации, модель, роль, буквы, эзотерика.

Воздействие рекламного текста на человека, служит необходимым условием для определения эффективности позиционирования товара на рынке. При этом, форматирование текста в рекламном объявлении имеет свои особенности, в области

содействия восприятию и запоминаемости у потребителей предлагаемых услуг, идей, товаров.

В этой связи, для более легкого, восприятия текста в рекламных объявлениях используются привычные по начертанию, цвету, форме гарнитуры шрифтов, исходящие из общих правил для того или иного текста, представляющего наиболее важную часть, выполненного одним шрифтом, для выделения тех или иных фраз. При этом, в наиболее важной части, есть смысл использовать и сами буквицы. Не рекомендуется злоупотреблять вариантами гарнитур, в том числе и колоритом, в одном рекламном послании.

Для привлечения внимания к рекламе возможны разнообразные варианты использования цвета шрифтов. Например, использование черного шрифта на белом фоне вполне уместно в газете, а в цветном глянцевоом журнале – не презентабельно. Для этого используются следующие сочетания в области текста и фона. Такие, как: черный на желтом, зеленый на белом, красный на белом и т.д. Установлено, что цветное изображение воздействует на человека в два раза сильнее. Опытным путем, многими учеными доказано, что влияние восприятия на человека температуры цвета, как и на оценку размера удаленности объекта влияют: теплые цвета – красный, оранжевый, желтый, которые визуальнo приближают, увеличивают и подогревают буквы и содержащие их объекты; холодные - фиолетовый, синий, голубой –отдаляют и «охлаждают»; стимулируют – красный цвет, а успокаивает –синий. Все они применяются в зависимости от ожидаемого рекламного эффекта, в случае насыщения текста той или иной гаммой, исходя из того, что: красный цвет вызывает оптимистические настроения и чаще всего встречается в медицинской направленности; розовый цвет содействует межличностным коммуникациям; желтый цвет воздействует на общение; зеленый цвет воздействует как расслабляющее, снимая эмоциональное напряжение; синий цвет способствует концентрации внимания; фиолетовый цвет помогает сосредоточиться; черный цвет содействует умственной концентрации в решении сложных задач; белый цвет никаких неприятных эмоциональных ощущений не моделирует.

Однозначный подход к воздействию цвета на психологию потребителя не учитывает иные немаловажные для рекламной акции аспекты: звуковые волны, графические изображения, знаки текста. На самом деле, предложенные ассоциации цвета и вызываемые ими эмоции поглощаются более мощным источником, в роли которого выступает, прежде всего – культура, содержащая письменность, посредством букв, именно она нам открывает великие миры в освоении искусства, литературы, науки и наконец - печатное слово. Ранее считалось, что звучание слова, начертанного буквицами, несло в себе графическое выражение и содержало звуковую волну, имеющую определенную цветность воспринимаемую ухом человека, как и музыкальный звук выраженный в нотном знаке, на уровне сугубо условного изображения. Заглядывая в прошлое, есть смысл, вспомнить и о том, что начиная с герметизма (качество того, что с трудом поддается пониманию) эпохи эллинизма, поздней античности носившей эзотерический характер, были предложены сферы эфира имеющие свой определенный цвет и изучаемые, впоследствии, учеными: И.Ньютоном, Дж.Максвеллом, М.И.Ломоносовым, И.М. Сеченовым, С.П.Боткиным, И.П.Павловым, М. Люшером и многими современными учеными. Более того, все из разработки легли в основу цветовых ощущений в представленных буквах, нотах, цифрах, энергетики человека, его внутренних органов.[1,с.83] Для одного ученого цвет, это световая

вибрация, для другого спектральное излучение, для третьего - длина волны или частота, но, тем не менее, всего это означает, не что иное, как сохранение и передачу во времени и пространстве чувственной интерпретации той или иной формы, обретая устойчивую тенденцию к развитию информативной, социальной функции человека. Более того, в современном мире, деловая информация приобретает образное выражения и включает все новые и новые технологии с цветовым рядом. Например, в области методики способов воздействия, запоминания и усвоения рекламной информации. При этом, звук, записанный в виде знака, визуально воспринимается как ритм формообразующих элементов, а в нашем случае - волны, преобразованные в видеоряд, что соответствует самой природе цвета, потому что все гласные, как и некоторые согласные, получили цветовую окраску, имеющую научное обоснование.

Список использованной литературы:

1.Шалимова, Л.А. Реклама. Цветовые каноны в социальном пространстве человека. - М.; «У Никитских ворот», 2010. - 344с.

References:

1. Shalimov, LA Suspendisse potenti. Color canonum in re sociali loci cheloveka.I M. "Nikitsky porta",344 s. 2010

© Л.А.Шалимова

УДК 1.740

Л.А.Шалимова

к.ф.н.,доцент Российский Государственный Социальный университет
Г. Москва, Российская Федерация

ТИПОГРАФСКОЕ ВОСПРОИЗВЕДЕНИЕ ЦВЕТНОГО РИСУНКА РЕКЛАМЫ

Аннотация: исследование воспроизведения цветового рисунка рекламы на базе четырех базовых моделей, для получения печатной или иной формы, на уровне цветовой насыщенности и яркости, на уровне создания печатных форм, состоящих из цифрового изображения без предварительного вывода цвето – разделенных оригиналов на пленки, макете для более нужного подбора цветового решения, на основе контрастных сочетаний локальных цветов: белого, черного, красного, серого, желтого, производя постоянные режимы визуализации рекламного образа при помощи дизайн – графики, формирующейся в эпоху рыночных отношений,

Ключевые слова: компьютер, режим, тон, форма, триады, краска, рекламный продукт, экран, единство, шрифт, рисунок, слоган, заголовок, товарный знак.

Для того, что уяснить типографское воспроизведение цветового рисунка рекламы, необходимо компьютерное изображение разделить на составные компоненты модели СМУК, в которой, для каждого базового цвета создается специальный канал – их четыре. Каждый цвет печатается на отдельной странице – пленке, которая служит для получения в

рекламе для той или иной заданной печатной формы, на уровне принципа восприятия цвета человеческим глазом, на уровне тона, насыщенности, яркости, а их регуляторы доступны в любом режиме. Прежде чем передать файл с окончательным вариантом рисунка для полиграфического рекламного воспроизведения, необходимо проконсультироваться в типографии, как подготовить материал к печати. В этой связи следует заметить, что в любой типографии идут постоянные поиски для возможности улучшения цветопередачи, сокращения времени работы и материальных затрат. В последнее время появилась возможность создания печатных форм из цифрового изображения без предварительного вывода цвето – разделенных оригиналов на пленку. В рекламной продукции стала часто использоваться технология схоластического растрирования, при которой достигаются плавные полутоновые переходы. Нельзя забывать и о том, что на экране цвета выглядят совершенно иначе, нежели на бумаге, именно поэтому цвета нужно выбирать по напечатанным образцам, а не с экрана. В данном случае, все разнообразные публикации печатаются смесевыми красками, которые содержат множество оттенков, обозначаемые триадными красками, сочетаниями, которые позволяют воспроизвести весь спектр, включая едва уловимые оттенки, яркость (светлота) и насыщенность (интенсивность), а также, применяются краски на определенном фоне рекламного продукта. Для того, чтобы добиться смыслового контраста в рекламе можно с помощью формальной композиции. При этом, можно попробовать выразить эмоциональное состояние при составлении противоположных понятий, как: движения и покоя; добра и зла; льда и пламени, в образе классического приемы «Инь - Янь». В нем отражена идея единства и борьба противоположностей, для совмещения начала в одну систему, посредством средств композиции построения рекламного задания на макете для подбора цветового решения, при контрастных сочетаниях локальных цветов: белого, черного, красного, серого, желтого и т.д. При этом белый и черный цвета будут находиться на крайних позициях, остальные последовательно разместятся между ними в зависимости от светлоты.

Специалистами отмечено и то, как чистые и яркие цвета и их сочетания, характерны для искусства авангарда и народного, вызывая устойчивые и интенсивные реакции на цвет и форму. Следует подчеркнуть, что цвет обладает «физическими» характеристиками:

- фактурные (легкие, тяжелые, невесомые);
- температурные (горячие, холодные, теплые);
- фактурные (мягкие, жесткие, колючие, скользкие);
- акустические (звонкие, глухие, громкие, тихие);
- пространственные (выступающие, поверхностные, глубинные).

В этом случае, цветовые сочетания могут превратить плоскость в пространство, оптические исказить степень кривизны линии, придать плоской форме видимость объема, с учетом тех или иных закономерностей:

- при четкой границе двух четких объектов контрастных цветов выявляются форма, очертания, величина объектов, характер членения поверхности, общий рисунок;
- если цвета имеют разделяющий контур, при этом подчеркивается разъединение объектов;
- при размытой границе малоконтрастных цветов формы объектов зрительно объединяются;
- изменение светлоты цветового тона создает ощущение светотени, иллюзию объема;

- если фигура, лежащая на цветном фоне, имеет четкие границы – подчеркивается плоский характер композиции;
- размытая граница друг друга параллельно расположенные цветовые плоскости дают иллюзию глубины;
- мелкие размытые цветовые объекты, точки или параллельные линии сливаются в единое изображение;
- чередование элементов с более четкой границей дает ощущение фактуры;
- среди плоских объектов с локальным ахроматическим цветом, светлые воспринимаются лежащими на поверхности, а темные – в глубине.

Данные правила могут превратить любую рекламную композицию (шрифт, рисунок, слоган, заголовок, товарный знак), в объектную. Но, с происходящим развитием сюжетной композиции рекламы в графических изображениях, иллюстрациях печатных изданий, аппликации, анимации, мультипликации, глубины пространства. На уровне всех присутствующих и используемых логичных формам, закономерностей в которых обязаны присутствовать конструктивные и связующие элементы цвета и его цветовой гаммы: наложение (плашечные цвета перекрываются и появляется третий цвет); маскированием (нижний цвет маскируют т.е. удаляют, чтобы предотвратить наложение цветов); треппингом (цветовое незначительное растягивание, если рисунок светлее фона и если фон светлее объекта его «стягивают» внутрь).[1,с. 119]

В этом случае, отечественный рекламный дизайн, формирующийся в эпоху рыночных отношений, благодаря рекламному бизнесу стал занимать лидирующее положение среди других видов дизайна. При этом, сам дизайн выступает в роли средства установления коммуникативного включения в решение социальных проблем, влияя на формирование личного опыта, стилей жизни участников коммуникативного действия. Языком коммуникации, в данном случае, выступает символ (образ, форма, цвет) рекламируемой продукции. Визуализация рекламного образа достигается при помощи дизайн - графики. Категория красоты в рекламном дизайне, несмотря, на её многую значимость - является определяющей. Применительно к рекламному дизайну, можно заявить и о красоте замысла (идеи), формы и самого цвета. Любой продукт рекламного дизайна должен, если не обязан нести или содержать в себе красоту формы. Именно в идее и содержатся высказывания В.Гиппиуса, призывающего творчество и любовь к красоте цвета, как необходимого условия счастья. При этом, само время, не признающую бесспорные истины, не может обрести зрительного выражения, отсюда его образ остается неотчетливым, а само произведение не может и не способно доставить человеку радость. В этом случае, рекламный дизайн, через форму достигает взаимодействия с теми, кому адресована реклама.

Список использованной литературы:

1.Разработка и технологии производства рекламного продукта. - РнД,»Феникс»,2014. - 638с.

References:

1. Ipsum vendo technicae et productio ex produkta., ILLUM. "Phoenix", 638s - 2014.

© Л.А.Шалимова

ЭФФЕКТИВНОСТЬ ВИЗУАЛЬНОГО ПРОСТРАНСТВА РЕКЛАМЫ

Аннотация: в статье рассматриваются композиционное построение рекламного обращения, в условиях визуального пространства, для обеспечения формальной или креативной составляющей содержания обращения, на уроне ритма и центричности образа и сюжета, осуществляя приемы систематизации элементов визуального пространства: ритмизации и цикличности, собирающие непроизвольное внимание зрителя, для усиления воздействия на покупателя содержания данной коммуникации.

Ключевые слова: реклама, пространство, человек, цвет, композиция, элементы, информация, симметрия, смысловой, визуальный.

Человек или группа людей, глядя на пестрое собрание каких - либо вещей или гостей, часто говорит: «глаза разбегаются», не зная на чем остановить свой взгляд и сфокусироваться на чем - то. Сам человек мало рассматривает этот феномен, почему так происходит. Главное, на поверхности и отвечает отсутствию формальной целостности пространства, потому что в нем отсутствует организующее начало, нет «порядка» - те элементы, их которых построено визуальное пространство, не выстроены в систему, а каждый представлен сам себе.

По определению ученых, данное ощущение бессистемности происходит оттого, когда мы смотрим на подобные рекламные обращения. Данная реклама производит впечатление, воздействуя на восприятие человека как бессистемная информация, не заслуживающая внимания. И если не обеспечить читателям процесс понимания, то они оставят это обращение без внимания на уровне её понимания. Для этого, надо обеспечить формальную целостность (системность) содержания этого объявления. Не секрет, что одному и тому же содержанию можно придать разную форму и получить разный результат. «Одно и то же яблоко можно подать в грязной ладони и сияющей вазе. И вкус у него будет разный, объяснял Д.Карнеги. [1, с.89]

В этой связи и для этого существуют два приема систематизации элементов визуального пространства:

- прием ритмизации - как повтор или чередование элементов, как: цвета, линии, геометрической формы, выражая симметрию, как проявление ритма формы. особо необходимо отметить цвет, который может занимать в рекламе одну треть всего пространства, только тогда он считается основным. Часто мы имеем лишь цветное пятно, считающееся дополнительным и требующим поддержки. Например, человек купил в комнату зеленую скатерть, её надо поддержать и в остальном интерьере, «пронести» через всю композицию, а не оставлять её в одиночестве такими цветами, как - желтый, черный, зеленый. Когда отсутствует цветовая поддержка дополнительному цвету, он совсем уйдет из поля зрения, станет «информационной дырой». Если на этом зеленом фоне расположить коммерчески важную информацию, она будет благополучно проиграна вместе с зеленым пятном;

- прием центричности является смысловым и визуальным. Смысловой – это коммерчески важная информация, ради которой и сделана данная реклама, являясь тем местом, куда бы человек хотел смотреть. Рассматривая эти положения, нельзя обойти вниманием и визуальный прием – как место, которое собирает на себя непроизвольное внимание зрителя, это то место, куда хочет смотреть человек.[2,с.171] Хорошо отметить и то, когда в рекламе находится человеческое лицо, оно автоматически становится визуальным центром – особенно глаза. Если глаз, по какой-либо причине не видно, есть губы. В этом случае, проявление мастерства рекламиста в том, что центры должны быть совмещены. Если же коммерчески важная информация находится в одном месте, а визуальный центр, который зритель непроизвольно разглядывает, в – другом, то такая реклама неэффективна. Она не успевает рассказать о том, что должна бы успеть, ведь рекламу почти никто или мало кто читает, а только просматривает, при этом, сам глаз останавливается только на визуальном образе. Сам взгляд зрителя падает на изображение, где присутствует движение, небольшой сюжет.

Так, издатель может придать печатной странице свойства, помогающие усилить воздействие содержания публикуемого материала в рекламном продукте, нацеленного на позиционирование того или иного товара, идеи. И все это благодаря продуманному размещению образа, печатного текста, а так же промежутков между его частями, при использовании того или иного размера, цвета и их взаиморасположения «картинки» и текста.

Список использованной литературы:

- 1.Имшиницкая, И. Креатив в рекламе. - М.; «РИП - Холдинг», 2002. - 179с.
- 2.Шейнов, В.П.Эффективная реклама. - М.; «Ось»,2003.. - 247с.

References:

- 1.Imshinitskaya, I. Lorem reklame. M. "RIP - tenens", MMII. - 179s.
- 2.Sheyinov, V.P.Effektivnaya Reklama. M. "Axe", MMIII .. - 247s.

© Л.А.Шалимова

СОДЕРЖАНИЕ

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ

Ю. А. Арсибекова ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ЦИКЛ В РОССИИ В 2006 - 2011 ГОДАХ	6
М.В.Баканов, А.В.Караваяев, А.Ю.Титлов КЛАССИФИКАЦИЯ КАДРОВОЙ ПОЛИТИКИ КАК ОСНОВА СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ МЕНЕДЖМЕНТА ОРГАНИЗАЦИЙ	7
М.Е. Кабисов, Д.А.Балаева, А.К.Дзарасова ТУРИСТСКО - РЕКРЕАЦИОННОЕ РАЗВИТИЕ РЕГИОНА: ИНВЕСТИЦИОННЫЙ КОМПОНЕНТ	11
Д.А.Балаева, А.К.Дзарасова К ВОПРОСУ СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНИРОВАНИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ ТУРИСТСКОЙ ОТРАСЛИ	13
Г.А. Батищева, Д.В. Зубов ИССЛЕДОВАНИЕ ФАКТОРОВ РАЗВИТИЯ МИГРАЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ В РОССИИ	15
В.И. Баяра МАРКЕТИНГОВАЯ ПОЛИТИКА СПОСОБСТВОВАНИЯ ОБЕСПЕЧЕННОСТИ ПРИРОСТА ПОТРЕБНОСТИ В МАТЕРИАЛЬНЫХ РЕСУРСАХ ЗА СЧЕТ ИХ ЭКОНОМИИ	18
Т.А.Бирюкова МЕТОДЫ МИНИМИЗАЦИИ НАЛОГОВЫХ РИСКОВ ПРИ ИСПОЛЬЗОВАНИИ МЕРОПРИЯТИЙ МЕРЧАНДАЙЗИНГА В ТОРГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ	20
О. V. Vandrikova SMALL AND MEDIUM BUSINESSES AS A KEY «POINT OF GROWTH» OF THE ECONOMY	24
С.А.Васнев, Н.Н.Васнева ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТЬ ТРУДА: ОРГАНИЗАЦИОННО - УПРАВЛЕНЧЕСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ РОСТА	26
Ю.Р.Газизова, А.А. Гладилин АНАЛИЗ СОСТОЯНИЯ ФИНАНСОВЫХ РЫНКОВ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ В УСЛОВИЯХ НЕСТАБИЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ	34
В.А.Гладилин, А.В.Гладилин ПУТИ РАЗВИТИЯ ИНТЕГРАЦИИ ИНФОРМАЦИОННОГО ПРОСТРАНСТВА РЫНКА ТУРИСТИЧЕСКИХ УСЛУГ	37

В.А.Гладилин ЭТАПЫ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ РЕГИОНА, КАК ФАКТОРЫ РАЗВИТИЯ ТЕРРИТОРИИ	39
В.В. Глущенко, И.И.Глущенко V. V. Glushchenko, I. I. Glushchenko КОМПЕТЕНЦИОЛОГИЯ: НАУКОМЕТРИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ОЦЕНКИ КОМПЕТЕНТНОСТИ ПЕРСОНАЛА ОРГАНИЗАЦИИ КОМПЕТENTSILOGIYA: SCIENTOMETRIC ASPECTS OF AN ASSESSMENT OF COMPETENCE OF PERSONNEL OF THE ORGANIZATION	41
О. В. Демьяненко НАЛОГОВАЯ ПОЛИТИКА МАЛОГО ПРЕДПРИЯТИЯ: ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ	43
В.Н. Денисов, Р.С. Хабибов, Н.К. Мартыненко ИННОВАЦИОННАЯ АКТИВНОСТЬ РАБОТНИКОВ ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ	47
Д.А.Балаева, А.К.Дзарасова ИНВЕСТИЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В РСО - АЛАНИЯ: ПРАВОВОЙ РАКУРС	49
С. П. Дзюба, И. В. Затонская ОПТИМИЗАЦИЯ РАБОТЫ IT - ОТДЕЛА ПРЕДПРИЯТИЯ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ	51
А.А. Кушнер, А.С.Епифанцева, К.С.Донскова ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ КОРПОРАТИВНОГО МЕНЕДЖМЕНТА В РОССИЙСКИХ БАНКАХ	53
В.С. Жамкова, Т.Т. Мамедов, Д.С. Серебряков РАЗВИТИЕ РЫНКА ДИСТАНЦИОННОГО ЗОНДИРОВАНИЯ ЗЕМЛИ (ДЗЗ) ИЗ КОСМОСА	55
С. С. Затонская, И. В. Затонская ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В УПРАВЛЕНИИ ЗАПАСАМИ ПРЕДПРИЯТИЙ	61
И. В. Затонская ФОРМИРОВАНИЕ ИНФОРМАЦИОННОЙ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ	62
Л.Е.Зернова, А.А.Горбунова ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ОЦЕНКИ КРЕДИТОСПОСОБНОСТИ БАНКОВ – КОНТРАГЕНТОВ	65
О.Е. Иванова УПРАВЛЕНИЕ ЗАТРАТАМИ ЭКОНОМИКИ ПРОМЫШЛЕННОСТИ КАК СЛАБОСТРУКТУРИРОВАННОЙ СИСТЕМОЙ	67

С.Б. Ильяшенко АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ЭЛЕКТРОННОЙ ТОРГОВЛИ В РОССИИ	70
Я.М.Клявлиная, М.С.Клявлин НАПРАВЛЕНИЯ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СТРОИТЕЛЬНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ ЗА СЧЕТ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ПРЕДВАРИТЕЛЬНО ПРЕДНАПРЯЖЁННОГО МОНОЛИТНОГО ЖЕЛЕЗОБЕТОНА	73
Д.А. Крылова, М.В. Стафиевская ЭТАПЫ РАЗВИТИЯ УПРАВЛЕНЧЕСКОГО УЧЕТА	78
В.И. Кузнецов, В.В. Кузнецова, И.А. Азиева ПРИМЕНЕНИЕ МАТЕРИАЛОВ МОНИТОРИНГА ЗЕМЕЛЬ ПРИ ЗЕМЛЕУСТРОЙСТВЕ	80
О.А. Лебедева, Р.И. Гукова, В.К. Филин ПРИМЕНЕНИЕ РЕБРЕНДИНГА ДЛЯ НОВОГО ВОСПРИЯТИЯ ОБРАЗА КОМПАНИИ	83
О.А. Лебедева, Н.А. Скворцова, Р.И. Черненко ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ЭЛЕМЕНТОВ КОММУНИКАЦИОННОЙ ПОЛИТИКИ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ	87
Е.Н. Лиханин СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МЕТОДОВ РЕСТРУКТУРИРОВАНИЯ ЗАДОЛЖЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИЙ ПО НАЛОГАМ И СБОРАМ	90
Д.Ю. Люфт, А.Е. Христин, Н.К. Мартыненко ИННОВАЦИОННЫЙ ПОТЕНЦИАЛ КАК УСЛОВИЕ СТАНОВЛЕНИЯ ИННОВАЦИОННОГО ТИПА ЭКОНОМИКИ	97
В. М. Мамяшева ФИНАНСОВАЯ УСТОЙЧИВОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЯ	99
Д. М. Манюрова, А.А. Павлова ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ УЧЁТНОЙ ПОЛИТИКИ ОРГАНИЗАЦИИ ПО НАЛОГУ НА ПРИБЫЛЬ В ЦЕЛЯХ НАЛОГОВОГО УЧЕТА	101
А.В.Пашкевич МЕТОДИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ОЦЕНКИ РЕНТАБЕЛЬНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ МАЛОГО БИЗНЕСА	106
М.А.Прокофьева, А.В. Захарян ОСНОВНЫЕ ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ РЫНКА З ЕМЕЛЬНЫХ РЕСУРСОВ В РОССИИ	110
Т.Е.Пушкарева ОСОБЕННОСТИ ФИНАНСОВОЙ СИСТЕМЫ АВСТРАЛИИ	112

В.Д.Рудольф ОСОБЕННОСТИ СТРАТЕГИЧЕСКОГО МЕНЕДЖМЕНТА, КАК СФЕРЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ	113
А.А. Рыбалченко КАЛУЖСКАЯ ОБЛАСТЬ – РЕГИОН ЛИДЕР В ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИИ	116
Сагаф Бой Мустафа ОСОБЕННОСТИ И ПРИНЦИПЫ УПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЕМ ГОРОДСКОГО И МЕЖДУГОРОДНЕГО ТРАНСПОРТА ВО ФРАНЦИИ	119
Т.М. Алексейчик, Н.А.Семененко КОМПЛЕКСНАЯ ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ИСПОЛНЕНИЯ ДОХОДОВ И РАСХОДОВ КОММЕРЧЕСКОГО БАНКА	122
С.Ю. Серова ИССЛЕДОВАНИЕ ВОЗМОЖНОСТЕЙ ФИРМЫ ПО ЭФФЕКТИВНОМУ УДОВЛЕТВОРЕНИЮ ПОТРЕБНОСТЕЙ РЫНКА	127
Л.Б.Ганян, И.В.Смагина, Е.В.Соболева ИПОТЕЧНОЕ КРЕДИТОВАНИЕ В РОССИИ	132
О.С. Сосункова, Л.А. Фоменко ЭФФЕКТИВНАЯ ДЕПОЗИТНАЯ ПОЛИТИКА СОВРЕМЕННЫХ КОММЕРЧЕСКИХ БАНКОВ	136
Д.И. Тараренко ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА СНИЖЕНИЕ МАТЕРИАЛОЕМКОСТИ	139
Д.И. Тараренко АНАЛИЗ МЕРОПРИЯТИЙ ПО ВЫХОДУ ЭКОНОМИКИ СТРАНЫ ИЗ КРИЗИСА С НАИМЕНЬШИМИ ПОТЕРЯМИ	141
В.К.Терзиев, Е.Н.Стойнов ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ СОЦИАЛЬНОГО ПРОГРАММИРОВАНИЯ	144
В.К.Терзиев, Е.Н.Стойнов СОЦИАЛЬНАЯ ПРОГРАММА, КАК ПРОДУКТ СОЦИАЛЬНОГО ПРОГРАММИРОВАНИЯ	158
А.А.Тюрин, А.Ю.Басов, А.У.Солтаханов ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ НАЛОГОВОГО ПЛАНИРОВАНИЯ В РОССИИ	164
Е.В. Фёдорова, Е.С. Зиверт РАЗВИТИЕ КАРЬЕРНОГО ПОТЕНЦИАЛА ПЕРСОНАЛА РОЗНИЧНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ	168
С.А. Чепков ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ КОРПОРАТИВНОГО МЕНЕДЖМЕНТА В РОССИЙСКИХ БАНКАХ	172

О.И. Чиркова, А.П. Бояров ОРГАНЫ УПРАВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫМИ ОРГАНИЗАЦИЯМИ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ	173
--	-----

А.А.Шарый АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ПРОГНОЗИРОВАНИЯ ДЕФОЛТА ЗАЕМЩИКА В АВТОКРЕДИТОВАНИИ	179
--	-----

ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ НАУКИ

С. А. Возничик ЭМОЦИИ В МЕЖЛИЧНОСТНЫХ КОНФЛИКТАХ	184
---	-----

О. А. Жуйкова ОСОБЕННОСТИ РАБОТЫ С ДЕТЬМИ ДОШКОЛЬНОГО ВОЗРАСТА С СИНДРОМОМ ДЕФИЦИТА ВНИМАНИЯ И ГИПЕРАКТИВНОСТЬЮ	188
---	-----

С. М. Сидоренко, А. В. Бычков, Н. Ю. Морозова ПРОФИЛАКТИКА СТРЕССА: ЗАКОН СОХРАНЕНИЯ КОЛИЧЕСТВА ЭМОЦИЙ	190
--	-----

С. М. Сидоренко, О. В. Овсянникова, Я. Р. Шунгарова ПРОФИЛАКТИКА СТРЕССА: РЕГРЕССИЯ ЧУВСТВ	192
---	-----

О.А. Успенская ВЛИЯНИЕ КАТЕГОРИЙ СОЦИАЛЬНОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ НА ФОРМИРОВАНИЕ ЛИЧНОСТНОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ	195
--	-----

Л.А.Шалимова ВОСПРИЯТИЕ ЦВЕТА В КОМПОЗИЦИИ КАРТИНЫ	197
---	-----

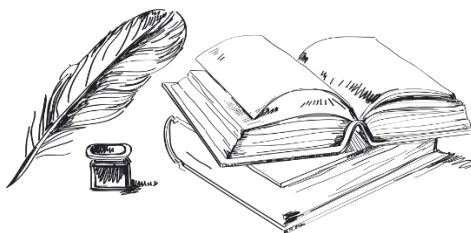
Л.А.Шалимова МИР ОБРАЗОВ ЦВЕТОВОСПРИЯТИЯ	200
---	-----

Л.А.Шалимова ЦВЕТОВОЙ ЭФФЕКТ ОБЪЕМНОГО ПРОСТРАНСТВА	202
--	-----

Л.А.Шалимова ВОЗДЕЙСТВИЕ РЕКЛАМНОГО ТЕКСТА НА ЧЕЛОВЕКА	204
---	-----

Л.А.Шалимова ТИПОГРАФСКОЕ ВОСПРОИЗВЕДЕНИЕ ЦВЕТНОГО РИСУНКА РЕКЛАМЫ	206
---	-----

Л.А.Шалимова ЭФФЕКТИВНОСТЬ ВИЗУАЛЬНОГО ПРОСТРАНСТВА РЕКЛАМЫ	209
--	-----



УВАЖАЕМЫЕ КОЛЛЕГИ!

Приглашаем Вас принять участие в Международных научно-практических конференциях проводимых нашим центром.

Форма проведения конференций: заочная, без указания формы проведения в сборнике статей;

По итогам конференций издаются сборники статей. Сборникам присваиваются соответствующие библиотечные индексы УДК, ББК и международный стандартный книжный номер (ISBN)

Всем участникам высылается индивидуальный сертификат участника, подтверждающий участие в конференции.

В течение 10 дней после проведения конференции сборники статей размещаются на сайте aeterna-ufa.ru, а также отправляются в почтовые отделения для осуществления рассылки. Рассылка сборников производится заказными бандеролями.

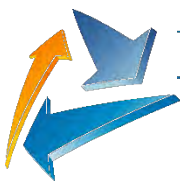
Сборники статей размещаются в научной электронной библиотеке elibrary.ru и регистрируются в наукометрической базе **РИНЦ (Российский индекс научного цитирования)**

Стоимость публикации от 130 руб. за 1 страницу. Минимальный объем - 3 страницы

С информацией и полным списком конференций Вы можете ознакомиться на нашем сайте aeterna-ufa.ru

Научно-издательский центр «Аэтерна»

<http://aeterna-ufa.ru> +7 (347) 266 60 68 info@aeterna-ufa.ru



ИННОВАЦИОННАЯ НАУКА

ISSN 2410-6070

Свидетельство о регистрации СМИ – ПИ №ФС77-61597

Договор о размещении журнала в НЭБ (РИНЦ, elibrary.ru)

№103-02/2015

Договор о размещении журнала в "КиберЛенинке" (cyberleninka.ru)

№32505-01

УВАЖАЕМЫЕ КОЛЛЕГИ!

**Приглашаем Вас опубликовать результаты исследований в
Международном научном журнале «Инновационная наука»**

Журнал «Инновационная наука» является ежемесячным изданием. В нем публикуются статьи, обладающие научной новизной и представляющие собой результаты завершенных исследований, проблемного или научно-практического характера.

Периодичность выхода: 1 раз месяц. Статьи принимаются до 12 числа каждого месяца. В течение 20 дней после издания журнал направляется в почтовые отделения для осуществления рассылки.

Журнал размещён в научной электронной библиотеке **elibrary.ru** и зарегистрирован в наукометрической базе РИНЦ (Российский индекс научного цитирования)

Научно-издательский центр «Аэтерна»

<http://aeterna-ufa.ru>

+7 (347) 266 60 68

science@aeterna-ufa.ru

Научное издание

**ЗАКОНОМЕРНОСТИ
И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ
НАУКИ
В СОВРЕМЕННОМ ОБЩЕСТВЕ**

**Сборник статей
Международной научно - практической конференции
15 марта 2016 г.**

В авторской редакции

Подписано в печать 17.03.2016 г. Формат 60х84/16.

Усл. печ. л. 14,30. Тираж 500. Заказ 390.

**Отпечатано в редакционно-издательском отделе
НАУЧНО-ИЗДАТЕЛЬСКОГО ЦЕНТРА «АЭТЕРНА»**

450076, г. Уфа, ул. М. Гафури 27/2

<http://aeterna-ufa.ru>

info@aeterna-ufa.ru

+7 (347) 266 60 68