Министерство образования и науки Российской Федерации
Министерство образования и науки Самарской области
ЧОУ ВО «Самарский институт - Высшая школа приватизации и предпринимательства»
ООО НИЦ «Поволжская научная корпорация»

ЭКОНОМИКА И МЕНЕДЖМЕНТ: ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ И ПРАКТИЧЕСКИЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЙ

Материалы
международной научно-практической конференции
ЧОУ ВО «СИ ВШПП», НИЦ «ПНК»
(28 января 2018 г.)

NAUCORP
ПОВОЛЖСКАЯ НАУЧНАЯ КОРПОРАЦИЯ
2018

УДК 33; 65
ББК 60; 65
Э40

Редакционная коллегия: д.соц.н., профессор **Р.Р. Галлямов**, д.п.н., профессор **М.Л. Нюшенкова**, к.и.н., доцент **А.А. Бельцер**, к.э.н., с.н.с. **Ю.А. Кузнецова**, к.э.н, доцент **О.А. Подкопаев** (отв. редактор).

Э40 **Экономика и менеджмент: теоретико-методологические подходы и практические результаты исследований** : материалы международной научно-практической конференции ЧОУ ВО «СИ ВШПП», НИЦ «ПНК» (28 января 2018 г.) / [Ред. кол.: Р.Р. Галлямов, М.Л. Нюшенкова, А.А. Бельцер, Ю.А. Кузнецова, О.А. Подкопаев]. – Самара: ООО НИЦ «Поволжская научная корпорация», 2018. – 127 с.

Рассматриваются теоретико-методологические подходы и практические результаты исследований в области экономики и менеджмента. Авторами материалов конференции предлагаются научно-обоснованные теоретико-методологические подходы и даются конкретные рекомендации, предназначенные для решения частных актуальных экономических и управленческих вопросов.

Материалы конференции предназначены для специалистов, научных и педагогических работников, преподавателей, аспирантов, магистрантов и студентов с целью использования в научной работе, учебной деятельности, административно-хозяйственной практике. Материалы публикуются в авторской редакции. За содержание и достоверность статей ответственность несут авторы. Мнение редакции может не совпадать с мнением авторов статей. Ответственность за аутентичность и точность цитат, имен, названий и иных сведений, а также за соблюдение законов об интеллектуальной собственности несут авторы публикуемых материалов. При использовании и заимствовании материалов ссылка на издание обязательна.

Сборник материалов конференции размещён в научной электронной библиотеке elibrary.ru и зарегистрирован в наукометрической базе РИНЦ (Российский индекс научного цитирования) по договору № 2622-09/2015К от 28 сентября 2015 г.

ISBN 978-5-9500857-9-6

© Авторы статей
© ЧОУ ВО «СИ ВШПП»
© ООО НИЦ «Поволжская научная корпорация», 2018

СОДЕРЖАНИЕ

Абрамичева К.Д., Котова О.С., Заступов А.В. Модернизация промышленных предприятий на примере нефтехимического кластера	6
Аксенова Е.С., Кещян Н.А., Балабанова А.О. Развитие гражданских инициатив и самоорганизации населения в сельском округе	8
Бартоломей Е.Е., Кожевникова В.Д. Управление операционными рисками в кредитной организации	11
Беспалова В.В. Цифровая экономика и необходимость проведения изменений в образовательной сфере	17
Бобрышева А.А. Кластер как механизм защиты сельхозтоваропроизводителей	21
Гурбанов Д.А., Гаранин С.А., Заступов А.В. Роль инвестиций в формировании инвестиционной промышленной политики	24
Зимина К.В. Особенности форм кредита	26
Кабдыбай А.К., Темирбекова Л.А., Сабиржанов Д.Б. Отчет о движении денежных средств как источник информации для анализа	30
Камаев И.С. Определение приоритетов инвестиционной политики Астраханской области	33
Карепанова М.В. Понятие эффективности бренда туристской дестинации	35
Касьянова А.И. Инфраструктура поддержки социального бизнеса: российский и зарубежный опыт	37
Косенчук О.В. Молочное животноводство как фактор территориального развития	40
Краснов Е.А. Региональная экономическая интеграция как основной драйвер социально-экономического развития региона	42
Кричевский М.И., Пупыкин В.В., Заступов А.В. Особенности финансовой политики в промышленном секторе экономики	45
Кудашкина Т.А. Внедрение системы менеджмента качества на предприятии общественного питания	47
Кунафина Д.Ф. Корпоративная культура компании «Adidas»	49

Лазарева М.С. Возможности повышения инновационной восприимчивости предприятий	52
Лисицына М.В. Монополизация экономики во второй половине XIX века	54
Литвин В.В. ABC-XYZ-анализ торгового предприятия	58
Мельникова Е.Г. Методики проведения факторного анализа для оценки финансового результата деятельности предприятия	62
Мохотько В.А., Ломова И.Ю., Крапивина А.А., Иванова А.С. Влияние неустойчивости экономики США на международные валютные отношения	66
Музыка А.А. К вопросу о государственной поддержке сферы культуры	69
Мышалов М.Л. Продвижение студии звукозаписи в сети интернет	72
Осипова Е.А., Чекрыгина Н.И. Основные проблемы управления бизнесом	74
Остапец А.Г. Управление проектами как метод достижения поставленных целей	77
Подкопаев О.А. Россия и Армения: торгово-экономическое сотрудничество в интеграционных процессах на евразийском пространстве	80
Пожидаева А.А. Бизнес-процессы и функциональные обязанности сотрудников отдела маркетинга и продаж	85
Потякина А.С. Свободные экономические зоны туристско-рекреационного типа в России	88
Сидалищева Е.В., Шобухина М.Е., Меньшагина И.А., Падерова В.С. Система поддержки развития инновационных проектов ранних стадий в РФ	91
Силантьева А.В. Товар и его качество	94
Силантьева А.В. Отчетность по сегментам деятельности нефтегазодобывающей отрасли	95
Силантьева А.В. Основные проблемы развития малого бизнеса	98

Сысак Д.Е. Факторы и пути экономического роста в Республике Хакасия	101
Таратынова Т.В. Развитие проектного менеджмента в сфере культуры в России	104
Тоштемирова М.Т. Современный этап развития внешнеэкономической деятельности	107
Тоштемирова М.Т., Тоштемиров Д.Т. Тенденции развития инвестиционной политики в современной мировой экономике	109
Toshtemirova M.T. Development of capital raising techniques in commercial banks	112
Toshtemirova M.T. The implementation the corporate governance system in Uzbekistan on basis of the models	114
Toshtemirova M.T. Corporate goveranance theories applied to supervisory boards of commercial joint-stock banks in Uzbekistan	117
Яндиева Л.Я. Риски кредитования связанных заемщиков	119
Яндиева Л.Я. Оценка кредитоспособности при кредитовании связанных заемщиков	123

Абрамичева К.Д.
магистрант
Котова О.С.
магистрант
Заступов А.В.
к.э.н., доцент
ФГБОУ ВО «Самарский государственный экономический университет»
г. Самара, Российская Федерация

Модернизация промышленных предприятий на примере нефтехимического кластера

Важнейшим инструментом реализации промышленной политики является инвестиционная политика, которая представляет собой совокупность методов и своих инструментов воздействия на отдельные направления развития промышленности, осуществление которой должно привести к выполнению инвестиционных программ и проектов, достижению целей промышленной политики и получению экономического, социального и другого положительных эффектов. В таком понимании инвестиционная политика характеризуется подчиненным характером по отношению к промышленной и должна соответствовать ее целям. В то же время разработка инвестиционной политики имеет свои особенности.

Стоит отметить, за последние годы в промышленности региона очень медленно повышается техническая оснащенность производства, что затрудняет решение вопросов перехода к производству новой продукции. Все это приводит к снижению технико-организационного уровня производства предприятий и его экономической результативности. На практике часто проводимая реструктуризация предприятий не решает организационно-экономических вопросов совершенствования материально-технической базы. Кроме того, в ряде подотраслей промышленности отсутствуют программы поддержки сохранения отраслевых научно-исследовательских институтов и материально-технической базы опытно-экспериментальных производств предприятий, имеющих высокую долю производства сложной наукоемкой продукции. Также медленно решаются вопросы налогообложения [1, С. 30] и согласования нормативно-законодательных актов, регулирующих и стимулирующих научно-производственную деятельность.

В этой связи, наиболее прогрессивным подходом к инновационно-инвестиционному развитию экономики промышленности [2, С. 59] становится формирование и развитие промышленных кластеров, что способствует последовательно и комплексно оценить промышленную политику региона, в том числе сформировать новые конкурентные преимущества бизнеса с учетом имеющихся рисков в деятельности предприятий промышленности, а также выявить дополнительные возможности для инновационно-инвестиционного развития.

Стоит отметить, в настоящее время наблюдаются высокие значения рентабельности предприятий нефтехимического кластера [3, С. 44] как субъектов приоритетных отраслей промышленности Самарской области. Если сравнить со структурой [4, С. 11] инвестиций, именно здесь наблюдается основной приток инвестиций. Сегодня нефтехимическому кластеру региона, где сосредоточены наиболее приоритетные отрасли промышленности, предстоит научиться совмещать реализацию масштабных инвестиционных проектов с режимом жесткой экономии под влиянием действия санкционных ограничений [5, С. 138]. Очевидно, падение мировых цен на нефть, ослабление рубля и действующий санкционный режим со стороны Запада не могли не отразиться на доходах бюджета предприятий нефтехимического кластера (в сфере нефтедобычи и нефтепереработки) Самарской области. Тем не менее, на фоне экономического спада ведущим игрокам нефтяного рынка пока удается наращивать объемы производства и не прибегать к сокращению инвестиционных программ [6, С. 29].

Таким образом, инвестиционная промышленная политика региона направлена на формирование и развитие промышленных кластеров, модернизацию промышленных производств, инновационное развитие отраслевых предприятий. Концепция формирования промышленных кластеров реализуется как инновационная модель развития отраслей промышленности региона.

Список использованной литературы

1. Заступов А.В. Отраслевые особенности налогообложения в современной системе недропользования // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2014. № 2 (112). С. 29-33.

2. Меньшиков А.В. Кластерный подход в развитии экономики регионов // Известия РЭУ им. Г.В. Плеханова [электронный научный журнал]. 2014. № 3(17). С. 56-63.
3. Заступов А.В. Тенденции состояния и перспективы развития российского нефтегазового сервиса в современных рыночных условиях // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2013. № 2 (100). С. 41-47.
4. Бабкин А.В. Интегрированные промышленные структуры как экономический субъект рынка: сущность, принципы, классификация // Вестник Астраханского государственного технического университета. Серия «Экономика». 2014. № 4. С. 7-23.
5. Медведев В.К., Заступов А.В. Эколого-экономические аспекты эффективности ресурсоотдачи механизма природопользования в нефтяном хозяйстве // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2006. № 2 (20). С. 136-142.
6. Заступов А.В. Аспекты управления проектными рисками в деятельности предприятий нефтедобывающей промышленности // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2008. № 11 (49). С. 27-32.
© Абрамичева К.Д., Котова О.С., Заступов А.В., 2018

Аксенова Е.С.,
магистрант направления 38.04.04
ФГБОУ ВО «Сочинский государственный университет»
Кещян Н.А.,
к.э.н. доцент
ФГБОУ ВО «Сочинский государственный университет»
Балабанова А.О.
преподаватель
ФГБОУ ВО «Сочинский государственный университет»
г. Сочи, Российская Федерация

Развитие гражданских инициатив и самоорганизации населения в сельском округе

На сегодняшний день имеется достаточно широкое пространство гражданских инициатив и общественных практик. Нередко они персонифицированы или актуализированы современными вызовами, что является залогом их успешности, особенно на «прорывных» направлениях.

Тем не менее, для дополнительной мотивации гражданских активистов, для того, чтобы данные практики приобрели устойчивость в местных сообществах необходимо прилагать специальные усилия для выстраивания, налаживания и поддержки в рабочем состоянии доступных ресурсов кооперации инициативных групп.

Для рассмотрения проблем, особенности развитие гражданских инициатив и самоорганизации населения на муниципальном уровне на практике было проведено исследование на примере администрации сельского округа Краснодарского края.

В исследовании использовался метод интервью, анкетирования, наблюдения, анализом эмпирических данных и нормативно-правовых документов объекта исследования. Информационные источники исследования: нормативно-правовая база, внутренняя документация администрации округа, статистическая информация, современные статьи и практика в данном направлении.

Основными проблемы, которые были выявлены в ходе исследования: 1) невысокая гражданская активность граждан; 2) низкая гражданско-правовая грамотность граждан; 3) незнание и отсутствие информации о возможностях проектов гражданских инициатив и самоорганизации населения; 4) нехватка трудовых и финансовых ресурсов; 5) отсутствие поставленных задач в данном направлении; 6) отсутствие инструментов и решений развития уровня гражданских инициатив и самоорганизации населения; 7) отсутствие информационной базы. 8) большая численность населения на количество ТОСов; 9) сложность координации и взаимодействия большого количества людей; 10) отсутствие общепризнанных площадок для дискуссий, обсуждения и взаимодействия.

Для разработки механизма формирования гражданских инициатив и самоорганизации населения сельского округа, учитывая сильные и слабые стороны, а также угрозы и возможности, учитывая опыт других регионов, можно предложить:

1) создать центр гражданских инициатив на базе администрации Барановского сельского округа;

2) выделить двум сотрудникам администрации функций по координации и развитию центра гражданских инициатив и самоорганизации населения сельского округа;

3) разработать концепцию развития гражданских инициатив и самоорганизации населения сельского округа;

4) разработка инструкций, регламентов и других нормативных документов для сопровождения процессов развития гражданских инициатив и самоорганизации населения администрацией сельского округа;

5) разработать раздел на сайте администрации сельского округа в поддержку гражданских инициатив и создать на сайте [1]:

- информационные материалы, базу дополнительных ресурсов с проектами и примерами реализованных гражданских инициатив

- инструменты для подачи проекта общественной инициативы, коллективной работы над описанием проекта, системой голосования за проект, и инструментами сбора средств на реализацию проекта;

- инструменты для полной открытости и доступности информации о реализации проектов гражданских инициатив;

- инструменты для организации обратной связи от населения о проблемах территория, о проблемах реализации проектов гражданских инициатив, и системы оценки результативности реализованных проектов.

6) на базе центра гражданских инициатив и совместно с местными университетами разработать дискуссионный клуб и школу развития гражданской инициативы.

В результате информация о готовых проектах гражданских инициатив, позволит гражданам активнее принимать участие, появиться постоянный механизм развития уровня гражданских инициатив и самоорганизации населения в администрации сельского округа, данные решения снизят нагрузку на администрации, и соответственно снизят потребность в финансовых и трудовых ресурсах. Также автоматизируется процесс координации и взаимодействия с большим количеством людей, проживающим на территории сельского округа.

Также это позволит повысить гражданскую активность за счет удобства и доступности способов ее проявления, повысить гражданско-правовую грамотность граждан за счет наличия краткой доступной и понятной информации на сайте сельского округа. Благодаря гражданской самоорганизации на территории сельского округа будет решаться больше социальных проблем.

Список использованной литературы

1. Keschyan N.A., Balabanova A.O. The role of modern information technologies in the activities of municipal institutions of secondary education // Sochi Journal of Economy. 2016. № 2 (40). С. 89-94.

Бартоломей Е.Е.
магистрант
Кожевникова В.Д.
доцент
БУ ВО ХМАО-ЮГРЫ «Сургутский государственный университет»
г. Сургут, Российская Федерация

Управление операционными рисками в кредитной организации

Любая организация, в независимости от ее масштабов и вида деятельности, сталкивается с ситуациями неопределенности. Следствием таких ситуаций может стать как риск непредвиденных потерь, так и благоприятные возможности. А. Г. Мадера писал, что неопределенность и непредсказуемость будущего обуславливаются тем, что все существующее в этом мире подчиняется всеобщему и универсальному закону необратимой изменчивости [1]. Из сказанного можно сделать вывод, что изучение рисков, управление ими как в настоящем, так и в будущем останется актуальным.

В процессе управления важно выявлять риски, проводить анализ уровня их критичности, снижать вероятность наступления наиболее критичных и к тому же непрерывно осуществлять мониторинг рисков (рисунок 1). Для нашей страны такой процесс является относительно новым.

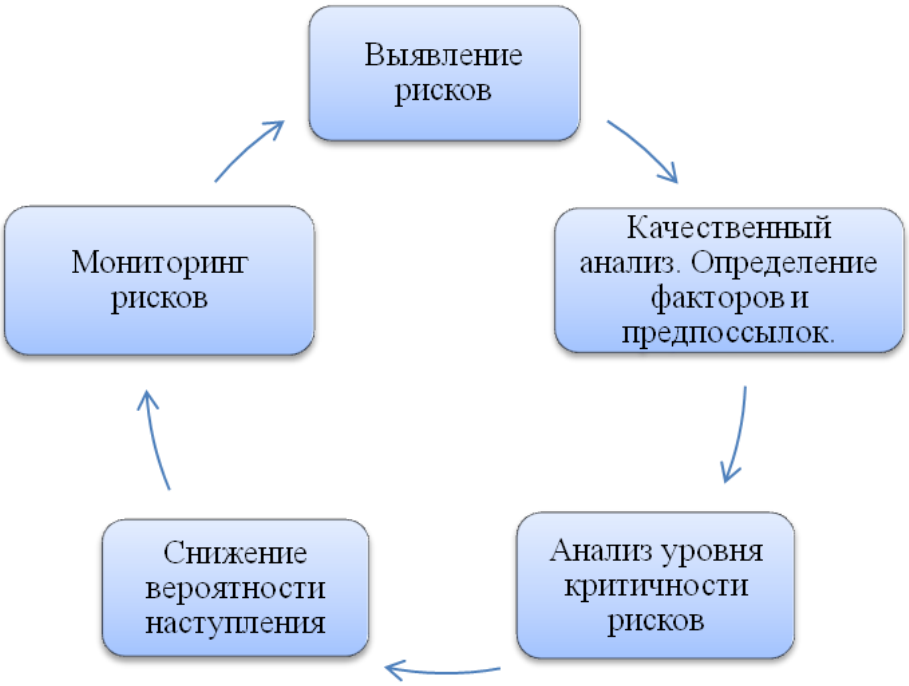

Рис.1. Элементы системы управления рисками

Как и все субъекты, кредитные организации подвержены влиянию множества рисков. В процессе своей деятельности банк аккумулирует в стране основную долю кредитных ресурсов и предоставляет клиентам полный комплекс кредитно-финансового обслуживания [2]. И любая банковская операция несет в себе тот или иной риск. Но к основным рискам, которым наиболее подвержены банки, относятся кредитный, рыночный и операционный (рисунок 2).

Рис.2. Основные виды рисков кредитной организации

Кредитный риск возникает в случае вероятности получения банком потерь по ссудам. Основной причиной невозврата банковского актива является ухудшение кредитоспособности заемщика.

Уровень рыночного риска зависит от показателей макроэкономической среды. Возможные потери могу возникнуть в случае неблагоприятной волатильности курсов иностранных валют, изменении рыночной стоимости различных финансовых инструментов или процентной ставки Центрального Банка.

Согласно Указанию ЦБ № 3624-У операционный риск представляет собой возникновение убытков в результате ненадежности и недостатков внутренних процедур управления кредитной организации, отказа информационных и иных систем либо вследствие влияния на деятельность кредитной организации внешних событий [3]. В международной практике операционный риск определяется как риск потенциальных потерь в результате некорректного риск - менеджмента организации, действий сотрудников и иных лиц либо вследствие влияния на деятельность кредитной организации внешних событий.

По данным отчетности об инцидентах информационной безопасности, а также информации, полученной в рамках информационного обмена Банка России с кредитными организациями, объем несанкционированных операций по счетам юридических лиц по итогам 2016 года составил порядка 1,9 млрд. рублей (в 2015 году –3,8 млрд. рублей) [7] (рисунок 3).

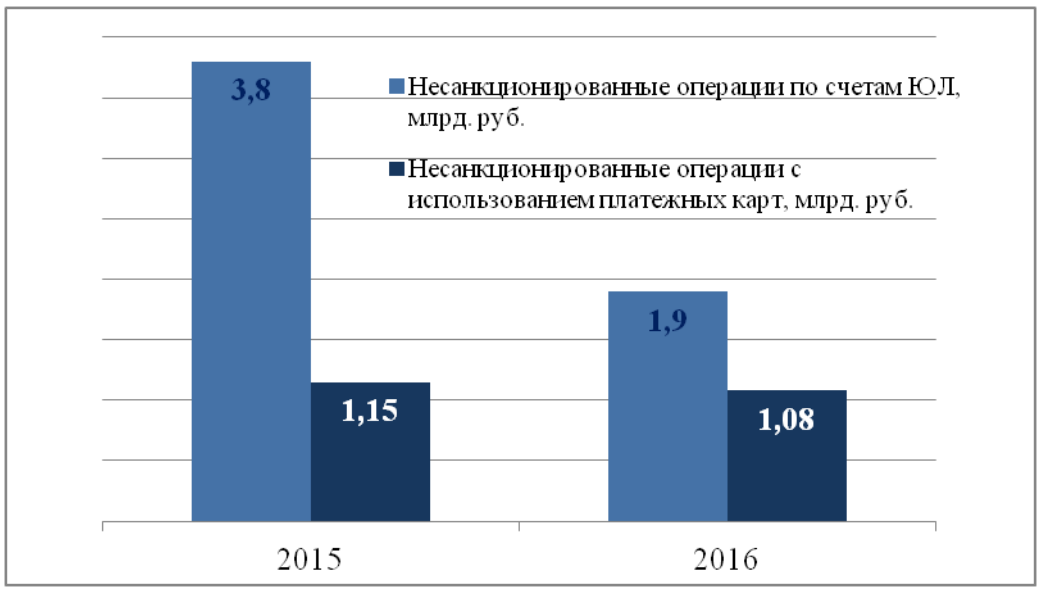

Рис.3. Объем несанкционированных операций

Объем несанкционированных операций с использованием платежных карт за 2016 год составил порядка 1,08 млрд. рублей (в 2015 году –1,15 млрд. рублей) [7]. По данным исследования Банка России, удельный вес несанкционированных переводов денежных средств составлял в 2016 году 0,002% от всего количество переводов. Целевым ориентиром являются значения, не превышающие значение 0,005%. Одним из мероприятий Банка России, направленных на улучшение показателей является разработка и принятие положения «О требованиях к защите информации в платежной системе Банка России». Данное положение содержит ряд требований, позволяющие обеспечить информационную безопасность.

Важно, что при расчете достаточности капитала банк, вне зависимости от того, осуществляет он риск - ориентированное управление, обязан учесть операционный и процентный риски, а также кредитные риски по условным обязательствам (банковские гарантии, аккредитивы, вексельные поручительства и т.д.) и кредитные риски по производным финансовым инструментам. Это делается для того, чтобы кредитная организация могла покрыть возможные потери собственными средствами в случае возникновения рисковых ситуаций. Однако этого недостаточно для эффективного риск-менеджмента, так как важно подходить к управлению рисками не только с количественной стороны, но и с качественной, выявлять причины наступления негативных ситуаций, факторы, повлиявшие на исход. Особенно это касается операционного риска, т.к. в нем высок уровень человеческого фактора.

Иными словами, операционный риск – это вероятность возникновения потерь в ходе осуществления банком бизнес-процессов. В целом по данному риску можно выделить три фактора. Во-первых, это человеческий фактор, о котором уже говорилось ранее. Во-вторых, стоит отметить технический фактор, значение которого высоко и заключается в отлаженной работе всех банковских систем. В-третьих, в процессе управления, как операционным риском, так и прочими рисками кредитных организаций, важным является финансовый фактор. Более подробно составляющие операционного риска представлены на схеме (рисунок 4).

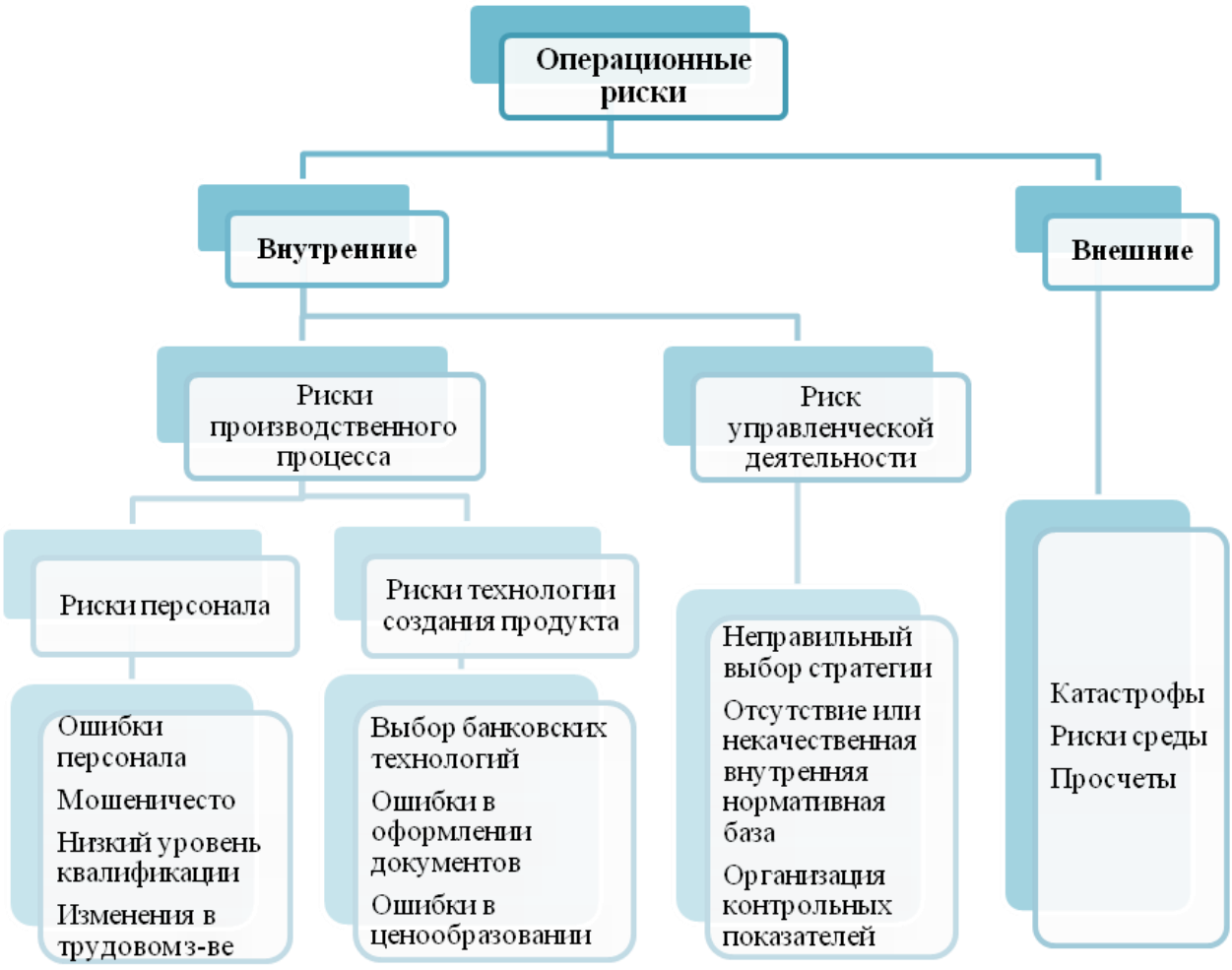

Рис. 4. Структура операционного риска [4]

К несанкционированным операциям можно отнести следующие составляющие структуры операционного риска (рисунок 3):

– мошенничество;
– некачественная нормативная база.

После того как операционный риск разбили на составляющие, его целесообразно оценить. Проделанная работа даст понимание, на какую сумму есть риск понести потери, и возможность заблаговременно учесть ее в капитале. Существуют разнообразные методики определения операционного риска, метод Монте-Карло, Мэппинг, Самооценка или как ее еще называют self-assessment и мн. др. Однако обязательным к применению всеми кредитными организациями России является методика, предложенная ЦБ РФ, регламентированная Положением о порядке расчета размера операционного риска № 346-П. Согласно данной методике, размер операционного риска рассчитывается по формуле:

$$ОР = 0.15 * \frac{\sum_{i=1}^{n} Д_i}{n}, [5]$$

Где $Д_i$ - представляет собой сумм чистых процентных и чистых непроцентных доходов;

n – количество лет (последние три года).

Расчет операционного риска по методике Банка России достаточно прост, к тому же осуществляется он на ежегодной основе. Основная цель расчета заключается в том, чтобы учесть полученную сумму в достаточности капитала. При этом не раскрывается сама суть риска, отсутствует анализ и качественная оценка его составляющих. Т.е. если придерживаться только расчета, определенного в №346-П, то тем самым остаются не реализованными одни из основных элементов системы управления рисками. Поэтому для предупреждения неблагоприятных событий и качественного управления операционным риском стоит сочетать обязательную методику ЦБ с методикой, отвечающей целям организации.

Таким образом, чтобы построить эффективную систему управления операционным риском коммерческого банка необходимо определить методы, приемы, способы управления. Вместе с тем при принятии решения о построении риск - менеджмента в организации важно не забывать про культуру управления рисками, т.к. все подходы риск - менеджмента эффективны настолько, насколько развита культура управления рисками в организации и насколько значима роль, которую риск - менеджеры играют в развитии этой культуры [6].

Список используемой литературы

1. Мадера А.Г. Риски и шансы: неопределенность, прогнозирование и оценка / А. Г. Мадера. - Москва: URSS: КРАСАНД, 2014. - 448 с. (с.22)
2. Коммерческие банки и специализированные кредитно-финансовые институты: [Электронный ресурс] // GETBANKS http://www.getbanks.ru/goons-609-1.html
3. Указание ЦБ РФ № 3624 – У «О требованиях к системе управления рисками и капиталом кредитной организации и банковской группы» (вместе с "Требованиями к организации процедур управления отдельными видами рисков"): [Электронный ресурс] // Консультант Плюс http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_180268/
4. Лаврушин О.И., Валенцева Н.И. Банковские риски - М.: КНОРУС, 2007 – 232 с.
5. Положение ЦБ РФ № 346-П «О порядке расчета размера операционного риска»

6. Эффективное антикризисное управление: [Электронный ресурс] // научно-практ. журн. – СПб.: ООО «Издательский Дом «Реальная экономика», 2000 – ISSN 20788886. 2013. – № 3. – С. 20–23.
7. Отчет о развитии банковского сектора и банковского надзора в 2016 году http://www.cbr.ru/publ/bsr/bsr_2016.pdf

© Бартоломей Е.Е., Кожевникова В.Д., 2018

Беспалова В.В.
к.э.н., доцент
Санкт-Петербургский государственный
лесотехнический университет им. С.М. Кирова,
г. Санкт-Петербург, Российская Федерация

Цифровая экономика и необходимость проведения изменений в образовательной сфере

Правительством России разработана Программа «Цифровая экономика». Основной целью данной программы является построение новой основы для развития экономики, бизнеса и общества в целом, используя новые цифровые технологии. Для этого потребуется проведение изменений в образовательной сфере.

Цифровая экономика. О ней мы услышали в Послании Президента Российской Федерации Федеральному Собранию 12 декабря 2016 года.

И вот уже 31 июля 2017 года была утверждена программа «Цифровая экономика», целью которой является развитие и всестороннее внедрение цифровых технологий как в экономике, предпринимательстве, государственном управлении, социальной сфере и других сферах [3].

Внедряя данную программу, будет открыто направление для развития высокотехнологичных предприятий, платформ и новых рынков, будет обеспечена поддержка сквозных технологий (таких как большие данные, или big data, квантовые компьютеры), а также большее внимание будет уделяться искусственному интеллекту, распределённым реестрам, робототехнике, квантовым вычислениям, созданию «умных городов», здравоохранению, государственному управлению и образованию.

Само понятие «цифровая экономика» появилось еще в конце XX века. Использовать этот термин начали автор книги "Электронно-цифровое общество"

(в оригинале - "Digital Economy"), изданной в 1994 году, Дон Тапскотт и американский ученый-информатик Николас Негропонте.

Что же из себя представляет цифровая экономика? Это новый уклад жизни, новая основа развития системы государственного управления, экономики и бизнеса [4, 116].

На сегодняшний день Россия занимает первое место в Европе и шестое место в мире по количеству пользователей интернета. Большинство населения используют смартфоны как в качестве средства общения, так и для деловых коммуникаций. Несмотря на это, Россия не входит в группу лидеров развития цифровой экономики. Отставание России от стран-лидеров, использующих цифровую экономику, по данным аналитиков Boston Consulting Group, составляет около 5-8 лет. И если сейчас не предпринимать никаких усилий, то это отставание уже через пять лет может составить 20 лет. И что-либо сделать по сокращению этого разрыва будет уже сложно. Глобальные изменения, происходящие в мире, не позволят этого сделать.

Очень интересная информация представлена Сбербанком. В 2017 году они запустили программу под названием «Цифровой индекс Иванова». Она позволяет рассчитать индекс и показать уровень проникновения цифровых технологий в жизнь россиян. В настоящее время данный расчетный показатель составляет 51%. Можно сделать вывод, что у многих россиян есть технические возможности попробовать те или иные цифровые продукты, но при этом есть и большой потенциал дальнейшего роста и проникновения технологий.

В связи с этим, Правительством России предложено проведение Программы «Цифровая экономика», которая позволит нам выйти на новый уровень развития нашего общества. И, в первую очередь, необходимо провести изменения в образовательной сфере.

Возникла необходимость переосмысления в вопросах профессиональных навыков и корпоративной культуры в свете новых требований к квалификации кадровых ресурсов. При этом компании должны будут научиться работать на основе концепции «talentism» (ориентация на высококвалифицированные кадры) [5, 162].

Правительство России будет выделять по 5 млрд рублей ежегодно на подготовку 1 млн человек в год для того, чтобы они могли приспособиться к новым условиям с целью их последующего трудоустройства. Планируется выделять данные средства в виде специальных электронных ваучеров тем

специалистам, которые потеряли свою работу в результате внедрения новых технологий, автоматизации труда и кто желает повысить квалификацию или получить новые компетенции в области цифровой экономики. Государственная программа по выделению данных ваучеров направлена на трудовую переориентацию кадров.

Основные компетенции цифровой экономики эффективнее осваиваются в режиме онлайн-обучения. Для переподготовки в области цифровой экономики будут привлекаться вузы и частные компании, имеющие передовые учебные курсы [2, 309].

В Программе «Цифровая экономика» заложено, что к 2024 году в России должно быть выпущено высшими учебными заведениями в 10 раз больше ИТ-специалистов, чем по состоянию на 2017 год. Многие традиционные профессии будут требовать получения дополнительного набора компетенций, связанных с цифровыми технологиями. Формироваться эти компетенции будут в режиме обязательной образовательной программы в школах и вузах, а также при профориентации и переподготовке. У молодых людей необходимо формировать способность мыслить и базис способности учиться и переучиваться. Это так называемая концепция «soft skills» – гибких навыков (способностей), позволяющих человеку быть успешным в любой профессии и во внепрофессиональной жизни.

Общее образование должно формировать и развитое мышление, воспитывать мотивацию к профессиональному, интеллектуальному, личностному росту. И если государство не может создать такую систему образования для всех, то она нужна хотя бы для победителей школьных олимпиад, «отличников» высшего образования, для будущей элиты, создающей «прорывные» технологии третьего тысячелетия. Такими местами сегодня являются создаваемые современные инновационные центры (например, Сколково и другие), детские образовательные центры (такие, как Сириус, Надежда России и другие). Но, при этом, содержание массового образования должно также осовременяться, обновляться, обогащаться всем самым новым и передовым. Возможно, традиционный формат учебного заведения в настоящее время не лучшая, но пока еще приемлемая форма для массового профессионального образования.

В образовательном процессе необходима мотивация и внедрение новых методов обучения (использование интерактивных средств для обучения,

геймификации, перевод обучения в электронную форму, развитие функционала по созданию индивидуальных планов обучения, внедрение самообразования и других средств) [1, 82]. Раньше система образования пересматривалась один раз в 20-30 лет, но сейчас нужен механизм ее актуализации раз в 2–3 года.

На сегодняшний день в МГУ открывается национальный центр цифровой экономики. Перед центром стоит задача в создании методических материалов и программ, на базе которых будут готовить специалистов в области цифровой экономики. Высшая школа экономики станет первым российским вузом, в котором все студенты будут развивать навыки и культуру работы с цифровыми данными.

Основными задачами высших учебных заведений на современном этапе станут обеспечение актуальности бизнес-образования, регулярный пересмотр образовательных программ в связи с конъюнктурами рынка, ориентация на практическое использование знаний и научных исследований. Новое время диктует новую систему подачи знаний. В процесс обучения все больше должны внедряться технологии. Должны использоваться новейшие программные решения и приложения для конкретной профессиональной деятельности. Больше времени должно уделяться самостоятельному получению знаний. Роль преподавателя должна быть больше координирующей, направляющей.

В результате эффективного применения современных передовых образовательных технологий можно ожидать повышения качества образовательных услуг, увеличение количества высококвалифицированных кадров, удовлетворяющих требованиям цифровой экономики.

Список использованной литературы

1. Беспалова В.В., Полянская О.А. Перспективы внедрения дистанционного обучения на рынке образовательных услуг в сфере подготовки кадров для организации производства // Организатор производства. – №4(67), Издательство: Воронежский государственный технический университет, 2015. – 82-85 с.

2. Полянская О.А. Проблемы высшего образования в современном российском обществе // В книге: Состояние и перспективы развития высшего образования в современном мире. Материалы докладов Международной научно-практической конференции. Под ред. Г. А. Берулава. Издательство: Международный инновационный университет (Сочи)- 2017. С.309-311

3. Программа «Цифровая экономика Российской Федерации». Утверждена распоряжением Правительства Российской Федерации от 28 июля 2017 года, № 1632-р, Москва.
4. Тапскотт, Дон. Электронно-цифровое общество: Плюсы и минусы эпохи сетевого интеллекта/ Пер.с анг. Игоря Дубинского. Под ред. Сергея Писарева. //Киев. – INT Пресс; Москва. - Релф бук. -1999. - 432 с.
5. Шваб, Клаус. Четвертая промышленная революция. Перевод с английского. /Москва: Издательство «Э», 2017. – 208 с.

Бобрышева А.А.
магистрант 1 курса факультета экономики и менеджмента
ФГБОУ ВО «Саратовский государственный аграрный университет
имени Н.И. Вавилова»
г. Саратов, Российская Федерация

Кластер как механизм защиты сельхозтоваропроизводителей

Вопрос распределения прибыли после продажи готовой продукции на протяжении многих лет остается актуальным в отношении сельскохозяйственных товаропроизводителей. В их отношении наблюдается недостаточное получение чистой прибыли, несмотря на тот факт, что сырье является базисом для производства продукции.

В целом, структура розничной цены хлебопекарных продуктов распределена следующим образом: 9% приходится на НДС; 20-23% составляет наценка торговых сетей; 2-9% – упаковка; 15-35% – переработка сырья, 30-39% – производство сырья.

На снижение производства хлебопродуктов сказывается инфляция и снижение платежеспособности покупателей. В свою очередь, крупные организации перерабатывающей сферы АПК испытывают нестабильность или недостаточность сырьевой базы, утрачивая конкурентоспособность на рынке продовольствия. Ощущая недостаток качественного сырья, они рассматривают возможность создания интегрированных формирований с тем, чтобы объединить процессы производства сырья и конечной продукции, изыскать возможности инвестирования производственных процессов [2].

В данном случае необходимо создание организационно-экономического механизма, в рамках которого будет осуществляться обеспечение ресурсами,

сырьем, заготовительным производством, торговая и закупочная деятельность. Данной организацией может стать хлебопродуктовый кластер.

Рис. 1 – Соотношение в затратах и цене участников производственной цепочки

Идею по организации кластера, созданную английским экономистом А. Маршаллом, внедрил в экономику М. Портер. Он определил кластер как географически сконцентрированную группу взаимосвязанных компаний, специализированных поставщиков, а также связанных с ними организаций (органы государственного управления, инфраструктурные компании, образовательные учреждения, торговые объединения), действующих в определенной сфере и взаимодополняющих друг друга, но при этом конкурирующих [1].

Важно создать внутри кластера структуру, на которую будут возложены функции организации работы данного механизма, решение вопросов поставки сырья и производства продукции и ее продажи; распределения прибыли и всех ресурсов. В качестве данной структуры предлагается создать

координационный совет.

Координационный совет будет регулировать работу хлебопродуктового кластера. Стратегическое бизнес-планирование, разработка НИОКР и внедрение технологий, инвестиционные проекты, подбор высококвалифицированного персонала – решение данных вопросов будет являться главной задачей совета.

Благодаря координационному совету кластера товаропроизводители смогут принимать непосредственное участие производстве продукции. Основными участниками хлебопродуктового кластера будут являться сельскохозяйственные товаропроизводители, переработчики сырья, рынки. Вспомогательными участниками выступят: логистические предприятия, предприятиями производству упаковки, производители сельскохозяйственного оборудования, финансовые предприятия, организации по подготовке кадров, различные научно- исследовательские организации.

При создании кластера в хлебопекарной промышленности появится возможность скорректировать структуру розничной цены хлебопекарных продуктов распределена следующим образом: 9% – НДС, 10-13% – наценка торговых сетей, 2-5% – упаковка, 20-30% – переработка сырья, 45-55% – производство сырья.

Как наиболее перспективная форма организации для системы производства и реализации хлебопродуктов кластер способен укрепить экономическое положение хлебопродуктовой отрасли на российском рынке и создать новые рабочие места, что приведет к увеличению доходов населения.

Список использованной литературы

1. Доржиева, Е.В. Формирование агропромышленных кластеров как условие инновационного развития региональных систем / Е.В. Доржиева // Известия ИГЭА. – 2017. – № 4 (78). – С. 64–69.

2. Казаватова Н.Ю., Ярахмедов Р.И. Кластеры в АПК: теория, проблемы и перспективы // «Управление экономическими системами» электронный научный журнал. Отраслевая экономика, (46) УЭкС, 10/2014. [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://uecs.ru/uecs-46-462012

© Бобрышева А.А., 2018

Гурбанов Д.А.
магистрант
Гаранин С.А.
магистрант
Заступов А.В.
к.э.н., доцент
ФГБОУ ВО «Самарский государственный экономический университет»
г. Самара, Российская Федерация

Роль инвестиций в формировании инвестиционной промышленной политики

Обязательным элементом анализа развития промышленности является исследование инновационно-инвестиционного потенциала изучаемой экономической системы. На основе экономического анализа данных для реализации промышленной политики должны быть выбраны приоритеты развития промышленного комплекса [1, С. 114]. При их выборе целесообразно использовать ряд критериев. Возможны различные их варианты, однако, представляется, что важнейшим являются следующие: наукоемкость выпускаемой продукции, роль в развитии экономики, рейтинг продукции на внешних рынках, инвестиционная привлекательность, значение для повышения конкурентоспособности отдельных технологических цепочек, стимулирующее налогообложение [2, С. 32]. Использование этих критериев, с учетом их иерархии применительно к различным экономическим системам, позволит выявить приоритетные отрасли промышленности.

Определение приоритетных отраслей с последующей их поддержкой не должно противопоставляться комплексу косвенных мер, которые может осуществлять государство по развитию промышленности. Имеется в виду совершенствование нормативно-правовой среды, формирование инфраструктуры, необходимой для развития промышленности, развитие информационной среды, экологических программ [3, С. 139]. Более того, эти меры позволят не только усилить развитие выбранных приоритетных отраслей, но и создать из них «точки роста», которые позволят сформировать устойчивую положительную динамику смежных отраслей и производств [4, С. 23].

В частности, если проанализировать объем и структуру инвестиций в Самарской области, то получим следующие результаты. В Самарской области объём инвестиций 2015 года составил только 87,1% от 2014 года. Таким образом,

снижение инвестиционной активности предприятий и организаций – продолжается. За январь-март 2016 года сохраняются те же соотношения инвестиционной активности по видам деятельности, что и в предыдущие годы. Обращает на себя внимание практически нулевая доля инвестиций в другие «машиностроительные» виды экономической деятельности – машиностроительный, станкостроительный кластеры региона. До недавнего времени именно они являлись важнейшей частью промышленного комплекса Самарской области. Обращают на себя внимание высокие значения рентабельности предприятий нефтехимического кластера как субъектов приоритетных отраслей промышленности Самарской области – в добыче полезных ископаемых (с учетом действия инструментов налогового стимулирования нефтедобычи), в производстве кокса и нефтепродуктов, в химическом производстве (АО «Самаранефтегаз» ПАО «НК «Роснефть»). Если сравнить со структурой инвестиций, именно в эти виды деятельности (не учитывая производство предприятий в автомобильном кластере, в том числе, ПАО «АвтоВАЗ») наблюдается основной приток инвестиций [5, С. 43].

Этап выбора приоритетных отраслей и определения перспектив их развития не способен дать результат без разработки в них конкретных инвестиционных программ и проектов. Именно они должны служить основой формируемой промышленной политики, а ее результативность будет зависеть от успешности их реализации. Инвестиционные программы и проекты должны быть скоординированы по смежным производствам и в максимальной степени задействованы с отечественными производителями [6, С. 30]. Для решения этой задачи необходимы не только самые строгие меры государственного воздействия, но и те меры, которые связаны с инвестиционной инфраструктурой.

Список использованной литературы

1. Москвитина Е.И., Дорошина И.П., Бутова Т.В. Необходимость модернизации государственного регулирования инвестиционной деятельности в России в условиях глобальной конкуренции // Теоретические и прикладные аспекты современной науки. 2015. № 6. С. 113-115.

2. Заступов А.В. Налоговое стимулирование нефтедобычи в осложненных условиях // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2012. № 4 (90). С. 26-29.

3. Медведев В.К., Заступов А.В. Эколого-экономические аспекты эффективности ресурсоотдачи механизма природопользования в нефтяном

хозяйстве // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2006. № 2 (20). С. 136-142.
4. Хасаев Г.Р., Михеев М.В., Уманский М.И. Кластер как современный инструмент повышения конкурентоспособности региона. Через партнерство - к будущему // Компас промышленной реструктуризации. 2004. № 1. С. 20-25.
5. Заступов А.В. Тенденции состояния и перспективы развития российского нефтегазового сервиса в современных рыночных условиях // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2013. № 2 (100). С. 41-47.
6. Заступов А.В. Аспекты управления проектными рисками в деятельности предприятий нефтедобывающей промышленности // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2008. № 11 (49). С. 27-32.
© Гурбанов Д.А., Гаранин С.А., Заступов А.В., 2018

Зимина К.В.
студентка
ФГБОУ ВО «Ставропольский государственный аграрный университет»
Научный руководитель: д.э.н., профессор Склярова Ю.М.

Особенности форм кредита

Ключевые слова: *кредит, банковский кредит, коммерческий кредит, потребительский кредит.*

Аннотация: *статья посвящена изучению вопроса сущности, роли и форм кредита. Рассмотрен анализ применения форм кредита в банковской деятельности.*

Keywords: *loan, Bank loan, commercial loan, consumer loan.*

Abstract: *the article is devoted to study the nature and role of credit. The article presents the analysis of application forms of loan.*

Кредит – в переводе с латинского «creditum» – заём, так же «credere» – доверять. Кредит означает общественные отношения, возникающие между субъектами экономики, когда одна из сторон не возмещает немедленно полученные от другой стороны деньги или другие ресурсы, но обещает предоставить возмещение (оплату) или вернуть ресурсы в будущем. Фактически, кредит является юридическим оформлением экономического обязательства. Кредитные отношения, возникающие между кредитором и заимодателем, это все денежные отношения, которые связаны с предоставлением во временное пользование ссуд под процент.

Субъекты с целью удовлетворения потребности финансового обеспечения, в большинстве случаев берут ссуды непосредственно у коммерческих банков. В связи с этим объем банковской ссуды существенно больше, нежели объемы ссуд в иных разновидностях кредита. Это делает банковскую форму одной из самых развитых. Доход от предоставленной ссуды различным категориям заёмщикам, банк приобретает в виде ссудного процента. Отталкиваясь из этого, можно отметить, что основная деятельность банка – это кредитное дело, которое образует круговорот средств на возвратной основе.

Банковский кредит могут предоставлять только лишь кредитно-финансовые организации, имеющие лицензию от ЦБ на разрешение реализации данных операций.

Существуют активные и пассивные банковские кредиты. Под активным кредитом имеется в виду деятельность коммерческого банка в роли кредитора, под пассивным - деятельность коммерческого банка в роли заемщика.

Особенность данной формы проявляется в последующем:

– коммерческий банк ссужает деньги как капитал, то есть заемщик должен получать такую прибыль, были предоставлены хозяйствующими субъектами в банк на счета или во вклады, а не свой капитал. Увеличивает свой капитал путём займа денег у одних субъектов, и выдаче их, другим участникам кредитных отношений в виде ссуды во временное пользование;

– коммерческий банк увеличивает свой капитал путём займа денег у одних субъектов, и выдаче их, другим участникам кредитных отношений в виде ссуды во временное пользование.

Банковское кредитование благодаря процессу перераспределения денежных ресурсов между участниками, вступающих в рыночные отношения, стимулирует экономику в целом, поэтому данный сегмент является самым крупным из всех сегментов финансового рынка.

Коммерческий кредит обязан своему появления долговым отношениям, которые возникли между поставщиками и покупателями. Суть данных отношений состоит в том, что поставщик предоставляет свои товары покупателям, которые производят оплату приобретенных товаров после их реализации, то есть с отсрочкой платежа. В случае если данная продукция не была реализована, она может быть возвращена поставщикам [5].

В данной форме кредита предприятия могут одновременно быть и заёмщикам, и кредиторам.

Коммерческий кредит играет огромную роль для развития экономики в целом, выступает финансовым инструментом в оптовой торговле.

Благодаря этой форме сбыт, реализация товаров становится более быстрым и простым процессом. Вид этого кредитования укрепляет отношения между производителями товаров, их продавцами (которые являются посредниками, например, они могут быть дилерами, дистрибьюторами данных компаний) и покупателями (домохозяйствами). Кооперация, продуктивность и специализация являются характеристиками данных отношений.

Существует тесная взаимосвязь банковской и коммерческой форм кредита. Учет долговых векселей в банке - главный элемент, участвующий во взаимодействие с банковским кредитованием, так как движение ссудного капитала осуществляется через учёт переводного векселя в банке.

Спрос банковского и коммерческого кредита обратно пропорционален. Если условия экономики таковы, что денежные ресурсы находятся в достатке, то увеличивается спрос на банковский кредит. И наоборот.

Прямое банковское кредитования поставщика, увеличивает его возможности по выдачи коммерческого кредита. Обратное действие оказывает прямое банковское кредитование покупателя, так как уменьшается необходимость в коммерческом кредите, спрос на данное кредитование падает.

Косвенное банковское кредитование производится по средствам покупки векселей и получения кредита под залог векселей [3].

Между выбором коммерческого и банковского кредита, заёмщик предпочтёт первый, так как получает отсрочку платежа за приобретённые товары, также коммерческий кредит имеет меньшую процентную ставку, что делает его более выгодным, данные условия снижают эффективность банковского кредитования и соответственно снижают на него спрос.

Потребительский кредит – это денежные средства, которые предоставлены кредитором заемщику на основании кредитного договора или договора займа, в том числе с использованием электронных средств платежа, в целях, не связанных с осуществлением предпринимательской деятельности [1]. Такой кредит берут не только для покупки товаров длительного пользования, но и для прочих покупок. Он выступает или в форме продажи товаров с отсрочкой платежа, или в форме предоставления банковской ссуды на потребительские цели, в том числе через кредитные карты. При этом взимается довольно высокий процент [8].

Особенности потребительских кредитов заключаются в том, что процентные ставки по данного рода кредитам устанавливается отдельно каждым финансово-кредитным учреждением самостоятельно.

Перспективы развития потребительских кредитов в России на сегодняшний день достаточно неоднозначны. Если продолжится структурный криз в экономике, а ЦБ России продолжит свою политику сжатия денежной массы в стране, предлагая домохозяйствам сократить потребление, ради снижения инфляции, то развитие потребительских кредитов останется на прежнем уровне или будет снижаться. Но, если в экономике будет вестись политика, направленная на инвестиции в основной капитал, а ЦБ России не будет путать монетарную инфляцию с инфляцией издержек, то тогда потребительский кредит снова станет востребован. Проблемы банковской системы стали одним из главных факторов, оказывающих влияние на экономическую ситуацию в России.

Проведя исследование форм кредитования наиболее детально, можно еще раз подчеркнуть, что кредитные отношения никак не стоят на месте и регулярно развиваются. Сущность форм кредита отражается в выборе того, или другого кредитования в определённой ситуации. Каждой форме присуща собственная систематизация видов, что делает систему кредита еще боле непростой, однако удобной и повышает результативность её применения. К примеру, в процессе изучения было установлено, что организациям может быть наиболее выгодна коммерческая форма кредитования. Безусловно, сроки в данном кредитование меньше по сравнению с банковским, однако и процентные ставки значительно ниже, помимо этого она может быть предоставлена в товарной форме, что сделает должника собственником объекта кредита после оплаты продукции кредитору. В сегодняшнем товарообороте довольно целесообразно использовать предприятиями непосредственно данную форму кредита.

Список использованной литературы

1. Абрамова, М. А. Финансы, денежное обращение и кредит : учеб. пособие / М. А. Абрамова, Л. С. Александрова. – М. : Институт международного права и экономики, 2010. – 143 с.
2. Белоглазова, Г. Н. Деньги, кредит, банки : учебник / под ред. Г. Н. Белоглазовой. – М. : Высшее образование, 2008.
3. Булатова, А. С. Экономика : учебник / А. С. Булатова ; под ред. А.С. Булатова. – М., 2008. – 359 с.

4. Деньги. Кредит. Банки / Колтыпин П.Н., Багрий Н.М., Склярова Ю.М., Скляров И.Ю., Гурнович Т.Г., Воронин М.А., Латышева Л.А., Кулешова Л.В., Бойко С.В., Капустина Е.И., Остапенко Е.А., Лапина Е.Н., Погорелова И.В., Скребцова Т.В., Шамрина С.Ю., Мирошниченко Р.В., Мовсесян Г.Г. // Ставрополь, 2012.
5. Елисеев, А. С. Экономика: учебник для бакалавров / А.С. Елисеев. – М.: Дашков и К, 2014. – 528 с.
6. Перекрестова, Л. В. Финансы и кредит / Л.В. Перекрестова. – М.: Академия, 2012. – 288 с.
7. Райзберг, Б. А. Курс экономики /Б.А. Райзюберг. – М.: Инфра-М, 2013. – 672 с.
8. Романовский, М.В. Финансы и кредит: учебник/ под ред. проф. М.В. Романовского, проф. Г.Н. Белоглазовой. – М.: Юрайт - Издат, 2008.-575 с.
9. Свиридов, О. Ю. Финансы, денежное обращение, кредит / О.Ю. Свиридов. – Ростов Н/Д.: Феникс, 2013. – 288 с.

Кабдыбай А.К.,
к.э.н., доцент
Темирбекова Л.А.,
м.э.н., старший преподаватель
Сабиржанов Д.Б
магистрант 1 года обучения
Карагандинский государственный университет имени Е.А. Букетова
г. Караганда, Казахстан

Отчет о движении денежных средств как источник информации для анализа

Отчет о движении денежных средств недооценивается аналитиками и считается не обязательным видом анализа для инвестора, он скрывает много интересных нюансов относительно деятельности компании и его понимание может помочь найти признаки положительных или отрицательных будущих изменений на предприятии. Данный отчет показывает именно движение денег. С его помощью мы можем отследить источники финансирования компании, направления расходования средств, в т.ч. более четко проследить направления распределения прибыли, что мы не видим в других отчетах и другие важные нюансы для профессионального аналитика или инвестора.

Существует 2 вида отчетов о движении денежных средств, которые отличаются между собой методикой их расчета. И как следствие имеют совершенно разную логику и естественно разные цифры: 1) отчет о движении денег составленный прямым методов; 2) отчет о движении денег составленный косвенным методом.

Прямой метод составления отчета о движении денежных средств используется как правило в отечественной практике - в бухгалтерской отчетности, составленный в соответствии международными стандарты финансовой отчетности. Суть метода состоит в том, что в отчет вносятся непосредственно суммы денежных перемещений, отраженных по текущим банковским счетам и кассовым операциям. Далее эти суммы группируются по статьям и таким образом формируется отчет. По большому счету такой отчет выглядит достаточно грубо как укрупненная выписка по текущему банковскому счету и не способен ответить на ряд глубоких аналитических вопросов. Поэтому появился более сложный вид отчета – косвенный.

Что касается отчета, составленного косвенным методом то, здесь используется смешанный принцип: часть статей также берутся напрямую из движения денег по счетам и кассе, другая часть статей считается косвенным способом, как изменение отдельных балансовых статей. Например, если в компании выросла кредиторская задолженность по балансу, то в косвенном отчете о движении денежных средств мы увидим ровно такой же прирост по статье «Кредиторская задолженность». При этом реального движения денег здесь не было. Косвенный тип отчета помогает так разложить реальные денежные потоки и изменения балансовых статей, что из отчета становится понятно откуда именно у компании берутся деньги и куда она их тратит. Именно с таким типом отчета мы и будем дальше работать.

В отчете о движении денежных средств 3 раздела: 1) движение денег от операционной деятельности. Этот раздел показывает финансовые операции по взаиморасчетам с покупателями и поставщиками, а также изменением средств в производственном обороте, например, за счет снижения или увеличения запасов и т.д. Наличие положительного денежного потока от основной деятельности говорит о том, что компания работает в плюс; 2) движение денег от инвестиционной деятельности. В этом разделе мы видим какие у компании инвестиционные расходы и доходы. Сколько именно они вкладывают в новое оборудование, строительство и т.д. И какую отдачу получают, например, от

своих долгосрочных инвестиций или от продажи каких-то своих объектов основных средств; 3) движение денег от финансовой деятельности. В этом разделе мы видим притоки и оттоки по кредитам компании. Можем понять напряженность графика погашения кредитов, оборачиваемость кредитной массы в компании и другие важные параметры кредитного портфеля компании.

Такая структура отчета о движении денежных средств помогает аналитику и инвестору ответить на главные вопросы: «почему прибыль есть, а денег нет», или наоборот «откуда у компании деньги, если прибыли нет». Попытаемся ответить на эти вопросы. Отчет о прибылях и убытках не показывает реальные деньги. Он отражает факт осуществления тех или иных основных операций и сделок, но не реальное движение денег по счетам. Например, компания заключила крупный контракт, произвела и поставила продукцию по данному контракту. В отчете о прибылях и убытках мы уже увидим выручку, как только компания отгрузит свою продукцию покупателю. Но если покупатель по контракту будет платить с отсрочкой, как это обычно принято в бизнес-среде, то денег у компании в этот момент еще не будет. В итоге может возникнуть ситуация «прибыль есть, а денег нет». Может быть и наоборот. Например, компания получила кредит и в этот момент денег у нее очень много на счетах, но прибыли может и не быть.

Итак основными направлениями использования информации о движении денег являются: оценка способности предприятия выполнять все свои обязательства по расчетам с кредиторами, выплате дивидендов и т. п. по мере наступления сроков погашения; определение потребности в дополнительном привлечении денежных средств со стороны; определение величины капиталовложений в основные средства и прочие долгосрочные активы; расчет размеров финансирования, необходимых для увеличения инвестиций в долгосрочные активы или поддержания производственно-хозяйственной деятельности на нынешнем уровне; оценка эффективности операций по финансированию предприятия и его инвестиционных сделок; оценка способности предприятия получать положительные денежные потоки в будущем.

Список использованной литературы

1. Анализ отчета о движении денежных средств // http://fin-plan.org/blog/investitsii/analiz-otcheta-o-dvizhenii-denezhnykh-sredstv/
2. Бланк И.А. Управление денежными потоками. – К.: 2002. – 736с.

Камаев И.С.
студент
ФГБОУ ВО «Астраханский государственный университет»
г. Астрахань, Российская Федерация

Определение приоритетов инвестиционной политики Астраханской области

В современных условиях все большую актуальность приобретает выбор направлений эффективного вложения средств. Важность выявления региональных приоритетов обусловлена крайней необходимостью концентрации ограниченных инвестиционных ресурсов на наиболее острых проблемах развития или направлениях, способных обеспечить конкурентные преимущества региональной экономике на общероссийском и мировом рынках. Выбор стратегических направлении инвестиционной политики позволяет сосредоточивать инвестиционные ресурсы на четко обозначенных в ней целях, что в конечном итоге повышает эффективность инвестиционного процесса в регионе [1, С. 435]. В этой связи, инвестиции – это основная стимулирующая сила экономического роста региона. Они оказывают прямое влияние на рост в соответствующих видах производств и на рост валового регионального продукта (ВРП) [2, С. 664].

Из анализа данных, представленных в таблице 1, видно, что увеличение иностранных инвестиций на l тыс. долл. (в среднем по рассматриваемым годам 29,10 тыс. руб.) приводит в среднем к увеличению ВРП на 0,494 руб., т.е. увеличение иностранных инвестиции дает десятикратное увеличение ВРП. Наиболее сильна связь между иностранными инвестициями и производством пищевой продукции (коэффициент корреляции 0,832) и продукцией машиностроения и металлообработки (коэффициент корреляции 0,442) Так, увеличение иностранных инвестиций на 1 тыс. долл. приведет в среднем к объему реализации продукции пищевой промышленности на 83,2 тыс. руб. при условии, что все иностранные инвестиции будут направляться именно в эту отрасль. Таким образом, результаты расчета доказывают, что при увеличении иностранных инвестиций, наибольший прирост объема производства (а, соответственно, и рост ВРП) будет в производстве пищевой продукции, в связи с чем это направление промышленности может быть названо приоритетным в Астраханской области для привлечения иностранных инвестиций.

Таблица 1

Результаты расчетов связи между объемами иностранных инвестиций и объемом продукции обрабатывающих производств Астраханской области

Показатель	Коэффициент корреляции
ВРП	0,494
Объем продукции химического и нефтехимического производства	0,245
Объем продукции машиностроения и металлообработки	0,442
Объем деревообрабатывающего и целлюлозно-бумажного производств	0,250
Объем продукции текстильного и швейного производства	0,235
Объем продукции пищевой продукции	0,832

Таким образом, можно сделать следующие выводы:

- инвестиционную привлекательность Астраханской области определяет комплекс геополитических и природных ресурсов,
- уникальное экономико-географическое положение Астраханской области определяет высокий транспортно-транзитный потенциал региона,
- нефтегазовый комплекс – основа развития экономики Астраханской области. Также приоритетными отраслями экономики Астраханской области являются промышленность и сельское хозяйство,
- традиционно для региона важными отраслями являлись рыболовство и рыбоводство, а также предоставление туристическо-рекреационных услуг,
- в структуре экономики значительную долю занимают строительство, бюджетный сектор и сектор рыночных услуг [3].

Список использованной литературы

1. Абрамов А.И. Инвестирование. - М.: «ИНФРА», 2006. -435 с.
2. Региональная экономика / под ред. В.И. Видяпина. -М: «ИНФРА», 2008. -664с.
3. Материалы сайта «Анализ инвестиционной политики в России» / URL: www.park.ru (Дата обращения: 02.12.2017)

© Камаев И.С., 2018

Карепанова М.В.
магистрант
ФГБОУ ВПО «Санкт-Петербургский государственный экономический университет»
г. Санкт-Петербург, Российская Федерация

Понятие эффективности бренда туристской дестинации

Под туристской дестинацией понимается географическая территория, имеющая определенные границы, которая может привлекать и удовлетворять потребности достаточно широкой группы туристов. Она является решающим элементом туристской системы [3].

Российскими исследователями было предложено несколько подходов к определению бренда дестинации. Бренд дестинации по Л. Г. Кирьяновой – имя, символ, логотип, слово, знак и другие визуальные элементы, которые одновременно идентифицируют дестинацию [2]. Согласно Жеруковой А.Б., бренд дестинации – это уникальная система взаимозависимых и взаимосвязанных, рациональных и иррациональных ее характеристик, представленная в виде визуальных элементов и отпечатавшихся в сознании потребителя. В статье К. Кузьминой и М. Матецкой есть акцент на то, что бренды дестинаций в отличие от бренда товаров, являются комбинацией культуры, истории, языков, культурного наследства и поведенческих практик [1].

Нет сомнений, что бренд туристской дестинации становится инструментом конкурентоспособности, дифференциации и формирования уникальности территории, способствует повышению ее привлекательности, ее экономическому развитию, улучшению уровня жизни местного населения.

Однако, чтобы совокупный туристский бренд дестинации мог оказывать благотворный эффект на экономику региона, способствовал туристской активности, и, как следствие, восстановлению духовных и физических сил туристов, он должен быть эффективным. К сожалению, на данный момент единого понятия эффективного туристского бренда нет.

Согласно мнению Л.Г. Кирьяновой успешный бренд должен отвечать нескольким правилам:

- Должен быть достоверным, то есть отражать реальные характеристики дестинации и соответствовать ожиданиям туристов.
- Основные сообщения бренда и визуальный ряд должны быть легко интерпретируемы, т.е. легко трактоваться и запоминаться.

- Успех бренда зависит от повторяемости основных идей бренда (в том числе во всех СМИ).
- Бренд должен быть последовательным. Содержание маркетинговых мероприятий не должно противоречить друг другу.
- Необходимо учитывать иерархию брендов: бренд составной или самодостаточный (возможные уровни: туристский бренд страны, бренд региона, локальный бренд, бренд предприятия). При продвижении составных брендов возможно использование одинаковых ключевых ценностей или зонтичного бренда (продвижение под одним брендом сразу нескольких локальных дестинаций).
- Необходим постоянный мониторинг соответствия идентичности бренда и его имиджа в сознании потребителя, а также своевременная корректировка стратегии бренда. Для этого неоценима полезность такой формы социально-экономического исследования как соцопрос.
- Процесс формирования бренда является перманентным, так как доля вновь возвращаемых туристов не велика и необходимо поддержание осведомленности о бренде у новых туристов [2].

Помимо общих рекомендаций по созданию успешного бренда, существует исключительно экономический подход к определению эффективности бренда, когда эффективность определяется как соотношение полученного эффекта и затрат на его осуществление. Здесь важно использование системы оценок. По мнению специалистов в области бренд-менеджмента Т. Муноза и С. Кумара, «ключевая выгода системы оценки брендов состоит в том, что она позволяет связать брендинг и финансовые результаты». Однако разные ученые берут за основу различные эффекты для оценки бренда, и, следовательно, их подход к определению эффективности бренда разнится. По Л. де Чароноти оценка эффективности понимается как оценка последовательных этапов создания и развития бренда по специально выработанным вопросам, каждому ответу присуждается балл по шкале от 0 до 5. Соответственно, высокая общая оценка говорит о приближении бренда к статусу «эффективного». М. Шеррингтон предлагает проводить оценку эффективности брендинга, используя ключевой единый индикатор эффективности – KPI. Следовательно, эффективный бренд должен соответствовать одному определенному доминантному показателю

Несмотря на различные точки зрения, все ученые сходятся в мнении, что выработка единого определения эффективного бренда дестинации затруднено,

поскольку понятие эффекта в брендинге многоаспектно. Эффекты в брендинге можно разделить на эффекты восприятия (создание осведомленности о бренде и формирование позитивного отношения к нему) поведенческие (формирование лояльности к бренду) и экономические (финансовые и рыночные) эффекты. Таким образом, комплексное понятие эффективности бренда дестинации можно определить как наилучшее соотношение полученного экономического эффекта и затрат на его осуществление при одновременном достижении оптимального желаемого эффекта восприятия, поведенческого и рыночного эффекта.

Список использованной литературы

1. Кузьмина К., Матецкая М. Брендинг территорий и брендинг дестинаций: общее и особенное // В кн.: Гастрономические бренды дестинаций: подходы и применение / Науч. ред.: В. Э. Гордин, Ю. Г. Трабская. СПб.: Левша-Санкт-Петербург, 2014. Гл. 1. С. 6-23.
2. Маркетинг и брендинг туристских дестинаций. учеб. пособие/ Л.Г. Кирьянова. – Томский политехнический университет, 2011. – 264 с.
3. Экономика туризма: учеб. пособие / В.С. Боголюбов, В.П. Орловская. – Москва : Академия, 2005. – 190с.

© Карепанова М.В., 2018

Касьянова А.И.
магистрант
ФГАОУ ВО «Уральский Федеральный университет им. первого Президента России Б.Н. Ельцина»
г. Екатеринбург, Российская Федерация

Инфраструктура поддержки социального бизнеса: российский и зарубежный опыт

В настоящее время, во время финансового кризиса, социально ориентированный бизнес становится особенно популярным и востребованным, так как пользуется спросом и способен приносить доход даже в самых критических экономических ситуациях.

Развитие социального бизнеса поможет государству в решении многих острых социальных проблем, переложив часть ответственности на плечи социально ориентированных предпринимателей.

Но для комплексного развития и успешного функционирования необходимо создать действительно мощную систему поддержки. Поэтому

целесообразно рассмотреть опыт зарубежных стран и провести сравнительный анализ с практикой поддержки социального бизнеса в нашем государстве.

В первую очередь, поддержка социального бизнеса должна исходить со стороны государства, а именно, необходимо законодательное оформление деятельности социального предпринимательства.

Одной из главных проблем российских предпринимателей является отсутствие нормативно-правового акта, который бы официально закрепил понятие и формы поддержки социального бизнеса. Работой над проектом нормативного акта начали заниматься еще в 2016 году, но был подвергнут многочисленной критике и отправился на доработку. В январе 2017 года Минэкономразвития РФ направило в профильные ведомства законопроект, которым предлагает закрепить статус социального предпринимательства. По поручению Президента в осеннюю сессию 2017 года нижняя палата Федерального Собрания должна была проработать данный законопроект. И на сегодняшний день законопроект так и не был принят, что затрудняет адресные меры поддержки предпринимателей.

Но все-таки государство не остается в стороне. Минэкономразвития РФ совместно с Агентством стратегических инициатив разработали дорожную карту «Поддержки доступа негосударственных организаций к предоставлению услуг в социальной сфере».

Чего нельзя сказать о Великобритании, в которой еще в 2002 году Министерством торговли и промышленности была разработана стратегия развития социального предпринимательства. А с 31 января 2013 года вступил в силу новый закон, предоставляющий социальным предприятиям более широкие возможности в сфере оказания государственных услуг. Таким образом, данный закон является элементом целенаправленной политики правительства Великобритании по облегчению доступа к государственным контрактам для социальных предприятий [3].

В Канаде 29 июля 2013 года вступили поправки к Закону о коммерческих корпорациях, создающие новую организационно-правовую форму для социальных предприятий – компанию, действующую в интересах общества. Согласно закону, для таких предприятий будет применяться блокировка активов, и в случае банкротства, активы предприятия должны будут передаваться другой компании, действующей в интересах общества или благотворительной организации.

Кроме государственной поддержки, социальный бизнес поддерживают и различные фонды. В России, например, существует Фонд «Наше будущее», основанный президентом крупной нефтяной компании «Лукойл», Вагитом Алекперовым. Основными видами предоставляемой поддержки являются финансовая (займы, гранты и участие в капитале) и консультационная (прямые консультации, обучение, содействие в обмене опытом). Среди прочих общественных институтов, последовательно придерживающих социальное предпринимательство в России, можно выделить Российский союз промышленников и предпринимателей, Центры инновации социальной сферы, Российский микрофинансовый центр [1, С. 44].

В Великобритании действует организация, занимающаяся поддержкой социальных предпринимателей - Social Enterprise London. Её появление стало результатом сотрудничества различных кооперативов и государственных органов. Можно назвать четыре основных банковских организации, кредитующих социальных предпринимателей. Это Triodos Bank, Charity Bank, Unity Trust Bank и Futurebuilders England. Последний из перечисленных – официальный фонд кредитования при правительстве Великобритании, оказывающий поддержку организациям, нацеленным на контракты с государственными учреждениями. Компания финансирует несколько менее крупных правительственных фондов поддержки социальных предпринимателей при Министерстве здравоохранения, секретариате Кабинета Министров и Министерстве по делам общин и местного самоуправления [2].

Подводя итог, можно сделать вывод, что инфраструктура поддержки социального бизнеса в России находится в процессе формирования, так как не приняты основные меры по нормативному закреплению статуса социального бизнеса. Опираясь на зарубежный опыт, можно сказать, что принятие такого законопроекта позволил бы социальному предпринимательству составить конкуренцию различным коммерческим структурам.

Список использованной литературы

1. Сидоров Н.И. Социальное предпринимательство и предпринимательство в социальной сфере (теория и практика). – М.: Издательский дом ФГБОУВПО «ГУУ», 2015. – 80 с.

2. Портал «Новый бизнес» Законодательство в Великобритании // URL: http://www.nb-forum.ru/social/low_world/ (Дата обращения: 20.01.2018)

© Касьянова А.И., 2018

Косенчук О.В.
к.с.-х.н., доцент
ФГБОУ ВО Омский ГАУ
г. Омск, Российская Федерация

Молочное животноводство как фактор территориального развития

Сельские территории выполняют разнообразные функции, которые затрагивают поляризованные аспекты. С одной стороны, сельское население имеет самые высокие показатели бедности, в противоположность этому в сельских территориях сосредоточены огромные богатства природных ресурсов.

В Омской области основным видом деятельности на селе является сельское хозяйство. Животноводство, наряду с растениеводством, является наиболее важным направлением деятельности в аграрном секторе. В регионе в 2016 году аграрным производством занималось более 300 сельскохозяйственных организаций, 1 785 крестьянских (фермерских) хозяйств и 528 индивидуальных предпринимателей, более 280 тысяч личных подсобных хозяйств и 48 сельскохозяйственных потребительских кооперативов. По состоянию на 1.01.2017 года в хозяйствах всех категорий общее поголовье КРС составило 386,5 тыс.голов, в том числе коров 160,6 тыс.голов. произведено молока - 639,3 тыс. тонн, мясо (на убой в живом весе) - 246,8 тыс. тонн. Структура поголовья коров по категориям хозяйств Омской области в 2016 году составила: СХО – 49,3%, ЛПХ – 42,7%, КФХ - 8 % [1].

Однако в сельской местности наблюдается отток населения в поисках более высокооплачиваемой работы. В силу экономических и социальных проблем люди с низким уровнем доходов в хозяйствах, занимающихся молочным животноводством мигрируют в город или за пределы региона. Данная тенденция в последние годы поставила под сомнение развитие молочного производства в сельских районах. В целях стабилизации положения в регионе и развития сельских территорий в молочном животноводстве вкладываются инвестиции (таблица 1) и проводится комплекс мероприятий.

Развитие в регионе современного животноводства на основе молочных комплексов с компьютеризированными доильными залами позволит:

- создать комфортные условия на производстве (повышение престижа профессии);
- увеличить производительность труда;
- повысить продуктивность скота и качество молока;

– оптимизировать количество рабочих мест (решение вопроса дефицита кадров);
– индивидуальный контроль за физиологическим состоянием животных.

Таблица 1

Проекты по развитию молочного скотоводства, реализуемые в 2016 - 2017 годах в Омской области

Наименование проекта	Объем инвестиций, млн. руб.
ООО «Соляное» Строительство животноводческого комплекса на 800 голов с доильным залом (Черлакский район)	160
ОАО «Цветнополье» Строительство фермы молочного направления на 1000 голов с доильным залом (Азовский район)	420
ООО «Лузинское молоко» Строительство животноводческого комплекса на 1800 голов (Омский район)	550
ООО «Старгород-Агро» Строительство молочного комплекса на 1 200 голов коров с доильным залом (Омский район)	603
Другие	704
ИТОГО	2 437

Всего по Омской области среди лучших по продуктивности коров за 2016 год в молочном животноводстве оказалось 24 сельскохозяйственные организации (или 13,5 % от областного показателя) при поголовье коров 21,5 тыс. голов (или 27 % от всех СХО) и производстве молока - 133,8 тыс. тонн, что составило 41 % от областного показателя по СХО. К числу таких организаций относятся ООО «Лузинское молоко», ЗАО «Богодуховское», ЗАО им. Кирова, ООО «Лидер» и другие.

Несмотря на основные препятствия, с которыми сталкиваются производители в молочном животноводстве это фрагментарный подход органов власти и инвесторов к решению вопросов, например, примитивного состояния инфраструктуры и технологии, ограниченной доступности и высокой стоимости вводимых ресурсов, минимальной государственной поддержки. Молочный сектор открывает возможности для создания рабочих мест и сокращения масштабов нищеты. Быстро растущее население и высокие темпы урбанизации являются дополнительной движущей силой растущего спроса на свежее молоко

и молочные продукты. Хозяйства, занимающиеся молочным животноводством, выполняют важную социально-экономическую функцию. Они генерируют доход и дают рабочие места для местных жителей, обеспечивают рынок сырьевых товаров и занятость в сельских районах. В целом следует отметить, что молочное животноводство способствует продовольственному суверенитету региона за счет круглогодичного производства и поставки натурального молока на местные рынки по низким ценам, обеспечивает поступление налогов в бюджет региона и тем самым создает предпосылки для развития сельских территорий. Данная деятельности имеет важную социальную и экономическую значимость в пределах национальной территории.

Список использованной литературы

1. Курзанов А.А. Итоги работы в отрасли животноводства в Омской области за 2016 год и задачи на 2017 год / URL: http://msh.omskportal.ru/ru/RegionalPublicAuthorities/executivelist/MSH/the_branch_information/production/results/2016-01-29/PageContent/0/body_files/file8/kurzanov.pdf (Дата обращения 28.01.2018)

© Косенчук О.В., 2018

Краснов Е.А.
магистрант
ФГАОУ ВО «Санкт-Петербургский национальный исследовательский университет информационных технологий, механики и оптики»
г. Санкт-Петербург, Российская Федерация

Региональная экономическая интеграция как основной драйвер социально-экономического развития региона

Изучение интеграционных процессов, имеющих воздействие на различные аспекты экономической деятельности стран, регионов, предприятий и организаций. Социально-экономическое развитие страны в большинстве случаев зависит от успешности сотрудничества между регионами в границах страны и с регионами сопредельных территорий и других стран. В данный момент интеграционные процессы в экономических, социальных, политических и т.д. сферах отношений приводят к взаимному развитию и укреплению многосторонних связей для последующего роста.

Теории экономической интеграции в основном рассматриваются в рамках международного экономического взаимодействия между странами. Анализируя

подходы к описанию интеграционных процессов и дифференциации причин их возникновения, получается, что основной причиной развития является появление долгосрочных хозяйственных связей между организациями и предприятиями (от малых до крупных, от частных до государственных) региона, а также установление внешнеэкономических связей с иностранными государствами. Необходимость этих процессов объясняется степенью развития социально-экономических систем. Для понимания основной цели интеграционных процессов необходимо рассматривать теории как объяснение причин возникновения интеграции на разных уровнях взаимодействия.

Изучение региональной интеграции тесно связано с развитием теории конвергенции. Термин «конвергенция» дефинирован в экономике в 1960-1970-е гг. Конвергенция – это процесс сближения экономических систем регионов. Изначально данное понятие использовалось в отношении взаимодействия экономических систем капиталистических и социалистических стран. Сейчас термин все больше применяется в отношении интеграционных процессов.

Термин «интеграция» (от лат. integrace) – это некая целостность, структура, улучшение. Слово «интеграция», как и сам процесс интеграции, появилось в 20-х годах XX века [3, С.109]. Также, слово «интеграция» происходит от лат. integer (целый) и от лат. слова intergen (сплочение экономических субъектов).

Региональные интеграционные процессы рассматриваются в работах П. Я. Бакланова, В. М. Гаяновой и др. Большинство авторов, при исследовании вопросов, связанных с региональными интеграционными процессами в рамках территории одной страны, предлагают использовать версию термина международной экономической интеграции с минорными модификациями. Например, П. Я. Бакланов, применяя в своих исследованиях многоуровневый подход, полагает, что интеграция – это объединение устойчивых связей и зависимостей в социально-экономической, политической и геополитической сферах на региональном, межрегиональном и межгосударственном уровнях [1, С. 11]. Таким образом, исходя из определения П. Я. Бакланова, интеграционные процессы имеют место быть на разных уровнях взаимодействия.

С другой стороны, В. М. Гаянова полагает, что интеграция представляет собой процесс создания целостного образования, включающего в себя участников объединения и связи между ними, которые обусловливаются стратегическими потребностями, прежде всего, самих хозяйствующих субъектов

с целью повышения их конкурентоспособности в условиях свободной рыночной конкуренции с учетом согласованности интересов участников для достижения общих стратегических целей [2, С. 18]. В данном определении представлен комплексный подход, рассматривающий связи и участников интеграционных процессов, в нем отражены главные цели осуществления совместных мероприятий и производств. Определение, предложенное П. Я. Баклановым, наиболее полно отражает уровни региональной интеграции на уровне отдельных субъектов хозяйствования. Большинство авторов рассматривают интеграцию именно с точки зрения межгосударственного взаимодействия, однако следует отметить, что интеграция происходит не только на уровне государств, но и на уровне регионов отдельных стран. Заключается это взаимодействие в формировании устойчивых и взаимовыгодных отношений между отдельными регионами страны.

Региональную экономическую интеграцию следует рассматривать как многоуровневый процесс, охватывающий разнообразные социально-экономические связи и отношения, возникающие в хозяйствующем субъекте – регионе страны, осуществляемый на региональном, межрегиональном и межгосударственном уровнях. В качестве основы таких процессов выступают их экономические интересы на уровне страны и региона.

Таким образом, подводя итог, региональная экономическая интеграция является одним из основных драйверов, имеющихся и вновь формирующихся организационно-экономических форм взаимодействия не только на межгосударственном, но и межрегиональном уровнях, способствуя взаимовыгодному развитию региональных пространств стран.

Список использованной литературы

1. Бакланов, П. Я. Интеграционные и дезинтеграционные процессы на Дальнем Востоке России // Региональные исследования. - 2002. - № 1. - С. 11-19.

2. Гаянова, В. М. Интеграционные процессы в розничной торговле: Автореф. дис. канд.эк. наук. - Екатеринбург, 2009. - 27 с.

3. Николаева, Т. И., Гаянова, В. М. Экономическая интеграция и особенности ее развития в торговле // известия УрГЭУ. - 2009 - № 1. - с. 109-115.

4. Полякова, А. Г., Колмаков, В.В. Управление собственностью как экономической основой пространственного развития: сущность, концептуальные основы, механизм. - Тюмень: ТюмГНГУ, 2006. - 196 с.

© Краснов Е.А., 2018

Кричевский М.И.
магистрант
Пупыкин В.В.
магистрант
Заступов А.В.
к.э.н., доцент
ФГБОУ ВО «Самарский государственный экономический университет»
г. Самара, Российская Федерация

Особенности финансовой политики в промышленном секторе экономики

Ведущую роль и актуальное значение в экономике государства с точки зрения обеспечения экономического роста имеет промышленная политика. Особую роль играет промышленная политика в кризисных условиях и в условиях реформирования экономики. Она необходима для восстановления управляемости экономикой, изменения ее структуры, проведения институциональных изменений. Чтобы избежать перегрева экономики или чрезмерного ее падения, необходима проработанная и эффективная промышленная политика, которая позволяла бы акцентировать внимание на организационно-управленческом аспекте взаимосвязи экономического роста и инвестиций.

Основа промышленной политики – оптимальное решение инновационно-инвестиционных проблем экономического роста. Эти два аспекта тесно взаимосвязаны. Внедрение изобретений, новых технологий, инноваций требует значительных инвестиций. Недостаток инвестиционных ресурсов, в свою очередь, формирует условия для роста объема инноваций в различные сферы экономики, прежде всего, связанные с промышленными отраслями экономики.

Содержательная сторона финансовой промышленной политики характеризуется структурно-инвестиционной направленностью, в ней соединены экономический рост и инвестиции [1, С. 196]. Причем обеспечение высоких темпов и качества экономического роста, на основе которого растут занятость, доходы населения, накопления предприятий и поступления в бюджет, увеличивает спрос на рынке за счет расширения потребительского и инвестиционного спроса. Данный аспект рассматривается как основная задача промышленной политики, а в совершенствовании инвестиционного процесса – как средство достижения поставленной цели.

Важной составляющей промышленной политики является структурная политика, которая предполагает определенные институциональные преобразования. Она необходима для реструктуризации традиционных отраслей, составляющих основу промышленного комплекса и для выборочной поддержки новых перспективных отраслей, в том числе через механизм налогового стимулирования [2, С. 27]. Промышленная политика реализуется через определенные механизмы и инструменты, в число которых входят стимулирование инвестиций в форме субсидий, кредитов, государственные заказы, налоговые льготы [3, С. 31]. К инструментам промышленной финансовой политики можно отнести регулирование иностранных инвестиций и внешнеторговую политику.

Большое значение инвестиционная промышленная политика имеет в кризисных условиях и в условиях реформирования и модернизации экономики. Она позволяет изменить ее структуру, концентрировать ресурсы в условиях их ограниченности для реализации выбранных целевых характеристик.

В этой связи, наиболее прогрессивным подходом к инновационно-инвестиционному развитию экономики промышленности становится формирование и развитие промышленных кластеров, что способствует последовательно и комплексно оценить промышленную политику региона, а именно:

- сформировать новые конкурентные преимущества бизнеса с учетом имеющихся рисков в деятельности предприятий промышленности [4, С. 247];
- выявить дополнительные возможности для инновационно-инвестиционного развития, в том числе в сфере налогообложения [5, С. 29];
- обозначить ключевые направления по взаимодействию между различными экономическими субъектами рынка: государством, бизнес-сообществом, научно-образовательными учреждениями и общественностью;
- повысить уровень занятности и качество жизни населения региона, учитывая эффективную эколого-экономическую политику развития региона [6, С. 137], определяя положительный имидж региона в оценке внешней средой.

Список использованной литературы

1. Виноходова А.Ф., Дмитрик Е.Г. Финансовая среда предпринимательства // ООО "ТНТ". Москва, 2012. 328 с.

2. Заступов А.В. Налоговое стимулирование нефтедобычи в осложненных условиях // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2012. № 4 (90). С. 26-29.
3. Заступов А.В. Отраслевые особенности налогообложения в современной системе недропользования // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2014. № 2 (112). С. 29-33.
4. Когденко В.Г., Мельник М.В., Быковников И.Л. Краткосрочная и долгосрочная финансовая политика // Издат-во «Юнити-Дана». Москва, 2010. 472 с.
5. Заступов А.В. Аспекты управления проектными рисками в деятельности предприятий нефтедобывающей промышленности // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2008. № 11 (49). С. 27-32.
6. Медведев В.К., Заступов А.В. Эколого-экономические аспекты эффективности ресурсоотдачи механизма природопользования в нефтяном хозяйстве // Вестник Самарского государственного экономического университета. 2006. № 2 (20). С. 136-142.
© Кричевский М.И., Пупыкин В.В., Заступов А.В., 2018

Кудашкина Т.А.
магистрант
ФГАОУ ВО «Сибирский Федеральный Университет»
научный руководитель: доц., канд. техн. наук Мерзликина Н.В.
г. Красноярск, Российская Федерация

Внедрение системы менеджмента качества на предприятии общественного питания

Качество питания в жизни современного человека играет важную роль. Каждый человек следит за своим питанием, выбирает все самое свежее, вкусное и натуральное. Ведь мы то, что мы едим. Но в ритме современной жизни, в условиях проживания в большом мегаполисе, в постоянных пробках, не у каждого работающего человека найдётся время на приготовление здоровой пищи. Поэтому, многие, чаще всего, питаются в столовых, кафе или ресторанах.

Чтобы быть востребованным и конкурентоспособным предприятием общественного питания, такие понятия как «качественная продукция» и «безопасная продукция» должны быть неразрывными друг с другом и быть

словно девизом компании, главным вектором направления деятельности компании. Система менеджмента качества как раз сочетает в себе эти два понятия. Её внедрение на предприятии общественного питания обеспечит:

- контроль качества и безопасности производства продукции на всех её этапах (от закупки продуктов до подачи или продажи готового блюда гостю);
- повышение доверия потребителей;
- снижение риска получения недоброкачественной продукции;
- документальное подтверждение безопасности производимой продукции;
- создание деловой репутации;
- возможность принимать участие в тендерах и грантах.

Услуги, предоставляемые предприятиями общественного питания, не входят в перечень услуг, подлежащих обязательной сертификации, следовательно, сертификация на предприятиях общественного питания в России является добровольной и производится на основе внутреннего контроля безопасности и качества продукции. Внутренний контроль над безопасностью и качеством пищевой продукции на предприятиях общественного питания, ещё называют технологическим контролем.

Технологический контроль – контроль качества сырья, пищевых продуктов, полуфабрикатов, готовой продукции, технологических процессов, применяемых при изготовлении продукции предприятий общественного питания, включающий в себя: входной, операционный и приёмочный контроль.

Входной контроль – контроль качества продукции поставщика, поступившей заказчику для использования при производстве готового продукта на предприятиях общественного питания.

В свою очередь входной контроль делится на 3 вида:

- выборочный контроль – производится проверка нескольких единиц поступившей продукции, по результатам которой делается вывод обо всей партии продукции;
- сплошной контроль – проверку проходит вся поступившая продукция;
- статистический контроль – или предупредительный контроль, проводимый по технологическому процессу, его основная цель – предупредить вероятность брака.

Операционный контроль – контроль продукции, осуществляемый во время технологического процесса или после его завершения (приготовление продукции по технологическим картам).

Приёмочный контроль – контроль качества и безопасности готового продукта, по результатам которого принимают решение и его пригодности к реализации и сбыту (подача блюда, оформление, температура).

Для предоставления качественных услуг и производства качественной продукции, на предприятиях общественного питания необходима эффективная система управления качеством. Наиболее эффективным методом управления качеством будет являться реализация требований системы менеджмента качества. Система менеджмента качества предусматривает определение целей и политики в области качества, процессов и ресурсов, необходимых для достижения наивысшего уровня качества продукции. А также, система менеджмента качества позволяет оптимально использовать ресурсы предприятия и предотвратить возникновение потерь с помощью инструментов и методов бережливого производства, учитывая, как краткосрочные, так и долгосрочные цели компании.

Список использованной литературы

1. Аристов О.В. Управление качеством: учеб. пособие для вузов. – М.: ИНФРА, 2003. – 240 с.
2. ГОСТ Р 50764-95. Услуги общественного питания. Общие требования. [Текст]. – Введ. 1996-01-01. - М.: Издательство стандартов, 1996.

© Кудашкина Т.А., 2018

Кунафина Д.Ф.
студентка гр. ФС-38
ФГБОУ ВО «Самарский государственный институт культуры»
Научный руководитель: к.э.н., доцент Подкопаев О.А.
г. Самара, Российская Федерация

Корпоративная культура компании «Adidas»

Компания Adidas имеет объёмную структуру, в которую входят восемь крупных предприятий, десятки дочерних фирм, и более восьми сотен магазинов по всему миру. Для компании подобных масштабов свойственна работа с невероятным количеством кадров, задействованных в её работе. Портные и дизайнеры, директора и бухгалтера, менеджеры и продавцы – всё это детали огромного механизма, благодаря взаимодействию которых компания движется, растёт и развивается. Для регулирования их работы и поддержания связей между

звеньями Adidas на протяжении не одного десятка лет занимается вопросами разработки собственной корпоративной культуры.

Если говорить о канонах корпоративной культуры, то компания Adidas может стать примером для описания грамотно выстроенной корпоративной культуры:

- деятельность компании в области корпоративной культуры обоснована и в реальности соответствует философии компании;
- существует устойчивая система ценностей: она учитывается и в корпоративных правилах, и в кадровой политике, и в обучении;
- корпоративная культура беспрерывно поддерживается комплексом мер;
- каждый сотрудник работает в соответствии с корпоративными правилами компании;
- в компании господствует демократический стиль управления, который устанавливает глава компании, а также формируется с помощью тренингов [1].

Корпоративная культура компании Adidas строится на её идеалах, на положениях и ценностях, которые возводились ею многие годы. «Миссия – стать мировым лидером в производстве спортивных товаров, объединяющем бренды, построенные на страстном увлечении спортом и спортивным образом жизни» [2]. Каждый сотрудник безоговорочно поддерживает приоритеты своей компании, соблюдает обычаи и традиции, следует поставленным ею целям. В свою очередь Adidas соблюдает правило «обратной связи». Компания не только следит за соблюдением кадрами сложившихся устоев, но также всегда готова открыться новому. Adidas следит за активностью своих работников. Любые идеи, необычные предложения или же поправки компания готова выслушать и учесть. В связи можно сделать вывод, что Adidas следит за развитием процесса общения внутри своей структуры и учитывает вклад каждого элемента в развитие компании.

Говоря о взаимодействии звеньев компании, нельзя не упомянуть о том, что Adidas имеет собственную программу занятий для каждого кадрового подразделения. Все работники в обязательном порядке проходят обучающие тренинги, приглашаются на семинары и деловые встречи с целью повышения их собственного профессионального уровня.

Так же методом поддержания деловой культуры служат всевозможные мотивации и специальные мероприятия. Каждый год компания разрабатывает новые проекты для приобщения работников не только к деловой сфере, но и к

спортивной, идея которой и является её главным двигателем. Одним таким мероприятием была представлена программа «Меняй жизнь через спорт». Своей задачей программа ставила не просто мотивировать сотрудников с удовольствием делать то, чего от них ожидает компания, но и способствовать тому, чтобы спорт по-настоящему стал частью их жизни. В борьбе за физическое благополучие своих сотрудников были приняты такие воспитательные меры как: исключение жирной и вредной пищи из меню столовых организаций, регулярный опрос работников о его собственных спортивных достижения, организация спортивно-массовых мероприятий и праздников. По окончании первого пробного этапа программы были подведены итоги, результаты которых не только оправдали ценность потраченных на неё ресурсов, но даже превзошли первоначальные показатели. Большая часть сотрудников компании сделали спорт частью своей жизни и за счёт изменения собственных ценностей помогали меняться другим [3].

Таким образом, можно сказать, что модель корпоративной культуры компании Adidas является образцовым примером связи и активного взаимодействия компании с сотрудниками. И хотя её методы работы с кадрами нельзя назвать совершенными, стоит заметить, что в своей деятельности компания справляется с формированием и внедрением собственной корпоративной культурой в свои организации.

Список использованной литературы

1. «Общее состояние корпоративной культуры компании Adidas» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://studbooks.net/850229/menedzhment/filosofiya_kompanii_adidas

2. «Философия компании Adidas» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://studbooks.net/850229/menedzhment/filosofiya_kompanii_adidas

3. «Как заменить фастфуд спортом. Кейс российского Adidas» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://neohr.ru/korporativnaya-kultura/article_post/kak-zamenit-fastfud-sportom-keys-rossiyskogo-adidas

4. Теоретико-методологические подходы и практические результаты социально-экономических и междисциплинарных научных исследований / Алексеева Н.А., Аникин Д.В., Беляева С.В., Буримов Н.И., Валл К.П., Валюлина Е.В., Воеводина С.С., Елисеева Е.В., Ерохин В.В., Захаров В.В., Захарова Н.И., Звягинцева Е.П., Зуб А.Т., Карбанович О.В., Карпов Э.С., Карпова Е.Г., Киприянов Ф.А., Кузьмина Б.С., Лупоядова Л.Ю., Лызарь О.Г. и др. Самара, 2017.

Лазарева М.С.
ст. преподаватель
ФГБОУ ВПО «Новосибирский государственный технический университет»
г. Новосибирск, Российская Федерация

Возможности повышения инновационной восприимчивости предприятий

Инновационная восприимчивость традиционно трактуется как способность и возможность субъектов хозяйствования внедрять в процесс производства новые технологии, технологические решения и подходы. Франк Е.В. предлагает расширить это понятие, понимая под инновационной восприимчивостью процесс, основанный на способности предприятия к модификации существующего технологического уклада, совершенствовании квалификации кадров, вызванный инновационной предприимчивостью (активностью) [1, С.88].

Повышение инновационной восприимчивости влияет на составляющие конкурентного потенциала предприятия, определяя качество производственного потенциала, рыночные позиции (конкурентоспособность) и способность предприятия оперативно адаптироваться к внешней среде и разрабатывать эффективные рыночные стратегии [2, С.34].

Среди факторов инновационной восприимчивости, помимо бизнес-модели и ключевых компетенций компании, можно выделить восприимчивость технологической системы, структурно-организационной среды, управленческой системы, восприимчивость персонала.

Необходимо отметить, что, когда говорят об инновационной восприимчивости и активности предприятий, в первую очередь подразумевают технические инновации. Внедрение технических инноваций требует значительных затрат, связано с высоким риском, зависит от производственной стратегии компании и т.д. Но для развития и обновления предприятия, продления его жизненного цикла не меньшее значение имеют организационно-управленческие инновации, понимаемые как новые методы в ведении бизнеса, организации рабочих мест, внешних связей. Они ставят своей целью преобразование управленческой структуры компании, совершенствование системы корпоративных финансов, управление персоналом и т.д. [3, С.153]. Восприимчивость к подобным инновациям во-многом зависит от личностно-квалификационных характеристик персонала компании.

Под инновационной восприимчивостью персонала понимают степень его

готовности и способности осваивать заимствованные инновации. Она определяется стремлением персонала к поиску и применению информации о передовом опыте, к освоению технических, технологических, организационных и др. инноваций [4, С.192]. Готовность персонала к изменениям стимулируется кадровой политикой предприятия, корпоративной системой обучения, профессионального развития, принятой системой вознаграждения, организационной культурой.

Отдельно можно выделить и такой фактор, как инновационная восприимчивость руководителей. Сегодня очевидна нехватка руководителей новой формации, обладающих, помимо технического профессионализма, инновационно-управленческими компетенциями. Современный руководитель должен иметь системное инновационное мировоззрение, теоретическую готовность к инновационной деятельности, позволяющую обнаруживать в информационном поле инновации, соответствующие целям развития организации, расценивать знания и компетенции как стратегический ресурс.

Трудности в разработке или принятии инноваций часто связаны с личностными факторами руководителей – консервативностью, авторитарностью, закрытостью новому, непониманием роли управленческих изменений. И даже если устранить все перечисленные препятствия, возникает еще один важный момент – нехватка времени на получение новых знаний и приобретение навыков [5, С.93].

Поэтому представляется важным уже на стадии обучения студентов-менеджеров (да и любых других студентов - будущих руководителей), формировать их инновационную активность. Как показано в работе [6, С.28], сегодняшние студенты в большинстве своём не готовы и не мотивированы к инновационной деятельности. Для повышения этой готовности необходимо развивать грантовые программы по вовлечению молодёжи в инновационную деятельность, сделать акцент на выработку практических навыков внедрения инноваций, активно предоставлять информацию об успешных инновационных проектах, инноваторах, привлекать их к учебному процессу.

Внимание ко всем вышеперечисленным аспектам поможет компаниям повышать свою инновационную восприимчивость.

Список использованной литературы

1. Франк Е.В., Машевская О.В. Инновационная восприимчивость и ее составляющие как регуляторы адаптации промышленного предприятия к

условиям изменяющейся среды // Вестник Самарского государственного университета. 88 2015. № 8 (130). С. 88-96.
2. Никифорова Т.И. Возможности развития конкурентного потенциала строительных организаций. В сборнике: Практические аспекты современного менеджмента. Материалы II международной научно-практической конференции. 2016. С.34-39.
3. Дереповская Н.С. Организационно-управленческие инновации: состояние и перспективы. В сборнике: Экономические и организационно-управленческие проблемы развития строительного комплекса России. Материалы всероссийской конференции. - Новосибирск, 2013. – С. 152-156.
4. Барабицкий А.А. Факторы восприимчивости производственной системы к инновациям. – Бизнес в законе, 2012, №5, С.192-195.
5. Дереповская Н.С. Формирование инновационных компетенций руководителя. В сборнике: Трансформация российской национальной экономической системы. Материалы VII Всероссийской конференции, посвящённой памяти профессора Р.М.Гусейнова. – Новосибирск, 2012. – С. 91-95.
6. Никифорова Т.И Стимулирование инновационного предпринимательства. В сборнике: Актуальные направления научных исследований. Сборник статей международной научно-практической конференции. 2017. С.26-28.

© Лазарева М.С., 2018

Лисицына Мария Владимировна
Студент бакалавриата
«Ставропольский государственный аграрный университет» (СтГАУ)
г. Ставрополь, Российская Федерация

Монополизация экономики во второй половине XIX века

Аннотация: *Монополизация экономики – один из мощнейших процессов в экономике, который происходил на рубеже XIX–XX вв. Именно в данный период появились крупные корпорации и компании, которые активно развивались, а также обрели мощную рыночную и экономическую власть.*

Ключевые слова: *монополия, экономика, рынок, конкуренция, империализм.*

Монополия (от древнегреческого μονοπώλιον «единственный продавец») представляет собой древнейшую форму организации экономики, которая существовала 4,5 тыс. лет назад ещё в Древнем Египте, также монополии существовали в Древней Греции, внимание на них тогда обратил великий

древнегреческий философ Аристотель. Многие мыслители акцентировали своё внимание на монополии, можно заметить, как с каждым разом интерес к данному явлению возрастал, также росло и их значение в экономике, в 476—1492 гг. это было наиболее ощутимо.

Монополия может возникнуть 2-мя путями:

1-й путь - мелкие фирмы поглощаются одной или происходит их добровольное объединение, они производят однородную продукцию;

Слияние мелких фирм происходит по тому, что это очень выгодно, например, две фирмы могут объединиться для противостояния с третьей; фирмы при присоединении расширят своё производство, тем самым будут получать больше прибыли, также может возникнуть такая ситуация, что фирма предпочтёт поглощению вынужденную интеграцию, но не во всех случаях объединение фирм будет означать монополию.

2-й путь – производитель владеет исключительным в своём роде благом или способностью на осуществление какого-либо вида деятельности, недоступной другим.

Черты монополии:

- На рынке осуществляет деятельность только один продавец;
- Остальные производители сталкиваются с барьерами, которые вызывают у них сложность нахождения на рынке;
- Ведётся производство уникальной продукции;
- Производитель устанавливают цену на такую продукцию;
- Перед покупателем стоит выбор – или покупать товары у данного производителя или нет.

Совершенная конкуренция была характерна для экономики развитых страны ориентировочно до середины XIX в. Особенности данного типа конкуренции:

- Производство однотипной продукции;
- Большое количество производителей и покупателей;
- Вход и выход на рынок свободный;
- Неконтролируемые цены, которые устанавливаются в ходе действия закона спроса и предложения;

Но начиная со 2-ой половины произошли изменения, такие, как:

- был накоплен внушительный капитал;

- произошёл подъём капиталоёмких отраслей;
- производство сосредоточилось на близких видах продукции в рамках небольшой области.

Вследствие этого появились мощные и огромные предприятия, которых до этого не было, они начали овладевать значительной частью рынка.

Сторонники немецкой исторической школы заинтересовались монополизацией экономики в последней трети XIX в., и они назвали империализмом данную стадию развития капитализма, этот процесс рассмотрели В. Зомбарт, А. Ф. Гильфердинг и В.И. Ленин. Кроме того, говорилось о том, что «конкуренция убивает конкуренцию» и ключевой становится монополия, и то, что «монополия рождает конкуренцию, и наоборот»; т.е., монополия зарождается лишь в следствии рыночной конкуренции. Ленин в своём труде «Империализм, как высшая стадия капитализма» показал, что благодаря масштабным открытиям последней трети XIX века, послужившие изменениям структуры народного хозяйства, стали основой монополизации, он говорил о том, что производство концентрируется на некотором количестве крупных предприятий, которые договариваются между собой о поддержании единого уровня цен (ринг), это 1-ая форма монополии. Позже появляются банковские монополии, Ленин рассматривал монополии как результат концентрации производства, которая даёт возможность компаниям получать монопольно-высокую прибыль на основе поддержания монопольно-высоких цен.

А. Курно провёл одно из первых исследований монополий, А. Маршалл также говорил о монополиях, один из его трудов называется «Теория монополий», где он дал их характеристику, также В. Петти проявлял интерес к ним.

В нашей стране первые монополии появились в 80-х годах XIX в, этот процесс проходил особенно, так как было вмешательство государственных органов в создание и деятельность монополий в отраслях, которые были важны для страны (машиностроение, металлургия, нефтяная промышленность и т.д.), всё это привело к развитию данного направления. Катализатором для монополий в банковском деле был иностранный капитал. Роль монополий до XIX в. была незначительной, но после экономического кризиса 1900-1903 гг. монополии стали образовываться в форме синдикатов, карателей, трестов. На тот период было отсутствие законодательных норм, которые регулировали бы деятельность

монополий, были распространены официально регистрированные монополии, но в тоже время существовали такие монополии, которые действовали с согласия и при поддержке государства. В 1910-1913 годах (промышленный подъём) продолжался рост монополий, они были во многих отраслях, но в лёгкой, пищевой промышленности, металлообработки уровень монополизации был не высок. Но в годы первой мировой войны в нашей стране прекратилась деятельность многих локальный монополий, но в общем, число монополий и их сила увеличилась, появились крупные концерны; хорошо развивались монополии, связанные с военным производством. Государство регулировало деятельность монополий, но после октябрьской революции монополии были ликвидированы в ходе национализации банков и промышленности. В России и под конец 19 века положение антимонопольной политики было слабой, тем не менее, непосредственно монополизм тормозит и препятствует достижению положительных результатов реформ.

Недостатки монополии:

- Завышенные цены;
- Отсутствие разнообразия товаров для потребителей;
- Недопроизводство;
- Монополия нарушает и препятствует функционированию механизмов саморегуляции рынка.

Роль монополий возрастала с ростом и развитием бизнеса, по большому счету, монополии стали основной силой общества и рынка. В первую очередь процесс монополизации возник в сфере кредита, дальше в торговле, а затем в промышленности. Данное явление достигло высшей точки в XX в.

Список использованной литературы

1. Войтов А.Г. Хозяйство (Политэкономия XXI века): Учебное пособие – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К °», 2017.с – 254 с.

2. Войтов А.Г. Экономическая теория: Учебник для бакалавров. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К °», 2013.с – 392с.

3. Грязнова А.Г., Абрамова М.А., Беккер Е.Г., Беляева И.Ю. // Курс экономической теории для системы переподготовки и повышения квалификации государственных служащих

4. Ларионов И. К. Глобальный экономический кризис: причины и последствия // Проблемы экономики и юридической практики - 2015г. №4

5. Погорелая Т.А. История экономики: учеб. пособие – Электрон. дан. – Кемерово: КузГТУ имени Т.Ф. Горбачева, 2012.

Литвин В.В.
магистрант
УО «Белорусский государственный университет информатики и радиоэлектроники»
г. Минск, Республика Беларусь

ABC-XYZ-анализ торгового предприятия

Главная задача любого предприятия – увеличение прибыли. Для достижение необходимой цели можно вложить дополнительные средства и увеличить объемы работ, можно закупить новое оборудование или программное обеспечение и усовершенствовать производственный процесс, а можно пойти наиболее простым путем и извлечь максимум из того, что уже имеется.

Рационализировать ресурсы, а соответственно и оптимизировать работу компании, можно с помощью ABC-XYZ-анализа. Применение результатов анализа позволяет повысить уровень логистики предприятия и, тем самым, минимизировать риски, сократить расходы и увеличить прибыль.

Целью ABC анализа является ранжирование любых ресурсов с точки зрения их вклада в прибыль или продажи. Благодаря такому ранжированию можно правильно расставить приоритеты деятельности, сфокусировать использование ресурсов компании, выявить излишнее использование ресурсов и предпринять своевременные корректирующие меры [2].

В процессе анализа исследуемые товары/ресурсы делят на 3 группы:

– A 20% товаров/ресурсов приносят 80% дохода.
– B 30% товаров/ресурсов приносят 15% дохода.
– C 50% товаров/ресурсов, приносящих около 5% дохода.

Алгоритм ABC-анализа состоит из следующих шагов [1, с. 629].

1. Определить объект анализа: клиент, поставщик, товарная группа.

2. Определить параметр анализа: объем продаж, доход, количество проданных единиц и т. д,

3. Определить период, за который будет проводиться ABC-анализ, и подготовить агрегированные данные по продажам за этот период.

4. Отсортировать объекты анализа в порядке убывания значения параметра.

5. Чтобы определить принадлежность выбранного объекта к группам A, B и C, необходимо:

– рассчитать долю параметра от общей суммы параметров выбранных объектов;

– рассчитать эту долю с накопительным итогом;

– присвоить значения групп выбранным объектам.

Границы групп 80%-15%-5% могут изменяться и устанавливаться индивидуально каждой компанией. Существуют и другие варианты процентного распределения объектов внутри категорий ABC, например: A - 75 %, B - 15 %, C - 10 % или A - 50 %, B - 30 %, C - 20 %.

XYZ-анализ – это инструмент, позволяющий разделить продукцию по степени стабильности продаж и уровня колебаний потребления.

Метод данного анализа заключается в расчете каждой товарной позиции коэффициента вариации или колебания расхода. Этот коэффициент показывает отклонение расхода от среднего значения и выражается в процентах. Данный анализ позволяет спрогнозировать и проанализировать стабильность продаж и колебания уровня потребления тех или иных товаров.

Результаты XYZ-анализа позволяют оптимизировать складские запасы. Ресурсы группируются по трем категориям на основе предварительно рассчитанного коэффициента вариации:

X – менее 10%.

Y – от 10% до 25%.

Z – более 25%.

Коэффициент вариации рассчитывается следующим образом [3]:

$$\sigma = \sqrt{\frac{\sum_{i=1}^{n}(x_i - \tilde{x})^2}{\mathrm{n}}}$$

где: σ – среднее квадратическое отклонение,

x_i – значение i-го периода,

$\tilde{x}$ – среднее значение за n периодов,

n – количество периодов [4].

Чем меньше величина коэффициента вариации, тем точнее прогноз.

Алгоритм XYZ-анализа также состоит из нескольких шагов [1, с. 630]:

1. Определить объект анализа: клиент, поставщик, товарная группа, товарная позиция.

2. Определить параметр анализа: объем продаж, доход, количество проданных единиц, частота покупок товара, количество заказов, средний товарный запас и т.д.

3. Определить период, за который будет проводиться XYZ-анализ, и подготовить агрегированные данные по продажам за этот период.

4. Рассчитать коэффициент вариации.

5. Отсортировать объекты анализа по возрастанию значения коэффициента вариации.

6. Определить rруппы X, y и Z.

Сочетание ABC и XYZ анализов выявляет безусловных лидеров (группа AX) и аутсайдеров (CZ). Оба метода хорошо дополняют друг друга [5]. Результаты ABC и XYZ-анализа обычно представляются в виде матрицы, состоящей из трех строк и трех столбцов, в зависимости от вклада в выручку компании (ABC) и регулярности покупок (XYZ).

Выделение 9 групп товаров, позволяет сделать следующие выводы [5]:

1. Товары групп A и B обеспечивают основной товарооборот компании, поэтому необходимо обеспечивать постоянное их наличие. Как правило, по товарам группы A создается избыточный страховой запас, а по товарам группы B - достаточный.

2. Товары группы AX и BX отличает высокий товарооборот и стабильность. Необходимо обеспечить постоянное наличие товара, но для этого не нужно создавать избыточный страховой запас. Расход товаров этой группы стабилен и хорошо прогнозируется.

3. Товары группы AY и BY при высоком товарообороте имеют недостаточную стабильность расхода, и, для того чтобы обеспечить постоянное наличие, нужно увеличить страховой запас.

4. Товары группы AZ и BZ при высоком товарообороте отличаются низкой прогнозируемостью расхода. Попытка обеспечить гарантированное наличие по всем товарам данной группы только за счет избыточного страхового товарного запаса приведет к тому, что средний товарный запас компании значительно увеличится. Поэтому по товарам данной группы следует пересмотреть систему заказов:

– обеспечить по части товаров более частые поставки;

– выбрать поставщиков, расположенных близко к складу, тем самым снизив сумму страхового товарного запаса;

– повысить периодичность контроля, а также поручить работу с данной группой товаров самому опытному менеджеру компании и т. п.

5. Товары группы C составляют до 80% ассортимента компании. Применение XYZ-анализа позволяет сильно сократить время, которое менеджер тратит на управление и контроль над товарами данной группы

6. По товарам группы CX можно использовать систему заказов с постоянной периодичностью и снизить страховой товарный запас.

7. По товарам группы CY можно перейти на систему с постоянной суммой (объемом) заказа, но при этом формировать страховой запас, исходя из имеющихся у компании финансовых возможностей.

8. В группу товаров CZ попадают все новые товары, товары спонтанного спроса, поставляемые под заказ и т. п. Часть этих товаров можно безболезненно выводить из ассортимента, а другую часть нужно регулярно контролировать, так как именно из товаров этой группы возникают неликвидные или труднореализуемые товарные запасы, от которых компания несет потери [4].

Таким образом, использование совмещенного ABC и XYZ-анализов имеет ряд значительных преимуществ, к которым можно отнести следующие [3]:

– повышение эффективности системы управления товарами и товарными запасами;

– повышение доли высокорентабельных товаров без нарушения основных принципов ассортиментной политики;

– выявление ключевых товаров и причин, влияющих на количество товаров, хранящихся на складе;

– перераспределение усилий персонала в зависимости от квалификации и имеющегося опыта.

ABC-XYZ-анализ позволяет улучшить качество управления запасами, что в свою очередь обеспечивает более эффективную деятельность компании в целом [4].

Список использованной литературы

1. Паклин, Н.Б. Бизнес-аналитика: от данных к знаниям: Учебное пособие. 2-е иэд., испр. / Н.Б. Паклин, В.И. Орешков. – СПб.: Питер, 2013. – 704 с.

2. ABC-анализ в маркетинге // URL: http://powerbranding.ru/biznes-analiz/abc-method/ (Дата обращения: 06.01.2018)

3. Методы анализа и управления запасами многономенклатурной продукции // URL: http://statsoft.ru/solutions/ExamplesBase/branches/detail.php?ELEMENT_ID=179 (Дата обращения: 06.01.2018)
4. ABC и XYZ: составление и анализ итоговой матрицы // URL: http://www.rombcons.ru/stati/abc-i-xyz-sostavlenie-i-analiz-itogovoj-matritsy.html (Дата обращения: 06.01.2018)

© Литвин В.В., 2018

Мельникова Е.Г.
магистрант
АНО ВО Самарский университет государственного управления
«Международный Институт Рынка»
г. Самара, Российская Федерация

Методики проведения факторного анализа для оценки финансового результата деятельности предприятия

На данный момент есть множество методик, с помощью которых можно проанализировать финансовые результаты деятельности предприятия или организации. Каждому из них присущи свои достоинства и недостатки. По предложению Чеглаковой С.Г., анализ финансовых результатов деятельности организации проводится в следующем порядке:

– Берется Форма 2 бухгалтерской отчетности «Отчет о финансовых результатах»;
– Составляется таблица из показателей данной отчетности, где отображаются динамика показателей прибыли, ее анализ и оценка уровня;
– На основе данных из таблицы формируются выводы.

Далее графическим или математическим способом проводится анализ величины прибыли по отношению к изменениям объемов производства. Если используется графический метод, то изменения в показателях будут наглядно продемонстрированы на графике, однако математический метод дает более достоверный и корректный результат. Затем проводится факторный анализ прибыли. Он позволяет выявить влияние отдельных факторов на величину прибыли предприятия, что в перспективе приводит к более рациональному использованию производственных мощностей и выявляет резервы для повышения эффективности производства. Анализ проводится либо традиционным методом, либо с помощью системы «директ-костинг». «Директ-

костинг» – это разделение затрат производства и сбыта на переменные и постоянные в зависимости от объемов производства и категории маржинального дохода. Если применять данный метод, необходимо учитывать какую продукцию производит предприятие: одноменклатурную или многоментклатурную. Если много, то анализ усложняется, т.к. необходим, помимо вышеупомянутых факторов, учитывать еще и влияние структуру реализованной продукции. Последним этапом делается анализ рентабельности продаж, который позволяет оценить эффективность финансовой деятельности предприятия, спрос на продукцию и ее конкурентоспособность. Источниками аналитического учета служат: «Бухгалтерский баланс», «Отчет о финансовых результатах», бухгалтерские учетные регистры. Достоинства методики – горизонтальный анализ отчеты о прибыли, недостатки: слабая адаптированность к инфляции, неполные показатели рентабельности. Так же данная методика подходит для предприятий, которые перешли на МСФО.

Предложение Г.В. Савицкой по осуществлению анализа финансовой деятельности предприятия заключается в следующем:

Во-первых, проводится анализ состава и динамики прибыли предприятия;

Прибыль на данном этапе классифицируется на:

– прибыль по видам хозяйственной деятельности (от основной, финансовой, инвестиционной деятельности);

– по составу элементов (до налогообложения, брутто, маржинальная, чистая прибыль);

– от характера деятельности предприятия (обычная деятельность, чрезвычайные ситуации);

– характеру налогообложения;

– степени учета фактора инфляции (номинальная, реальная, скорректированная на темп инфляции);

– по экономическому содержанию (бухгалтерская, экономическая);

– по характеру использования (нераспределенная, потребляемая).

Во-вторых, проводится анализ финансовых результатов от реализации продукции, либо товаров, услуг. Проводится факторный анализ прибыли по реализации продукции (в общем и по видам продукции). Рассчитывается объемы реализованной продукции, ее структура, среднереализационные цены на сумму прибыли, влияние себестоимости. Далее анализируется влияние однородной или неоднородной продукции на получение прибыли и зависимость

средней цены реализации единицы продукции от следующих факторов: уровень инфляции, сроки реализации, качество продукции, конъюнктура, рынки сбыта продукции.

В-третьих, проводится анализ прочих доходов и расходов. Определяется динамика влияния факторов на изменение полученных доходов и убытков.

В-четвертых, делается анализ показателей рентабельности предприятия. Рассчитываются следующие показатели: рентабельность операционного капитала, рентабельность продаж (оборота), рентабельность совокупных активов, рентабельность продукции, рентабельность операционной деятельности. Далее осуществляется факторный анализ показателей рентабельности в целом по предприятию и по каждому виду продукции.

Достоинства данной методики: детальный анализ показателей рентабельности, подробное описание финансовых результатов анализа, применение метода сравнения с предыдущими периодами и показателями конкурентов. Недостатки: трудоемкость.

А.П. Калинина, Н.В. Войтоловски и И.И. Мазурова предлагают проводить анализ финансовых результатов деятельности следующим образом:

1. Формируется система показателей прибыли (прибыль от продаж, валовая прибыль, бухгалтерская и чистая прибыль).
2. Проводится факторный анализ прибыли до налогообложения, в котором детально рассматривается каждый показатель.
3. Анализируется изменение и динамика чистой прибыли под влиянием суммы текущего налога на прибыль, суммы бухгалтерской прибыли, изменение суммы отложенных налоговых обязательств за отчетный период, изменение суммы отложенных налоговых активов за отчетный период.

Методика факторного анализа прибыли от продаж может проводится двумя способами:

1. Анализ предполагает прямые расчеты влияния факторов (себестоимость, цена единицы продукции, объемы продаж) по отдельным позициям номенклатуры.
2. Экспресс-анализ прибыли от продаж по факторам.

По мнению авторов, предпочтительным является первый подход, т.к. он позволяет принимать обоснованные управленческие решения относительно объемов продаж, цены ассортимента продукции, себестоимости. Однако экспресс - анализ так же важен, при наличии у ответственного лица бухгалтерской отчетности своей организации и организации конкурентных

фирм. После факторного анализа делается анализ прибыли от продаж и рентабельности продаж по сегментам. Далее анализируется влияние инфляции на прибыль от продаж, осуществляется анализ прибыли от продаж методом отклонения фактических значений прибыли и факторов, влияющих на нее, от значений, указанных в смете. Проводится углубленный анализ рентабельности организации. Достоинства: методика содержит два подхода, большое внимание уделяется анализу рентабельности, применение различных методов для осуществления анализа прибыли от продаж. Недостатки: трудоемкость.

С.М. Пястолов предлагает проводить анализ финансовых результатов в следующем порядке:

1. Выделяются показатели, характеризующие финансовый результат предприятия (валовая прибыль от реализации, чистая прибыль, выручка от реализации, балансовая прибыль).
2. Проводится вертикальный и горизонтальный анализ прибыли.
3. Осуществляется факторный анализ прибыли от реализации.
4. Формируются показатели: чистая рентабельность оборотных активов, общая рентабельность активов, рентабельность продукции, рентабельность собственного капитала.
5. Определяются, рассчитываются значение эффектов операционного и финансового рычагов. Они необходимы для определения структуры затрат на прибыль и влияния заемного капитала.
6. Выявляются внешние и внутренние факторы, которые влияют на оборачиваемость текущих активов.

Достоинства: изучение финансовой отчетности предприятия. Недостаток: размытость, недостаточный анализ финансовых результатов.

Подводя итоги можно сделать вывод о том, что структура анализа финансовых результатов у всех авторов схожа. Однако у каждой методики есть как достоинства, так и недостатки. Для детального и качественного научного исследования целесообразно объединять методики, исходя из целей, которые хочет достичь организация.

Список использованной литературы

1. Ковалев, В.В. Управление денежными потоками, прибылью и рентабельностью. Учебно-практическое пособие / В.В. Ковалев – М.: Проспект, 2014.
2. Подкопаев О.А. Долгосрочная финансовая политика и стратегическое

управление стоимостью предприятия / В сборнике: Теоретические, методологические и прикладные вопросы науки и образования. 2017. С. 174-180.
3. Теоретико-методологические подходы и практические результаты социально-экономических и междисциплинарных научных исследований / Алексеева Н.А., Аникин Д.В., Беляева С.В., Буримов Н.И., Валл К.П., Валюлина Е.В., Воеводина С.С., Елисеева Е.В., Ерохин В.В., Захаров В.В., Захарова Н.И., Звягинцева Е.П., Зуб А.Т., Карбанович О.В., Карпов Э.С., Карпова Е.Г., Киприянов Ф.А., Кузьмина Б.С., Лупоядова Л.Ю., Лызарь О.Г. и др. Самара, 2017.
4. Крылов Э.И., Власова В.М., Журавкова И.В. Анализ финансовых результатов, рентабельности и себестоимости продукции – М.: Финансы и статистика, 2015. – 717 с.

Мохотько В.А.,
Ломова И.Ю.,
Крапивина А.А.,
Иванова А.С.
студентки, 4 курс, ИУБПЭ СФУ
г. Красноярск, Российская Федерация

Влияние неустойчивости экономики США на международные валютные отношения

Мировой спрос на доллар позволял финансовой системе США долгое время сглаживать структурные диспропорции в национальной экономике, сохраняя господствующее положение на мировой арене. Хронические дефициты внешнеторгового, платежного балансов, федерального бюджета США, сопровождающиеся постоянным увеличением государственного долга, стали устойчивым признаком экономики США.

Доминирование доллара позволяет Соединенным Штатам поддерживать такой уровень потребления, который превосходит уровень внутреннего производства. Неэквивалентный обмен с другими странами становится формой получения «ренты за доминирование доллара». Это касается международной торговли товарами и услугами (экспорт и импорт), финансовых операций (проценты по инвестициям, займы) и т.д.

Таким образом, возникает огромная разница между выплатами зарубежным инвесторам и кредиторам и платежами, которые США получают от других стран. Последние десять лет дефицит платежного баланса снижается, оставаясь, однако, относительно высоким. По последним данным, в марте этого года отрицательное сальдо платежного баланса составило более 112 млрд. долл [1]. (Рис. 1)

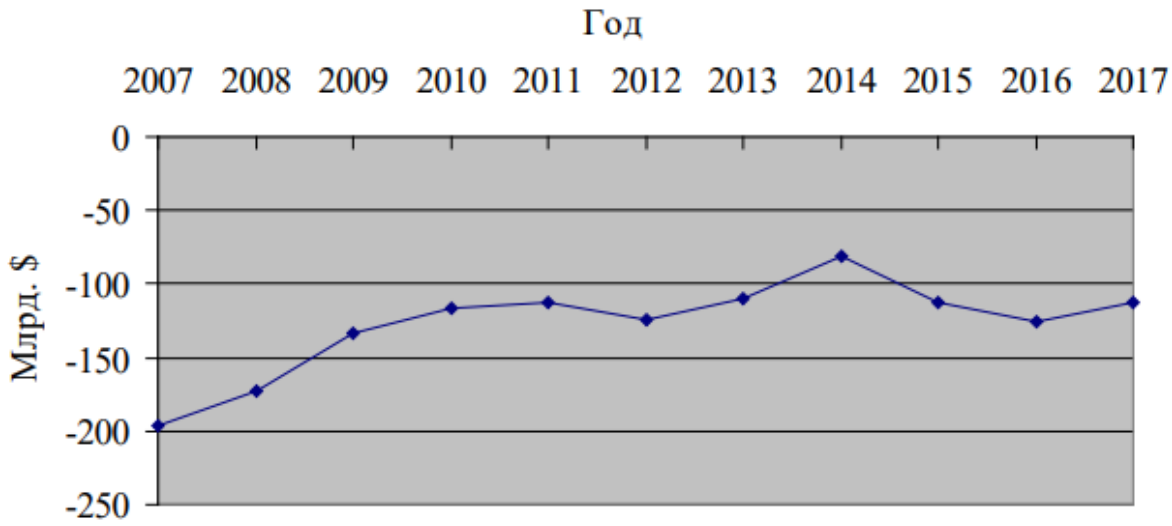

Рис. 1 Динамика платежного баланса США 2007-2017

Дефицит платежного баланса США оказывает негативное влияние на мировую финансовую систему в целом, выступая фактором нестабильности мировой валютной системы. Дисбалансы в экономике страны создали еще больше противоречий между американскими интересами и желанием стран уменьшить свою зависимость от экономики США. Увеличение дефицита торгового баланса сопровождается и неизбежным ростом внешнего долга США[1].

Стремительно растущий государственный долг является огромной проблемой в экономике США. Долг явился прямым следствием дефицита федерального бюджета, возникшего после окончания Второй мировой войны. Отказ правительства Америки сократить рост военных и социальных расходов и увеличить налоговые поступления в бюджет свидетельствуют об отсутствии перспектив сокращения этого долга. Американское правительство не может найти других способов финансирования бюджетного дефицита, кроме как занимать деньги за рубежом.

Величина американского долга только за последние десять лет возросла более чем в 2 раза: в 2007 году она составляла 8,9 трлн. долл., а к 2017 превысила 19 трлн. долл. В процентном соотношении к ВВП страны, который равен 18,9 трлн. долл., это составляет 104%. При этом по прогнозам специалистов, госдолг продолжит возрастать.

Стоит отметить, что государственный долг США на 70 процентов представлен внешним долгом. Доллар распространился по всей планете и сегодня выйти из этой сложной ситуации без потерь практически невозможно. Государства покупают американские ценные бумаги, стремясь увеличить свои долларовые активы, необходимые для мировой торговли, и тем самым увеличивают и без того огромный государственный долг США.

Таким образом, до тех пор, пока американский доллар остается основной мировой валютой, США фактически смогут продолжать финансировать программы поддержки своей экономики за счет части финансовых ресурсов остальных субъектов мировой экономики, оставаясь при этом главным потребителем рынков других стран и таким образом поддерживать их экономики на плаву. Получается своеобразный замкнутый круг.

По сути, доллар играет роль мировой валюты, будучи долговым обязательством США и фактически не имеет обеспечения золотом и товарно-материальными ценностями. Финансируя свои дефициты, США продолжает печатать все больше и больше денежных единиц, злоупотребляя своим господствующим положением как лидера мировых финансов.

Выявленные проблемы свидетельствует о кризисе современной валютной системы и необходимости её согласованного реформирования. Однако простое перемещение центра валютной системы недостаточно. Необходимо формирование такой системы, в которой будут решены основные проблемы, присущие ее современной организации.

Список использованных источников

1. Евсеев О. С. Проблемы развития инфраструктуры инноваций как части национальной инновационной системы в России и за рубежом [Журнал] // Альманах современной науки и образования. - 2013 г. - №1(68). - стр. 61-64.

Музыка Артём Алексеевич
студент бакалавриата
Научный руководитель: к.э.н., доцент Подкопаев О.А.
ФГБОУ ВО «Самарский государственный институт культуры»
г. Самара, Российская Федерация

К вопросу о государственной поддержке сферы культуры

Несмотря на то, что экономика культуры, как наука, существует уже более половины века, специалисты до сих пор не могут дать точных обоснований для чего государству финансировать культуру. Можно сказать, что из этого вопроса и родилась экономика культуры.

Начнем с того, что существуют экономисты, резко считающие, что государство не должно оказывать поддержку культуре. Они ссылаются на то, что в большей массе государственное финансирование направлено на удовлетворение эстетических потребностей более привилегированных классов, а решения о выделении средств исходят от личных инициатив и интересов чиновников. Зачастую эти люди переоценивают и сам рыночный механизм, считая, что он работает отлажено и какое-либо вмешательство со стороны государства лишь мешает нормальному функционированию рынка и сфере культуры в том числе.

Тут стоит отметить пару моментов. Во-первых, культура не является типичной сферой экономики, которая работает по математически-статистическим принципам. Потребности человека и общества в сфере культуры не вычисляются рыночными методами, что мешает естественному включению культуры в русло рыночного течения. Во-вторых, даже если рассматривать культуру, как часть рынка, то тогда только как сферу, находящуюся в постоянном кризисе. Организации исполнительских искусств работают в условиях, где расходы почти всегда превышают доходы, что и является сильной экономической нагрузкой. Дело в том, что такие методы повышения производительности, как увеличение капиталовложений, повышение квалификации сотрудников, экономия на масштабе и другие типичные для предприятий способы не оказывают такого влияния на производство, как в других сферах экономики. Здесь и наблюдается отличие в подходе производства в сфере культуры и производства в сфере экономики. Весь этот процесс был описан Баумолем и Боуэном и получил название «болезни цен».

Все вышесказанное показывает почему нельзя смотреть на культуру, как

на еще одну отрасль экономики и рынка, которая может функционировать, пользуясь теми же самыми правилами и принципами. В 2009 году ЮНЕСКО ввели единые правила статистического учета в сфере культуры, но даже это не помогает достичь сопоставимости данных по финансированию культуры среди разных стран. Каждому государству приходится искать свой правильный путь финансирования культурных организаций и инициатив, стараясь не тормозить закономерности развития культурных процессов. На данный момент, экономисты различают две основные модели финансирования культуры. Первая модель – англо-саксонская с преобладанием благотворительных пожертвований культурным организациям и меценатством в сфере культуры. Эту модель представляют США и Англия, в которых на долю государства приходится лишь около 10 % от финансовых средств организаций культуры. Другая модель, евпропейско-континентальная, подразумевает выделение основных средств на развитие культуры из государственного бюджета. Такой политики придерживаются большинство европейских стран, в том числе и Россия.

Как мы видим, государство, в той или иной форме, все же оказывает поддержку культурным процессам. Хоть выше и были опровергнуты основания противников государственной поддержки в сфере культуры, но не были приведены контраргументы. Дело в том, что они до конца не сформулированы и идут лишь в качестве теоретических обоснований в пользу культурным организациям, отталкиваясь от простого высказывания: «Культура полезна». Так что здесь скорее стоит задаться вопросом, что нам дает культура, и лишь потом задаваться вопросом, стоит ли государству ее поддерживать. За пятидесятилетнюю историю экономики культуры все-таки определенный набор аргументов был собран, но в исследовательско-экономической среде нет единства взглядов и доказательств любого из приведенных аргументов. К основным аргументам, прежде всего, относится то, что культура воспроизводит общественные блага и если их не субсидировать, то они не будут производиться в достаточном объеме, а значит будут доступны только узкому кругу лиц, которые могут себе это позволить. Чем же плох такой сценарий? Он скорее не имеет положительных моментов, здесь больше отрицательных. Из бытовой жизни мы прекрасно понимаем, что массовая культура может легко удовлетворить потребности большинства людей, а значит общество могло бы нормально функционировать при таком порядке, когда предметы более высокой культурной ценности доступны меньшинству. Но что государство теряет от

такого уклада? Трудно отрицать, что культура и образование связаны. Многие экономисты приписывают к положительным последствиям поддержки культуры – рост образованности населения.

Так, например, американский экономист Дон Фулертон выдвинул идею о том, что финансирование культурных организаций является лучшим вариантом для достижений целей образования в значении культурного развития общества, нежели субсидирование самих образовательных организаций. Другие положительные экстерналии также выделяет другой экономист – Тайбор Ситовски. В поддержке культуры он видит возможность и необходимость противостоять процессам дегуманизации общества. Через искусство человек может выплескивать свои эмоции, что может оградить людей от низших проявлений человеческой натуры и любого антисоциального поведения, в том числе наркомании и алкоголизма. Здесь мы видим уже иные обоснования и выгоды государству от поддержки культурного движения: государство оплачивает социальную полезность предоставления культурных благ и услуг, что идет вразрез с привычной идеей о том, что культура для государства является затратной сферой капиталовложения.

Таким образом, не стоит воспринимать культуру, как очередную экономическую сферу, которая может сама себя прокормить и завести свой механизм в рыночном порядке. Культуре нужна поддержка, но нужна ли высокая культура населению страны, когда эти деньги можно потратить на социально значимые проекты, образование и благоустройство родины? Ответ еще предстоит узнать в рамках дальнейшего изучения этого вопроса, но намечается тенденция на нахождение все больших и больших аргументов благоприятных для развития культуры.

Список использованной литературы

1. Теоретико-методологические подходы и практические результаты социально-экономических и междисциплинарных научных исследований / Алексеева Н.А., Аникин Д.В., Беляева С.В., Буримов Н.И., Валл К.П., Валюлина Е.В., Воеводина С.С., Елисеева Е.В., Ерохин В.В., Захаров В.В., Захарова Н.И., Звягинцева Е.П., Зуб А.Т., Карбанович О.В., Карпов Э.С., Карпова Е.Г., Киприянов Ф.А., Кузьмина Б.С., Лупоядова Л.Ю., Лызарь О.Г. и др. Самара, 2017.

2. Музычук В.Ю. Должно ли государство финансировать культуру? – М.: Институт экономики РАН, 2012. – 60 с.

3. Подкопаев О.А. Роль сферы культуры и искусства в развитии человеческого

капитала и экономического роста современной России / В сборнике: Национальное культурное наследие России: региональный аспект Материалы V Всероссийской научно-практической конференции. Под редакцией С.В. Соловьевой. 2017. С. 283-287.
4. Музычук, В.Ю. Новые ориентиры культурной политики России / В.Ю. Музычук / Справочник руководителя учреждения культуры. – 2015. – № 11. – С. 16-23.

Мышалов Михаил Леонидович
студент группы ЗВ-54
Научный руководитель: к.э.н., доцент Подкопаев О.А.
ФГБОУ ВО «Самарский государственный институт культуры»
г. Самара, Российская Федерация

Продвижение студии звукозаписи в сети интернет

Рассмотрим в этой статье наиболее интересные и рабочие, по мнению автора, инструменты продвижение студии звукозаписи в сети интернет.

YouTube – отличная площадка для продвижения студии звукозаписи в сети интернет. Наиболее перспективный способ, это снимать, простые и полезные людям, видео на музыкальную, студийную и концертную тематики. Принцип очень прост – люди вводят в поиск то, что их интересует, и с пользой проводя время у экрана, решают свои проблемы, а так как видео ссылается на сайт или группу в ВКонтакте (ВК), то многим зрителям станет интересно изучить контент глубже. Зайдя на сайт, или любой другой ресурс нашей студии, они смогут найти дополнительный контент, а также услуги студии, причем не только по звукозаписи, но и по обучению, и решению технических проблем.

Одно из преимуществ сети интернет, которым стоит пользоваться, это связанность элементов и система ссылок, например, канал YouTube ссылается на группу ВК и сайт, а сайт ссылается на группу ВК и YouTube канал, и так далее. Так же в этот список можно включить такие социальные сети как Telegram, Facebook и Instagram. Однако ссылки не должны быть назойливыми или запутанными, все должно быть максимально просто, упорядочено и изящно подано, так как многие пользователи, ввиду переизбытка информации и рекламы, просто игнорируют назойливый или нагроможденный контент.

Далее рассмотрим сайт студии как элемент продвижения. Его успешность связанна со стильным и не перегруженным дизайном. Чем больше авторского контента на сайте, тем позитивнее это сказывается на рейтинге сайта. На сайте будет полезно разместить ссылки на аккаунты студии в социальных сетях, пройдя по которым, потенциальный клиент может ознакомиться с отзывами о студии, которые оставили клиенты, получившие там услуги.

Группа ВК является действенным инструментом распространения информации. Группу ВК можно рекламировать в виде постов в других группах, или проводить таргетированные рекламные акции. Таргет позволяет «нацелиться» именно на «свою» аудиторию, это важно, ведь услуги звукозаписи не являются сверхвостребованными, как например услуги такси или парикмахерских. Статьи и публикации также могут быть полезными помощниками в деле продвижения студии в сети.

Рассмотрим Instagram. Перспективная, но пока что не изученная мною сеть. На данный момент, вся моя работа, связанная с продвижением студии в этой социальной сети, сводится к небольшим фото и видео отчетам рабочего процесса. Есть лайки и десятки просмотров, но такого отклика как, например, от ВК я пока что не получил. Думаю, стоит продолжать развивать это направление. На данный момент времени пока рано делать выводы об эффективности Instagram, ведь ВК я использую уже девять лет, а Instagram немногим более года.

Отдельно стоит отметить Telegram. Это удобный и минималистичный сервис для обмена данными. Относительно недавно в нём появилась возможность создавать каналы и группы, что вывело его на принципиально новый уровень распространения контента. Никакой рекламы, в привычном понимании, только тематический контент. Приглянулся мне и сервис для создания статей «телеграф», встроенный в Telegram. На данный момент, я присматриваюсь к этому мессенджеру, который уже перерастает в социальную сеть, и пробую там вести канал. Думаю, у Telegram большие перспективы, так как развивается он в геометрической прогрессии.

Итак, в этой статье я выразил свой взгляд на тему продвижения студии звукозаписи в сети интернет. Конечно, для более детального изучения вопроса, есть смысл углубиться в каждый канал маркетинговых коммуникаций индивидуально, но, возможно, этот краткий обзор будет полезен для читателя, и даст некоторую пищу для размышлений.

Список использованной литературы

1. Подкопаев О.А. Создание и ведение сайта учреждения культуры как инструмента коммуникаций / В сборнике: Результаты фундаментальных и прикладных исследований в России и за рубежом. Материалы международной научно-практической конференции. 2017. С. 78-84.
2. Теоретико-методологические подходы и практические результаты социально-экономических и междисциплинарных научных исследований / Алексеева Н.А., Аникин Д.В., Беляева С.В., Буримов Н.И., Валл К.П., Валюлина Е.В., Воеводина С.С., Елисеева Е.В., Ерохин В.В., Захаров В.В., Захарова Н.И., Звягинцева Е.П., Зуб А.Т., Карбанович О.В., Карпов Э.С., Карпова Е.Г., Киприянов Ф.А., Кузьмина Б.С., Лупоядова Л.Ю., Лызарь О.Г. и др. Самара, 2017.
3. Студия звукозаписи «Nosorog Records» / URL: http://nosorogrecords.ru/contacts

Осипова Е.А.
студент
Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского
Чекрыгина Н.И.
студент
Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского
г. Нижний Новгород, Российская Федерация

Основные проблемы управления бизнесом

В современной экономике одним из важных составляющих является бизнес. Как показывает опыт развитых стран, предпринимательство является двигателем хозяйства, конкурентоспособности и общественного процветания, так как руководитель организации, стремясь получить и преумножить прибыль от своего бизнеса, всегда ищет новые идеи и инновации, которые двигают и развивают как его собственную фирму, так и экономику страны в целом.

В данной статье мы рассмотрим основные проблемы, с которыми сталкиваются любые начинающие предприниматели. Прежде всего стоит разобраться, что представляет из себя управление бизнесом.

Управление бизнесом или бизнес-менеджмент – это совокупность мероприятий прогнозирования, планирования и организации хозяйственной деятельности для достижения поставленных целей. Грамотное управление

бизнесом, предприятием направлено на достижении цели по увеличению своей доли на рынке товаров или услуг и максимизации прибыли [1, с. 232].

В настоящее время в России проблема повышения результативности управления бизнесом все чаще выходит на первый план. При обсуждении путей экономического развития и качества управления необходимо рассматривать совершенствование на всех этапах функционирования предприятия [2, с. 352].

Каждый начинающий предприниматель сталкивается с рядом проблем при создании малого бизнеса. Таких проблем огромное множество, но в качестве основных можно выделить ряд, представленный в статистике:

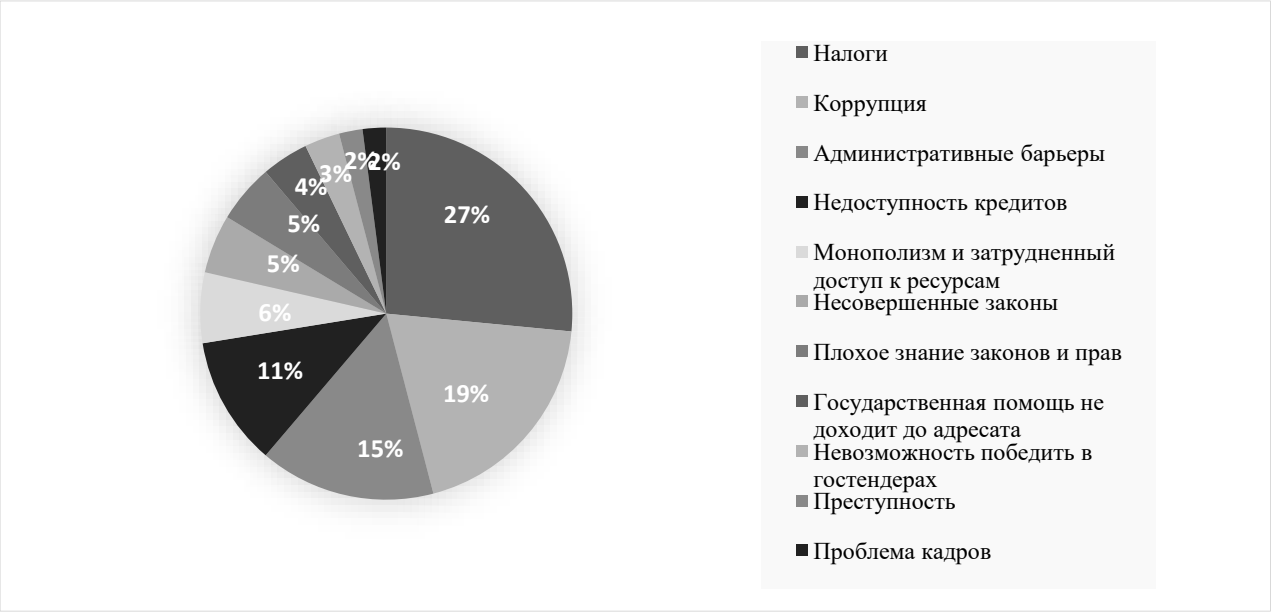

Рис. 1. Основные проблемы бизнеса

Из статистики, представленной в диаграмме можно выявить, что основные проблемы, с которыми сталкиваются бизнесмены – это налоги, коррупция и административные барьеры. Так же стоит заметить, что недоступность кредитов играет не меньшую роль.

Однако, не стоит забывать, что основой именно грамотного управления бизнесом являются трудовые ресурсы, с которыми связано не меньшее количество проблем, таких как проблема найма эффективных сотрудников, проблема в нежелании сотрудников компании работать с отдачей, проблема в мотивировании работников и проблемы в том, что редко используется грамотное управление компанией, не говоря уже о том, что зачастую сотрудники не знают, к какой цели идет их компания [3, с. 352].

Еще одной проблемой многих руководителей является стремление взять все наиболее ответственные направления работы на себя, считая такой вариант

более надёжным, беспроигрышным. Но, исключая из управления бизнесом профессионалов, беря на себя непосильный груз обязанностей, такие бизнесмены тормозят развитие своего дела, что в худшем случае может привести даже к разорению, ведь любой человек имеет предел своих возможностей, по достижению которого начинаются провалы в работе, сбои в управлении бизнесом [4, с. 206].

Все вышеперечисленные проблемы управления мы и рассмотрим в данной статье.

В современной ситуации обострившегося экономического кризиса положение малого бизнеса усугубляется, и добавляются новые проблемы. Однако, государство старается помочь в их разрешении, активно принимая участие в программах поддержки предпринимательства. Наиболее эффективными мерами являются:

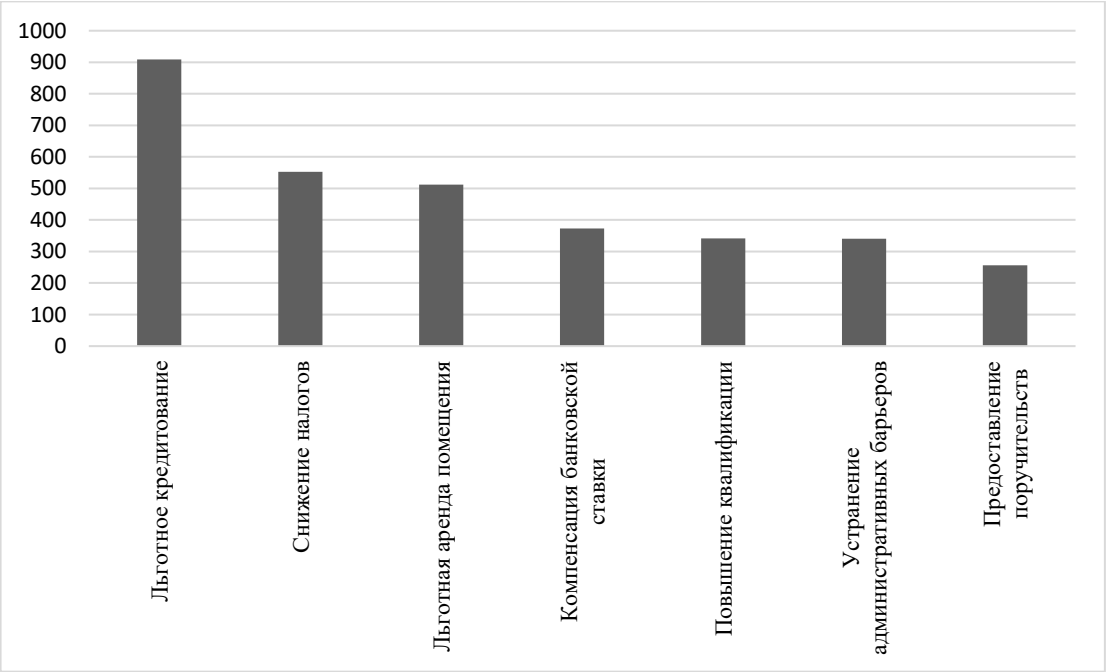

Рис. 2. Эффективность мер государственной поддержки предпринимательства в период кризиса

В свою очередь мы можем предложить такие решения проблем, как:

- на собеседование делать акцент на личные достижения человека и его портфолио;
- улучшить программу обучения сотрудников;
- ввести корпоративные мероприятия и тренинги;
- повысить информированность сотрудников о компании;
- ввести систему поощрений;

- правильно координировать работу группы людей;
- равномерно распределять обязанности для всех сотрудников и для руководства.

Единое понимание всех проблем на начальном этапе построения бизнеса поможет в дальнейшем в грамотном управлении, создаст основу для принятия взвешенных и актуальных решений, что совершенно необходимо для реализации корпоративных целей и задач. Четко налаженное управление позволяет высвободить огромный потенциал, что оказывает непосредственное благотворное влияние на саму основу корпоративного бизнеса.

Список использованной литературы

1. Арустамов Э.А. Основы бизнеса – Москва: «Дашков и Ко», 2011. – 232 с.
2. Гарина Е.П., Медведева О.В., Шпилевская Е.В. Основы предпринимательской деятельности – Москва: «Феникс», 2010. – 352 с.
3. Бунеева Р.И. Коммерческая деятельность. Организация и управление – Москва: «Феникс», 2012. – 352 с.
4. Хохлова И.В. Предпринимательская деятельность. Конспект лекций – Москва: «А-Приор», 2012. – 206 с.

© Осипова Е.А., Чекрыгина Н.И., 2018

УДК 336

Остапец А.Г.
магистрант 2 курса
Научный руководитель: Нурдавлятова Э.Ф., к.э.н., доцент кафедры
«Финансы и налогообложение» Института экономики, финансов и бизнеса
Башкирский государственный университет
г.Уфа, Российская Федерация

Управление проектами как метод достижения поставленных целей

Аннотация: статья посвящена актуальной теме управление проектами. Особое внимание уделено понятию проекта, приведены примеры управления проектами. Указаны проблемы к управлению проектами.

Ключевые слова: проект, проектное управление, этапы реализации проекта

Project management as a method of achieving goals

Ostapets, A. G.
the 2-year student
Scientific Supervisor- Nurdauletova E. F., Ph. D.,

associate Professor of Department «Finance and taxation»,
Institute of Economics, Finance and business Bashkir State University
Ufa, Russian Federation

Abstract: the article is devoted to the theme of project management. Special attention is paid to the concept of the project and examples of project management. Identify issues to project management.

Key words: project, project management, stages of project implementation

Управление проектами-предполагает собой приложение опыта, знаний, средств и методов к работам проекта с целью удовлетворения условий, которые предъявляются проекту и ожиданий участников проекта. Для того чтобы удовлетворить эти ожидания и требования следует отыскать наилучшее сочетание между сроками, целями, затратами, качеством и другими характеристиками проекта.

Любой инвестор, который выделяет финансовые средства для развития бизнеса, хочет получить максимальную прибыль и в кратчайшие сроки. Для достижения данной цели каждый день административный аппарат, который обладает сложной иерархической структурой, решает большое количество задач. В особенности речь идет о компаниях, которые включают новые тенденции и осуществляют огромное количество проектов. Приведем пример, допустим, поставлена цель по открытию нового ресторана. Для эффективного завершения миссии необходимо пройти несколько этапов:

-решить вопрос с арендой либо покупкой помещения;

-нанять квалифицированных работников, что считается достаточно большой проблемой из-за того, что большой поток желающих попасть на работу, но у которых практически нет опыта;

-решить вопрос с поставщиками оборудования и продуктов питания;

-составить логическую сеть;

-собрать пакет документов.

Одним из более действенных механизмов эффективной деятельности компаний в данном случае является внедрение проектного управления. В данном случае проектное управление можно представить, как совокупность направленных усилий в результате которых появляются новые технологические процессы, продукты и услуги, уменьшается цена, возрастает объем продаж, улучшается качество.

Проект – это окончательная цель, которая обязана быть достигнута за конкретный период времени, установленный перед началом его реализации. Кроме этого, проект обладает такими ограничениями как стоимость и качество. Нужно понимать, что не может существовать два одинаковых проекта.

Существует четыре фазы реализации проекта:

1. Руководитель проекта обязан обосновать инвестору привлекательность проекта. Вся информация описывается в бизнес-плане. После того, как договор подписан, начинается реализация.

2. Команда разрабатывает план реализации проекта (определяется цель, работа разбивается на определенные блоки, что дает возможность вникнуть в поставленные задачи, составляют график работ, формируют бюджет мероприятия и многое другое).

3. Осуществляется непосредственное выполнение всех запланированных работ. Данная фаза предполагает наибольшие затраты. На данном этапе необходим мониторинг за выполнением работ.

4. Завершается проект, подписываются приемо-сдаточные документы.

За любым проектом обязан быть один ответственный человек-куратор, либо руководитель или менеджер, который отвечает перед клиентом за качество работы.

В качестве преимуществ внедрения проектного управления можно отметить следующее:

1. Все итоги становятся предсказуемыми, а цели отчетливыми, потому что перед началом проекта создается четкий план действий, а также оговаривается план поэтапного выполнения работ. Во время любого этапа, возможно, внести исправления. Риски, которые обнаружены вначале работы, а также методы их преодоления уменьшают вероятность неудачи всего мероприятия.

2. От качества исполнения работы всеми участниками, зависит успех реализации, что увеличивает их интерес в грамотном исполнении поручений.

3. Упрощается мониторинг и управление всеми процессами. Вся работа становится прозрачной.

4. При успешной реализации проектов повышается удовлетворенность потребителей, расширяется сфера бизнеса, сохраняется конкурентоспособность в динамичном мире бизнеса.

Но переход к управлению проектами связан с многими проблемами: изменение структуры и методов управления, разработка методологии, необходимость привлечения штата компетентных сотрудников и прочее.

Конечно, искусство управления проектами никак не может появиться само по себе без опоры на определенную форму стратегического планирования, что считается важным этапом для выживания компании. Потому что это именно тот процесс, при помощи которого компания адаптируется к окружению. Это применимо абсолютно ко всем видам компаний и касается всех уровней управления.

Вместе с тем, применение проектного управления при реализации проектов повышает вероятность их более благоприятного исхода. По этой причине оно стало распространенным как в небольших предприятиях, так и в крупных корпорациях.

Список использованной литературы

1. Управление проектами [Электронный ресурс] https://gantbpm.ru (Дата обращения 26.12.2017)
2. Балашов, А.И. Управление проектами: Учебник и практикум для СПО / А.И. Балашов, Е.М. Рогова, М.В. Тихонова и др. - Люберцы: Юрайт, 2016. - 383 с.
3. Ньютон, Р. Управление проектами от А до Я / Р. Ньютон; Пер. с англ. А. Кириченко. - М.: Альпина Пабл., 2013. - 180 с.

© Остапец А.Г., 2018

Подкопаев О.А.
к.э.н., доцент
ФГБОУ ВО «Самарский государственный институт культуры»
г. Самара, Российская Федерация

Россия и Армения: торгово-экономическое сотрудничество в интеграционных процессах на евразийском пространстве

Одно из важнейших мест в экономическом сотрудничестве занимают отношения России и Армении. Расширение каких-либо отношений, в частности экономических, между двумя странами обусловлено теснейшими историческими связями. Политические, экономические и историко-культурные связи между этими странами способствуют сохранению и улучшению разносторонних форм сотрудничества. Максимальное сотрудничество с Арменией отвечает экономическим интересам России в закавказском регионе.

Укрепление интеграционных отношений между государствами отвечает внешнеэкономическим интересам и России, и Армении.

Экономика Армении отличается высокой степенью развития процессов либерализации и производства, преследующих цель повышения уровня интеграции в мировую экономику. Решение данной задачи в значительной степени определяется потенциалом укрепления российско-армянского торгово-экономического сотрудничества. диверсификации

Обладая значительными сырьевыми и энергетическими ресурсами, а также транспортными коммуникациями, ведущими из Европы в Азию, данный регион выступает целью стратегического соперничества основных международных экономических центров, что резко актуализирует необходимость углубления российско-армянских внешнеэкономических отношений.

Дипломатические отношения между Россией и Арменией установлены 3 апреля 1992 года. Страны связывают отношения союзнического партнерства. Заключено более 200 межгосударственных, межправительственных и межведомственных договоров и соглашений. Основополагающими документами являются Договор о дружбе, сотрудничестве и взаимной помощи от 29 августа 1997 года и Декларация о союзническом взаимодействии между Россией и Арменией, ориентированном в XXI век, подписанная 26 сентября 2000 года. В настоящее время российско-армянские отношения характеризуются высоким уровнем двусторонних контактов на высшем и высоком политических уровнях.

Развитие торгово-экономического сотрудничества России и Армении выступает важнейшим фактором укрепления стратегической позиции обоих государств в геоэкономическом пространстве региона, расширяющем возможности стратегического партнерства двух стран в евразийских интеграционных проектах России. Развитие российско-армянского экспортного потенциала должно базироваться на формировании продуктивных производственных цепочек в системе внешнеэкономического взаимодействия двух стран.

Энергетика Армении, оставаясь важной частью экономики республики, на сегодня является конкурентоспособной и развитой, занимая достойное место среди производителей электроэнергии в странах СНГ. Уже с 70-х гг. XX в. Армения является устойчивым экспортером в Иран, Грузию, чему в значительной мере способствовал ввод в эксплуатацию атомной электростанции.

Положительные результаты работы энергетических компаний во многом обусловлены целенаправленной стратегией развития бизнеса, которые и способствовали успешному использованию динамичного роста экономики Армении. Для республики, стремящейся к независимому экономическому развитию, атомная станция является не только одним из главных производителей электроэнергии, но и важным гарантом ее энергонезависимости и энергобезопасности.

2009 г. стал серьезным испытанием для армяно-российского сотрудничества. Из-за кризиса и транспортной блокады произошло сильное сокращение взаимных торгово-экономических связей, что сказалось на снижении объемов практически в 2 раза экспорта из Армении в Россию. Снижение импорта из России произошло на 6,8 %, что во многом обусловлено повышением с 1 апреля 2009 г. цены на газ со 110 долл. до 154 долл. за 1 тыс. м3. В результате отрицательное сальдо Армении в торговле с Россией в кризисном году увеличилось на 7 %, достигнув 686,8 млн долл.

Между государствами более устойчивым становится торгово-экономическое сотрудничество. Объем накопленных российских капиталовложений в армянскую экономику превысил 2,8 млрд долл. Новый этап развития взаимоотношений двух государств дает надежду на совершенствование российско-армянских партнерских отношений. Особая роль уделяется экономическому сотрудничеству, которая призвана придать новый импульс наращиванию армяно-российского экономико-инвестиционного сотрудничества, развитию прямых хозяйственных связей регионов двух стран.

На современном этапе Армения при активном взаимодействии с Россией стремится принять активное участие в интеграционных процессах на постсоветском пространстве. Правительство Армении содействует усиленному развитию российского бизнеса на своем рынке. Согласно международным рейтингам, Армения обгоняет другие страны СНГ по показателю открытости экономики, инвестиционной привлекательности.

В целом армяно-российские взаимоотношения эволюционируют по возрастающей. В последние годы связи между государствами носили разносторонний и сбалансированный характер, и в настоящий период они наполняются новым содержанием. Так, увеличивается инвестиционное сотрудничество, восстановлен докризисный уровень объемов взаимной

торговли. Активизируется сотрудничество в промышленности и в других сферах.

В конце 2012 г. состоялся второй российско-армянский межрегиональный форум «Россия и Армения: межрегиональный диалог-2012». Одним из важнейших вопросов, поставленных в ходе форума, были участие России и Армении в интеграционных процессах на евразийском континенте, степень вовлеченности стран в эти процессы. Также решались перспективы сотрудничества в сфере энергетики, транспорта и др. В настоящее время, следует отметить, подписан ряд соглашений, нацеленных на укрепление дружбы и сотрудничества между двумя странами.

Эволюция взаимоотношений России и Армении, связи между которыми продолжают оставаться весьма крепкими, поднялась на новую ступень. Этому способствовал тот факт, что с 2 января 2015 г. вступил в силу Договор о присоединении Республики Армении к Евразийскому экономическому союзу, в результате чего ожидается ряд позитивных эффектов.

Несмотря на существующие проблемы, образование интеграционных торгово-экономических, валютных, таможенных и политических объединений по-прежнему остаётся одной из главных тенденций мирового развития. Экономическая интеграция пяти стран СНГ – Белоруссии, Казахстана, России, Армении и Киргизии – продолжается в формате Евразийского экономического союза (ЕАЭС).

17 июня в рамках Петербургского международного экономического форума Президент России Владимир Путин заявил о целесообразности формирования на базе ЕАЭС более широкого партнерства в Евразии, в которое со временем могут войти не только другие партнеры из СНГ, но также Китай, Индия, Пакистан и Иран.

Говоря о перспективах ЕАЭС, прежде всего следует обратиться к итогам состоявшегося 31 мая в Астане саммита высшего Евразийского экономического совета, представленного главами государств, входящих в объединение. В ходе мероприятия повышенное внимание было уделено трудностям, с которыми столкнулся ЕАЭС. Прежде всего, это финансово-экономический кризис в России, который негативно повлиял на экономики соседних государств и привел к значительному снижению взаимного товарооборота в рамках ЕАЭС. В 2015 году этот показатель упал на 25%, а за первые месяцы 2016 года уровень падения

составил уже около 30%. Эта негативная тенденция отмечалась практически всеми участниками саммита.

Кроме того, несмотря на работу Евразийской экономической комиссии, между странами сохраняются барьеры, препятствующие взаимной торговле, о чем особенно сожалел президент Белоруссии Александр Лукашенко. Интеграция в рамках ЕАЭС не решает проблему торговых войн между странами-участницами, и на сегодняшний день проблема торговых запретов остро стоит не столько в отношениях между Россией и Белоруссией, сколько в отношениях между Киргизией и Казахстаном.

На этом фоне неожиданным фактором на повестке дня евразийской интеграции выступили вопросы безопасности. Ранее участники объединения подчеркивали, что ЕАЭС – это в первую очередь экономический проект: Казахстан и сейчас настаивает на том, что объединение должно функционировать исключительно в формате экономической интеграции. Такая позиция, в частности, стала одной из причин, по которой Астана отклонила российско-белорусскую инициативу по созданию в структуре ЕАЭС Парламентской Ассамблеи по примеру Организация Договора о коллективной безопасности (ОДКБ). Однако в 2016 году проигнорировать вопросы безопасности все же не удалось, и именно о них в ходе заседания высшего Евразийского экономического совета говорил президент Армении Серж Саргсян, увязавший перспективы экономического процветания союза со стабильностью на общесоюзном пространстве.

Сегодня поддерживается диалог между министерствами и ведомствами двух стран, развиваются межпарламентские связи. Россия и Армения активно сотрудничают в решении международных проблем на основных международных площадках – в ООН, в рамках Содружества Независимых Государств, Организации Договора о коллективной безопасности. Позиции двух стран по большинству ключевых международных проблем совпадают или близки.

Список использованной литературы

1. Межгосударственные отношения России и Армении / URL: https://ria.ru/spravka/20160810/1473835931.html

2. Карен Карапетян: Армения – фантастическая страна с прагматичным подходом (интервью) // Национальный филиал Межгосударственной телерадиокомпании «Мир» в Республике Армения. – 2017. – 29 января. – URL: http://am.mir24.tv/news/62261

3. Теоретико-методологические подходы и практические результаты социально-экономических и междисциплинарных научных исследований / Алексеева Н.А., Аникин Д.В., Беляева С.В., Буримов Н.И., Валл К.П., Валюлина Е.В., Воеводина С.С., Елисеева Е.В., Ерохин В.В., Захаров В.В., Захарова Н.И., Звягинцева Е.П., Зуб А.Т., Карбанович О.В., Карпов Э.С., Карпова Е.Г., Киприянов Ф.А., Кузьмина Б.С., Лупоядова Л.Ю., Лызарь О.Г. и др. Самара, 2017.
4. Договор о присоединении Республики Армения к Договору о Евразийском экономическом союзе от 29 мая 2014 года подписан в г. Минске 10.10.2014 г. // Собрание законодательства РФ. – 2015. – N 8, ст. 1107.

Пожидаева А.А.
магистрант
ФГБОУ ВПО «Балтийский Федеральный Университет им. Иммануила Канта»
г. Калининград, Российская Федерация

Бизнес-процессы и функциональные обязанности сотрудников отдела маркетинга и продаж

Формирование и создание гостиничного продукта включает в себя несколько бизнес-процессов.

Анализ рынка – это оценка, определение, моделирование и прогнозирование всех аспектов процессов, происходящих на рынке и функционирования конкретного субъекта отрасли с применением различных методов исследований. Главной целью анализа рынка является определение потенциальных возможностей и рисков, а также создание прогнозов по возможным вариантам развития ситуаций в отрасли. Состоит из следующих анализов: конкретного отраслевого рынка, предприятия, потенциальных и реальных конкурентов, плана реализации отдельно взятого проекта, товара или услуги, их конкурентной способности.

На базе результатов анализа создается управленческое резюме и определяется маркетинговая стратегия.

Анализ потребности гостей и определение сегмента, заключается в разделении рынка на четкие группы потребителей, которые могут требовать разные продукты и к которым необходимо использовать различные подходы и методы. По опросам и отзывам гостей выделяются определенные критерии, по

которым производится выделение сегмента на основе чего позже создается новый гостиничный продукт.

Формирование продукта, на основе результатов анализа рынка, выбранного сегмента, опросов потребителей, создается необходимый набор критериев к будущему гостиничному продукту. Исходя из возможностей гостиницы и финансовой целесообразности составляется описание предполагаемого продукта и список ресурсов и мероприятий нужных для его осуществления.

Мониторинг удовлетворенности клиентов продуктом, у каждого продукта существует свой цикл жизни. В ходе этого процесса отслеживаются циклы жизни каждого продукта гостиницы, путем анализа потребления продукта и отзывов гостей. В результате разрабатываются меры по поддержанию, изменению или исключению продукта из перечня услуг гостиницы.

Функциональные обязанности сотрудников типового отдела маркетинга и продаж гостиницы (номерной фонд 300 номеров) указаны в таблице 1.

Таблица 1

Функциональные обязанности сотрудников типового отдела маркетинга и продаж гостиницы (номерной фонд 300 номеров)

Наименование должности	Функциональные обязанности сотрудников
Маркетолог	Проведение маркетинговых исследований, связанных с изучением сегментации рынка, анализом ценообразования и предпочтений потребителя, прогнозом продаж и каналов реализации, открытием новых рынков, оценкой эффективности рекламы, деятельностью конкурентов. Изучать рынок гостиничных услуг Анализировать потребности клиентов и границы ценообразования. Формировать потребительский спрос на предоставляемые гостиничные продукты, выявлять наиболее эффективные сегменты рынка. Разрабатывать программы по формированию спроса и стимулированию потребления Анализировать эффективность рекламных мероприятий. Подготавливать предложения по формированию фирменного стиля компании и фирменного оформления рекламной продукции. Исследовать факторы, которые влияют на потребление гостиничных услуг, типы спроса (устойчивый,

	кратковременный, ажиотажный и пр.), причины его снижения и повышения. Проводит тестирование рекламных материалов, давать предложения по дизайну печатных рекламных материалов или исходную информацию для их разработки.
Менеджер по продажам	Поиск потенциальных клиентов. Ведение коммерческих переговоров с клиентами. Выясняет потребности клиентов в гостиничном продукте, и согласовывает условия с клиентом в соответствии с его потребностями и возможностями гостиницы. Мотивирует клиентов на работу с компанией в соответствии с утвержденными программами по стимулированию. Составляет ежемесячный план продаж. Ведет отчетность. Участвует в разработке и реализации проектов, связанных с деятельностью отдела.
Начальник отдела	Осуществляет разработку маркетинговой политики на предприятии на основе анализа потребительских свойств продукта и прогнозирования потребительского спроса и рыночной конъюнктуры. Руководит проведением исследований основных факторов, формирующих динамику потребительского спроса на продукт. Обеспечивает участие отдела в составлении перспективных и текущих планов по созданию и предоставлению продукта, определении новых рынков сбыта и новых потребителей. Координирует деятельность всех функциональных подразделений по сбору и анализу коммерческо-экономической информации, созданию банка данных по маркетингу гостиничных продуктов гостиницы. Организует изучение мнения потребителей о выпускаемой предприятием продукции, его влияния на пользование гостиничными услугами и подготовку предложений по повышению их конкурентоспособности и качества. Осуществляет контроль за своевременным устранением недостатков, указанных в поступающих от потребителей претензиях, мотивацией определенного отношения потребителей к гостиничному продукту. Организует разработку стратегии проведения рекламных мероприятий.

Отдел маркетинга и продаж сравнительно недавно появился в структуре гостиницы, но его роль стремительно возрастает. Уже сейчас во многих странах кратчайшим путем в перспективе занять должность генерального директора

гостиницы является работа на должности начальника отдела маркетинга и продаж (в Великобритании – деятельность в финансовом департаменте, в Германии – в хаускипинге). Главная задача этого отдела – повышение загрузки гостиницы.

Список использованной литературы

1. Либкинд Е.В. Организационные структуры управления: конспект лекции и методические указания к теме по дисциплине: «Менеджмент». 2003. Оренбург: ГОУ ОГУ. 42 с.

2. Мильнер Б.З. Теория организаций. 2004. – М.: Инфра-М. 648 с.

3. Федорова Н.Н. Организационная структура управления предприятием: Учебное пособие. 2003. – М.: ТК Велби. 256 с.

4. Galbraith, Jay R. Designing organizations: An executive briefing on strategy, structure, and process, Jossey-Bass, 1995, pp. 164 с.

© Пожидаева А.А., 2017

Потякина Алёна Сергеевна

студентка группы ФК-41

Научный руководитель: к.э.н., доцент Подкопаев О.А.

ФГБОУ ВО «Самрский государственный институт культуры»

Г. Самара, Российская Федерация

Свободные экономические зоны туристско-рекреационного типа в России

Туристско-рекреационная зона (ТРЗ) – вид свободной экономической зоны, создаваемой для развития и оказания услуг в сфере туризма. Создание туристско-рекреационных зон оправдывается следующими целями: развитие оздоровительных курортов; повышение конкурентоспособности туристских предприятий; повышение уровня развития лечебных и оздоровительных программ. В туристско-рекреационных зонах может осуществляться разработка различных месторождений, таких как минеральные воды, термальные источники, лечебные грязи и другие подобные лечебные ресурсы.

ТРЗ имеют отличия от свободных экономических зон другого типа:

- могут создаваться на одном или нескольких участках территории муниципальных образований;

- на момент их создания на них могут располагаться земельные участки, находящиеся в пользовании граждан и (или) юридических лиц;
- в туристско-рекреационных зонах могут быть расположены объекты инфраструктуры, жилого фонда и иные объекты, находящиеся в различных формах собственности, включая частную;
- земельные участки могут относиться к землям особо охраняемых территорий.

Принципиальное отличие туристско-рекреационных экономических зон от промышленно-производственных и технико-внедренческих в том, что акцент в этих зонах делается не на производстве каких-либо товаров, а на оказании услуг населению [1]. Развитие и рациональное использование туристских и лечебных ресурсов на территории экономических зон должно способствовать экономическому подъему в целом в данном регионе.

3 февраля 2007 года постановлениями Правительства РФ в России создано семь особых экономических зон туристско-рекреационного типа: в Краснодарском крае, в Ставропольском крае, «Ворота Байкала» в Иркутской области, «Байкальская гавань» в Республике Бурятия, «Алтайская долина» в Республике Алтай, «Бирюзовая Катунь» в Алтайском крае, «Куршская коса» в Калининградской области. Позже, постановлением Правительства РФ от 31 марта 2010 г. на территории острова Русский Приморского края создана еще одна туристско-рекреационная особая экономическая зона.

Однако на сегодняшний день существуют проекты лишь четырех особых экономических зон туристско-рекреационного типа: «Долина Алтая», «Бирюзовая Катунь», «Ворота Байкала» и «Байкальская Гавань». Ни одна из этих зон не эксплуатируется в том объеме, в каком планировалось изначально. Эксперты Общероссийского народного фронта пришли к выводу, что лишь 14% инвестиций, запланированных на реализацию проектов ТРЗ, было освоено на начало 2015 года.

По словам руководителя проекта «За честные закупки» Антона Гетты, реализация этих проектов «не выдерживает никакой критики». Он отмечает, что эта ситуация приводит не только к бюджетным потерям, связанным с устранением нарушений. Это осложняет возврат инвестиционных средств в казну, который предполагалось осуществлять за счет особой системы налогообложения и прибыли от эксплуатации туристических объектов субъектами малого предпринимательства.

Долгосрочная общемировая тенденция развития СЭЗ свидетельствует о том, что налоговые льготы не являются главным стимулом для притока инвестиций [2]. Более существенным и значимым в этом отношении могут оказаться политическая стабильность, инвестиционные гарантии, качество инфраструктуры, квалификация рабочей силы, упрощение административных процедур, перспектива освоения национального рынка.

Таким образом, выявлены причины, препятствующие развитию экономической зоны туристско-рекреационного типа:

1. Недостаточный объем финансирования. В связи с кризисом почти в 2 раза сокращен объем финансирования строительства инфраструктуры туристско-рекреационного типа.

2. Относительно небольшой объем льгот, по сравнению с другими странами, предоставляемых инвестору. Согласно законодательству РФ, резидентам ОЭЗ предоставляются следующие гарантии и налоговые льготы: при исчислении налога на прибыль применять пониженную налоговую ставку до 13,5 %: освобождение от уплаты земельного и налога на имущество в течение 5 лет.

3. Нехватка квалифицированных специалистов, в том числе владеющих экологическими требованиями и нормами [3].

4. Медлительность федеральных властей в решении вопросов функционирования ОЭЗ. Наиболее успешно развиваются ОЭЗ ТРТ в регионах, власти которых проявляли максимальную инициативу, постоянно подталкивая центр к более активным действиям. В этом смысле можно позитивно оценивать последние тенденции по передаче дополнительных полномочии в этой сфере субъектам Федерации.

5. Плохая информированность инвесторов, особенно иностранных, о возможностях отечественных ОЭЗ ТРТ.

На уровне Министерства экономического развития РФ предпринимаются меры по созданию благоприятных условий развития экономической зоны ТРТ. Среди них: формирование системы упрощенного администрирования, когда все необходимые для резидента службы находятся в одном офисе; внедрение электронного документооборота; жесткая регламентация сроков работ по обращениям резидентов; проведение семинаров и презентаций, встреч с потенциальными резидентами российских ОЭЗ ТРТ.

Список использованной литературы

1. Подкопаев О.А. к вопросу об оценке туристского потенциала регионов / В сборнике: Национальное культурное наследие России: региональный аспект Материалы III Всероссийской научно-практической конференции. Под редакцией С.В. Соловьевой. 2015. С. 213-220.
2. Теоретико-методологические подходы и практические результаты социально-экономических и междисциплинарных научных исследований / Алексеева Н.А., Аникин Д.В., Беляева С.В., Буримов Н.И., Валл К.П., Валюлина Е.В., Воеводина С.С., Елисеева Е.В., Ерохин В.В., Захаров В.В., Захарова Н.И., Звягинцева Е.П., Зуб А.Т., Карбанович О.В., Карпов Э.С., Карпова Е.Г., Киприянов Ф.А., Кузьмина Б.С., Лупоядова Л.Ю., Лызарь О.Г. и др. Самара, 2017.
3. Киселев Д.А., Подкопаев О.А. Современные тенденции в развитии сферы туризма России / В сборнике: Фундаментальные и прикладные научные исследования Материалы Международной научно-практической конференции НИЦ "Поволжская научная корпорация". Редакционная коллегия: Р.Р. Галлямов, А.А. Бельцер, Ю.А. Кузнецова, О.А. Подкопаев. 2017. С. 84-86.

Сидалищева Е.В., Шобухина М.Е., Меньшагина И.А.,
студентки 4 курса, Институт инженерной физики и радиоэлектроники,
Сибирский Федеральный Университет,
Падерова В.С.,
студентка 1 курса магистратуры, Политехнический институт,
Сибирский Федеральный Университет,
г. Красноярск, Россия

Система поддержки развития инновационных проектов ранних стадий в РФ

Для того, чтобы наиболее успешно внедрять инновации, необходимо создавать и поддерживать развитие инфраструктуры инновационной деятельности. Несмотря на то, что на сегодняшний день инновационное развитие России значительно отстает от зарубежных развитых стран, в нашей стране существует достаточно разветвленная сеть организаций, поддерживающих развитие инновационной деятельности.

Существующая инновационная инфраструктура представлена в таблице 1.

Таблица 1

Состав инновационной инфраструктуры России

Элементы	Вид организации
Производственно-технологическая	Технопарки, центры коллективного пользования оборудованием и.т.д.
Консалтинговая	Центры трансфера технологий, бизнес-инкубаторы
Финансовая	Бюджетные организации, внебюджетные фонды, венчурные фонды, бизнес-ангелы.
Кадровая	Система подготовки специалистов в области научного и технологического менеджмента.
Информационная	Государственная система научно-технической информации, региональные информационные сети, Интернет

Но, следует отметить, что успешное развитие инновационной деятельности не может зависеть только от наличия и количества тех или иных элементов инфраструктуры. Успешное развитие страны в инновационном направлении напрямую зависит от эффективности взаимодействия всех представленных элементов между собой.

Производственно-технологическая инфраструктура. Технопарк - имущественный комплекс, объединяющий в себе НИИ, объекты индустрии, университеты, деловые центры, а также обслуживающие объекты: транспорт, подъездные пути, жилой комплекс, охрана. Смысл создания технопарков состоит в том, чтобы сконцентрировать на одной общей территории специалистов одного профиля деятельности. На сегодняшний день в России технопарки создаются не только при университетах, но и при крупных научных центрах, наукоградах. Технопарки являются основным звеном инновационной инфраструктуры, поддерживающим инновационные предприятия на начальной стадии создания и функционирования.

Консалтинговая инфраструктура. Центры трансфера технологий (ЦТТ), как правило, создаются при академических институтах и крупных ВУЗах, ведь именно там генерируется наибольшее количество инновационных идей. Основной задачей центров является передача научно-технические знаний, поддержка и сопровождение проектов от стадии seed и start-up. Помощь в коммерциализации современных инновационных проектов и научных

разработок. Но с развитием ЦТТ появились некоторые проблемы, одной из которых, является отсутствие квалифицированных кадров. Если данная проблема будет решена, ЦТТ станут важнейшим элементом системы, стимулирующей инновационную деятельность.

Что касается бизнес-инкубаторов, данная структура финансируется из средств бюджета всех уровней. Деятельность бизнес-инкубаторов направлена на поддержку проектов на начальной стадии развития. Предоставляют офисные помещения, услуги по развитию бизнеса по льготным ставкам. Роль бизнес-инкубаторы включает создание «экосистемы» - связей между резидентами, потенциальными инвесторами, работниками и научными консультантами.

Финансовая инфраструктура. Проблемы инновационного развития страны во многом обусловлены отсутствием в России налаженной системы финансирования инновационной деятельности. Стадии, связанные с проведением НИОКР вызывают наибольшие трудности в финансировании. Основным источником финансирования проектов «посевной» стадии в России остается государство.

Фонд содействия развитию малых форм предприятий в научно-технической сфере (фонд Бортника) является старейшим финансовым институтом развития инноваций в России.

Фонд Сколково - институт инновационного развития, основной задачей которого является поддержка российских высокотехнологических компаний.

Следующим важным источником финансирования являются государственные программы, предусматривающие поддержку разработки и исследования малых инновационных предприятий. Например, ГП РФ «Экономическое развитие – инновационная экономика»: выделение инновационным предприятиям субсидий.

Таким образом, можно сделать вывод, что в нашей стране, именно государство в большей степени поддерживает развитие инновационных проектов путем реализации федеральных и региональных целевых программ.

Список использованной литературы

1. Журов А.В. Материальная инфраструктура как инструмент поддержки инновационных предприятий на посевной стадии в России // Вестник Финансового университета. - 2012. - №3. - С. 98-104.

2. Инновационный менеджмент: учебник для академического бакалавриата/под ред. С.В. Мальцевой. - Москва: Издательство Юрайт. - 2014. - 527с.

Силантьева А.В.
ст. преподаватель
ФГБОУ ВПО «Самарский государственный технический университет»
г. Самара, Российская Федерация

Товар и его качество

Понятие качества большинство ученых связывают с комплексом определенных признаков, внешнего вида или упаковки, условий эксплуатации товара, модификация и инновация продукта, которые характеризуют изделие с точки зрения его предназначения. Целесообразные показатели создают правила, которым обязан соответствовать товар, как на уровне проектных, а далее и нормативных документов, так и с точки зрения практических потребительских свойств уже изготовленного изделия [1].

Качество, это то, что будет актуально еще многие годы. От качественного товара зависит экономика государства и дальнейшее развитие рынка. Среди массы однообразной продукции стало сложнее выбрать качественный товар.

В системе менеджмента качества есть несколько формулировок значения качества, одно из которых, качество – это то, что говорит нам потребитель, а не изготовитель. Ведь именно от потребителя зависит спрос товара и его рентабельность. Если производитель ориентируется на потребителя, на его покупательские способности и на то, какой продукцией заполонен рынок, то его товар будет иметь спрос. Но на приемлемое качество товара, в основном, влияет, и цена, так как предполагаются значительные затраты производителя на проектирование и разработку продукта, на приобретение необходимых материалов, производство, упаковку и на установление контроля и проведение испытаний при выходе изделия на рынок. В связи с этим надлежащее качество товара чаще всего означает его последующую продажу в определенном ценовом пределе. Проблема заключается в том, что готов ли потребитель приобретать изделие, качественное, но по установленной, высокой, цене [1].

Российские производители сильно отстают в области применения современных методов менеджмента качества. Повышение кондиций товара несет множество возможностей. Однако это неосуществимо без изменения отношения к качеству на всех уровнях организации процесса, начиная с разработки проекта к изделию. Требования к росту качества товара не могут быть осуществимы, если высшее руководство производства не станет относиться к качеству как к данности.

Сегодня качество товара регулируется ГОСТами, стандартами и проверяется в независимых лабораториях. Качество стало важной структурой для развития экономики страны. В результате правительством Российской Федерации в 2015 году была учреждена автономная некоммерческая организация «Роскачество», которая осуществляет независимые исследования качества товара, а лучшей российской продукции присваивается «знак качества» [2].

В итоге можно сказать, что качество товаров сохраняет свою актуальность. От кондиции товара зависит стабильность экономики государства. Ведь реальная экономика — это совокупность деятельности производства, распределение и верное использование ресурсов.

Список используемой литературы

1. Основное понятие качества и признаки качества. URL: http://fb.ru/article/198113/osnovnoe-ponyatie-kachestva-i-priznaki-kachestva (дата обращения: 1.12.17)
2. Российская система качества (Роскачество), Официальный сайт АНО «Российская система качества» URL: https://roskachestvo.gov.ru/ (дата обращения: 3.12.17)

© Силантьева А.В., 2018

Силантьева А.В.
ст. преподаватель
ФГБОУ ВПО «Самарский государственный технический университет»
г. Самара, Российская Федерация

Отчетность по сегментам деятельности нефтегазодобывающей отрасли

Система сегментарной отчётности в нефтегазодобывающей отрасли формируется из уровней управления производством и из видов протекающих производственных процессов. Внутренняя сегментарная отчётность составляется на базе данных сегментарного учёта, которые являются подсистемой управленческого учёта.

На базе внутренней отчётности используются стратегические решения, исполняется единый контроль выполняемых геологоразведочных буровых работ. Руководство нефтегазодобывающего производства само отбирает наиболее подходящий формат для внутренней отчётности. Исходя из этого,

нужно руководствоваться критериями наглядности, понятности и удобства использования [1].

Для управленческого учёта большое значение имеет учёт фактических расходов – как основа принятия управленческих решений. Помимо прочего внимание уделяется нормативным издержкам (проектным расчётам), на базе которых рассчитываются возможные способы управленческих решений. Эти сведения носят переменчивый характер, и все объекты анализируются в динамике. Также учитываются различные факты за разные временные промежутки. Временным интервалом является неделя, декада, половина месяца, месяц. Варианты расчетов по альтернативным курсам действий также могут быть рассчитаны на разные периоды времени.

Для введения системы сегментарного учёта и отчётности на первичном этапе оценка эффективности работы нефтегазодобывающего производства имеет возможность осуществляться на основании сведений, которые получаются в результате обработки данных бухгалтерского учёта [2].

Наибольшей информационной выгодой могут обладать сведения внутренней сегментарной отчётности при регулярности их сбора. Для того, чтобы увеличить информативности можно дать показатели в сравнении со среднеотраслевыми или сведениями конкурентов. Для руководителей всевозможных выделенных сегментов с учётом местонахождения, главных видов, исполняемых ими работ и задач деятельности, выделяются блоки управленческой информации, которые необходимы для управления. С данными сведениями можно работать на постоянной основе.

В соответствии с ПБУ 12/2010 "Информация по сегментам" целью составления сегментарной отчетности для внешних пользователей является обеспечение заинтересованных пользователей информацией, позволяющей оценить отраслевую специфику деятельности организации, ее хозяйственную структуру, распределение финансовых показателей по отдельным направлениям деятельности [3].

Для целей составления внешней сегментарной отчетности в нефтегазодобывающих производствах, на наш взгляд, целесообразно выделение сегментов по регионам осуществления деятельности, поскольку разведочные и другие скважины могут располагаться на различных территориях или даже в других регионах. Так как риски и прибыли нефтегазодобывающего производства

определяются различиями в географических регионах деятельности, то главной признается информация по географическим, а не по операционным сегментам.

В любом производстве в составе информации по отчетному географическому сегменту раскрываются следующие стандартные показатели:

- общая величина выручки, в том числе полученная от продажи внешним покупателям и от операций с другими сегментами;
- финансовый результат (прибыль или убыток);

Помимо качественных признаков, которые выделяются во внешней бухгалтерской отчетности, сегменты должны удовлетворять хотя бы одному из следующих требований:

- финансовый результат сегмента – не менее 10 % от суммарного финансового результата всех сегментов;
- активы сегмента – не менее 10 % от суммарных активов всех сегментов.

Основой для выделения сегментов может быть организационная и управленческая структура организации, а также системы внутренней отчетности. В некоторых случаях основой может являться схожесть экономических условий, а также процесс принятия управленческих решений в организации.

Подход ПБУ 12/2010 более ориентирован на внутренний управленческий учет, чем на формальные отличительные признаки выделения сегментов – операционные и географические, а также максимально приближен к требованиям МСФО (IFRS) 8 "Операционные сегменты" [4].

Для выделения отдельного сегмента достаточно того, что выделяется информация о части деятельности организации, например, геологоразведка. Причем эта часть деятельности должна анализироваться на систематической основе лицами, принимающими ключевые решения о распределении ресурсов внутри организации и оценивающими результаты этой деятельности.

Предметом проведения анализа становится та часть деятельности, по которой получают доход и несут расходы и по которой финансовые показатели формируются отдельно от других частей деятельности в системе управленческой отчетности. Для разработки единой методики формирования сегментарной отчетности необходимо выполнение трех действий (шагов).

Шаг первый – начальный. При первом составлении сегментарной отчетности необходимо назначить ответственного представителя за принятие управленческих решений, обозначить отчетные сегменты, сформировать учетную политику в отношении сегментарной отчетности.

Шаг второй – основной. При его выполнении нужно собрать данные для подготовки отчетности на основе показателей сегментарного учета. Необходимо разработать документы, где будет обобщаться информация по сегментам и периоды составления.

Шаг третий – конечный. Здесь следует раскрыть информацию, содержащуюся в отчетной документации.

При раскрытии информации по сегментам нефтегазодобывающего производства необходимо применять общие требования к представлению информации в бухгалтерской отчетности организаций.

Таким образом, постановка сегментарного учета и отчетности позволяет совершенствовать документооборот, оптимизировать показатели деятельности, как отдельных сегментов, так и всего нефтегазодобывающего производства. На основе сегментарного учета может быть проведен сегментарный анализ, который позволяет оценить качество работы каждого сегмента бизнеса [3].

Список использованной литературы

1. Информация по сегментам [Электронный ресурс]: Положение по бухгалтерскому учету ПБУ 12/2010: утв. приказом Министерства финансов РФ от 08.11.2010 № 143н.

2. Богатова Е. Р. Управленческая отчетность: что это такое, кому и зачем она нужна? [Текст] / Е. Р. Богатова // Руководитель в курсе дела. – 2007. – № 5.

3. Ефимова С. Б., Пахомов А. С. Предметно-целевой аспект сегментарной отчетности в России [Текст] / С. Б. Ефимова, А. С. Пахомов // Современные исследования социальных проблем (электронный научный журнал) – 2012. – №4.

© Силантьева А.В., 2018

Силантьева А.В.
ст. преподаватель
ФГБОУ ВПО «Самарский государственный технический университет»
г. Самара, Российская Федерация

Основные проблемы развития малого бизнеса

Актуальность данной темы обусловлена тем, что на сегодняшний день малый бизнес имеет большую значимость в развитии экономики. Обусловлено это тем, что малый бизнес оказывает положительное влияние на динамику экономического роста, способствует решению проблем реструктуризации экономики и увеличению показателей занятости населения, а также является элементом, формирующим конкурентную среду и устанавливающим рыночное

равновесие. Наибольшая значимость малого бизнеса заключается в его возможности стабилизировать экономику посредством гибкого реагирования на меняющиеся экономические условия, колебания потребительского спроса и изменение конъюнктуры рынка.

В настоящее время уровень развития малых предприятий в Российской Федерации не удовлетворяет сегодняшние потребности экономики страны, а также будущие требования глобализации мирового рынка.

Реализация бизнеса требует рационально разработанную финансово-кредитную поддержку, но на сегодняшний день основной проблемой, которая наблюдается в развитии развития малого предпринимательства, является недостаток финансирования. Обусловлено это, прежде всего, труднодоступностью займов и субсидий со стороны государственных и муниципальных фондов поддержки, а также малым объемом активов субъектов малого бизнеса. Помимо этого, развитие малых предприятий характеризуется [2]:

- Сокращением объема реализации продукции;
- Удлинением срока оборачиваемости капитала;
- Снижением рентабельности производства.

Еще одна значительная проблема развития малого бизнеса заключается в отсутствии финансовой поддержки со стороны банковских учреждений. Увеличение ставки рефинансирования Центральным банком повлекло за собой увеличение ставок по кредитам, что является причиной больших трудностей в финансовом плане для предпринимателей. Помимо этого, сложность финансового обеспечения малых предприятий заключается в частых случаях отказа банками в выдаче кредита, которые обусловлены высокой степенью рисков из-за отсутствия у малых предприятий залогового обеспечения. В качестве залога малые предприятия банкам могут предложить только товар, но последние не воспринимают его в качестве ликвидного обеспечения. Также, препятствующими факторами в получении кредита и служащими для банка риском, являются [4]:

- Отсутствие в финансовой отчетности данных о платежеспособности предприятия;
- Невысокий уровень рентабельности;
- Короткий жизненный цикл;
- Узкая специализация.

С учетом всего вышеперечисленного, малые предприятия банк относит к категории наиболее рискованных заемщиков.

Также проблемами, препятствующими развитие малого бизнеса, являются [3]:

- Рост уровня инфляции;
- Введение санкций;
- Повышение курса доллара и евро;
- Введение товарного эмбарго;

В настоящее время приоритетными отраслями развития малого бизнеса являются те сектора экономики, на которые наибольшее влияние оказали наложенные Евросоюзом и США санкции.

На данный момент, стратегии развития малого предпринимательства регулируются Федеральным законом «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации», в соответствии с которым государство оказывает малым предприятия следующие виды поддержки [1]:

- Грантовая поддержка молодых предприятий;
- Развитие гарантийных фондов;
- Развитие молодежного предпринимательства;
- Развитие социального предпринимательства;
- Поддержка лизинга малых предприятий;

Предполагается, что применение вышеперечисленных мероприятий в совокупности будет способствовать развитию эффективной деятельности малых предприятий, что, в свою очередь, окажет положительно влияние на развитие национальной экономики.

Подводя итог, стоит отметить, что малый бизнес оказывает существенное влияние на экономический рост Российской Федерации, но на сегодняшний день малые предприятия имеют невысокий уровень развития. Субъектам малого предпринимательства очень трудно осуществлять самостоятельное развитие, поэтому усиливается их степень зависимости от государства. Государство, в свою очередь, разрабатывает стратегии, оказывающие положительное влияние на развитие малого бизнеса.

Список использованной литературы

1. Федеральный закон от 24.07.2007 N 209-ФЗ (ред. от 03.07.2016) "О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации" (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.08.2016) (дата обращения 18.04.2017)

2. Буров, В.Ю. Основы предпринимательства: учебное пособие / В.Ю. Буров. – Чита, 2015. – 441 с.
3. Быкова Н. Н., Рогозина Л. С. Проблемы развития малого бизнеса в России // Молодой ученый. — 2016. — №3. — С. 479-483.
4. Ясин Е.Г. Малое предпринимательство в России: прошлое, настоящее и будущее / Под ред. Е.Г. Ясина, А.Ю. Чепуренко, В.В. Буева. – М.: Фонд «Либеральная миссия», 2016 – 220 с.

© Силантьева А.В., 2018

Сысак Д.Е.
студент бакалавриата
Хакасский технический институт – филиал ФГАОУ
ВО «Сибирский федеральный университет», г. Абакан.
Научный руководитель: Прокопьева Е.Л., к.э.н., доцент

Факторы и пути экономического роста в Республике Хакасия

Республика Хакасия – субъект Российской Федерации, республика в её составе. Входит в Сибирский федеральный округ, часть Восточно-Сибирского экономического района. Столица – город Абакан. Население на 01.01.2017 года составляет 537 668 чел. Плотность населения: 8,73 чел./км² (2017). Граничит с Кемеровской областью, Красноярским краем, Республикой Тыва и Республикой Алтай. Государственные языки: русский и хакасский. Также распространены немецкий и украинский языки.

План мероприятий по реализации Стратегии социально-экономического развития Республики Хакасия до 2020 года (утвержден постановлением Правительства Республики Хакасия от 28.12.2016 № 639) является документом стратегического планирования и разработан на основе положений Стратегии социально-экономического развития Республики Хакасия до 2020 года, утвержденной постановлением Правительства Республики Хакасия от 25.10.2011 № 700 (с последующими изменениями) [4], с учетом Основных направлений деятельности Правительства Российской Федерации на период до 2018 года, утвержденных Председателем Правительства Российской Федерации от 14.05.2015 [5], указов Президента Российской Федерации от 07.05.2012 № 596−602, № 606 [6], Стратегии социально-экономического развития Сибири до 2020 года, утвержденной распоряжением Правительства Российской Федерации от 05.07.2010 № 1120-р (с последующими изменениями) [7].

Необходимость разработки обусловлена принятием Федерального закона от 28.06.2014 № 172-ФЗ «О стратегическом планировании в Российской Федерации» (с последующими изменениями) [8] и Закона Республики Хакасия от 10.06.2015 г. № 48-ЗРХ «О стратегическом планировании в Республике Хакасия» [9].

В период 2011–2016 годов основным инструментом реализации Стратегии социально-экономического развития Республики Хакасия до 2020 года (Стратегия Хакасии) являлась Программа «Социально-экономическое развитие Республики Хакасия на 2011–2016 годы», утвержденная Законом Республики Хакасия от 29.12.2011 № 143-ЗРХ (с последующими изменениями) [10] (Программа СЭР). Программа СЭР – система целевых ориентиров социально-экономического развития Республики Хакасия, а также увязанный по приоритетам, направлениям, ресурсам и срокам реализации комплекс мероприятий, обеспечивающих эффективное решение ключевых проблем и реализацию Стратегии Хакасии.

Рассмотрим этапы реализации Стратегии Хакасии.

Рассмотрим этапы реализации стратегии и цели, которые должны быть достигнуты на каждом из этапов. Данные представлены на рисунке.

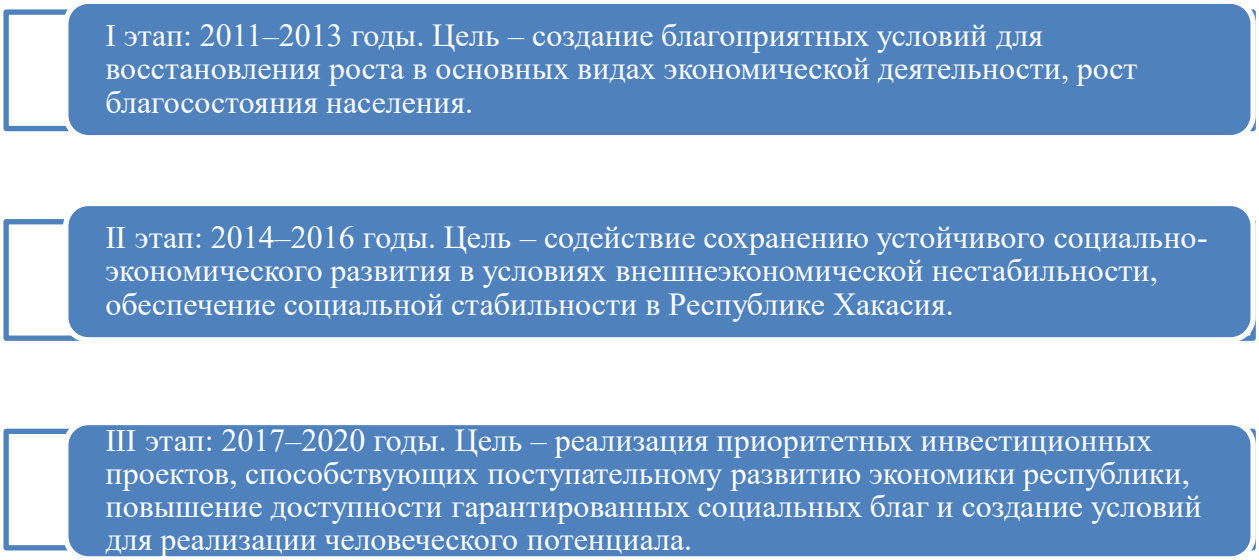

Рисунок 1. Этапы реализации стратегии и цели, которые должны быть достигнуты на каждом из этапов

Таким образом, каждый из этапов имеет свои цели и в целом направлен на реализацию главной цели разработанной стратегии развития республики Хакассия. Задачи каждого этапа представлены в таблице.

Таблица 1

Задачи этапов реализации стратегии

Этап	Задачи этапа
Этап I	— повышение объемов валового регионального продукта (ВРП) Республики Хакасия на основе роста производительности труда, интенсивного и сбалансированного использования всех видов ресурсов, технологического перевооружения отраслей, становления и развития новых производств; — формирование позитивного инвестиционного имиджа Республики Хакасия.
Этап II	— увеличение объема привлеченных инвестиций в экономику региона; — усиление мер государственной поддержки малого и среднего предпринимательства, в частности, по направлениям расширения и диверсификации промышленного производства; — совершенствование нормативной правовой базы Республики Хакасия, способствующей обеспечению прав, разделению рисков инвесторов и созданию условий для развития государственно-частного партнерства и инвестиционных площадок с готовой инфраструктурой для размещения новых производственных объектов; — повышение качества предоставляемых услуг в области здравоохранения, образования, социальной защиты, культуры, физической культуры и спорта.
Этап III	— реализация конкурентных преимуществ региона на основе усиления инвестиционной активности и развития приоритетных видов экономической деятельности в реальном секторе экономики и социальной сфере; — обеспечение активного и эффективного сотрудничества крупного, среднего и малого предпринимательства в интересах развития экономики республики; — повышение доступности ипотечных кредитов для граждан, снижение и эффективное распределение рисков кредитования между всеми участниками рынка; — развитие трудового потенциала; — повышение защищенности населения от основных социальных рисков и совершенствование системы адаптации граждан к экономическим и жизненным условиям; — повышение уровня и качества жизни всех слоев населения.

Таким образом, главная цель социально-экономического развития Республики Хакасия – определение основных направлений развития Республики Хакасия, обеспечивающих достойные уровень и качество жизни населения Республики Хакасия, на основе динамично развивающейся экономики. Это должно выразиться в финансовой сфере – в обеспечении устойчивости

бюджетной системы, повышении эффективности бюджетных расходов; в экономике – в обеспечении устойчивого экономического роста; в социальной сфере – в развитии человеческого капитала.

Список использованной литературы

1. Стратегия социально-экономического развития Республики Хакасия до 2020 года. https://r-19.ru
2. Хакасия / URL: www.vokrugsveta.ru
3. Постановление Правительства Республики Хакасия от 28.12.2016 № 639. 4. Постановление Правительства Республики Хакасия от 25.10.2011 № 700 (с последующими изменениями)
5. Основные направления деятельности Правительства Российской Федерации на период до 2018 года, утвержденные Председателем Правительства Российской Федерации от 14.05.2015
6. Указы Президента Российской Федерации от 07.05.2012 № 596−602, № 606
7. Стратегия социально-экономического развития Сибири до 2020 года, утвержденная распоряжением Правительства Российской Федерации от 05.07.2010 № 1120-р (с последующими изменениями)
8. Федеральный закон от 28.06.2014 № 172-ФЗ «О стратегическом планировании в Российской Федерации» (с последующими изменениями)
9. Закон Республики Хакасия от 10.06.2015 г. № 48-ЗРХ «О стратегическом планировании в Республике Хакасия».
10. Программа «Социально-экономическое развитие Республики Хакасия на 2011–2016 годы», утвержденная Законом Республики Хакасия от 29.12.2011 № 143-ЗРХ (с последующими изменениями).

Таратынова Т.В.
студентка гр. ФС -48
Научный руководитель: к.э.н., доцент Подкопаев О.А.
ФГБОУ ВО «Самарский государственный институт культуры»
г. Самара, Российская Федерация

Развитие проектного менеджмента в сфере культуры в России

Торжество массового производства в 1960-е годы, стремительная дифференциация труда в 1970-е одновременно с параллельным ростом технического прогресса, повсеместным внедрением электроники, использованием новых видов коммуникации, а также ростом новых отраслей производства и расширением сферы услуг на рубеже 80-х – 90-х годов XX века

заставило управленческие структуры многих компаний и даже государств задуматься над изменением процесса работы, производства продуктов и услуг для повышения эффективности, снижения издержек и сокращения сроков выдачи готового продукта. Именно так, в деловой среде формировался проектный менеджмент. Он развивался примерно с середины 1970-х годов и является плодом постиндустриальной экономической системы.

Проектное управление является не просто единичным случаем решения определенных задач и достижения определенных целей. Проектный менеджмент в современном мире - намного более обширное явление, чем оно может показаться. За последние 30 – 50 лет сформировалась культура проектного управления. В основе работы многих организаций: благотворительных, медицинских, образовательных, культурно-досуговых, НКО, фондов, государственных и частных корпораций и т.д. лежит проектная деятельность.

Управление проектом – это планирование, организация и контроль временных, трудовых, финансовых и материально-технических ресурсов на всех этапах жизненного цикла проекта, направленных на достижение цели проекта. Под проектной деятельностью в сфере культуры понимается организационно-управленческая активность субъектов культурной политики, направленная на разработку комплекса мероприятий, способствующих эффективному решению актуальных проблем культуры в условиях определенных временных рамок. Будучи способом организации, выявления и увеличения ресурсного потенциала сферы культуры, средством взаимодействия с органами власти, общественностью и партнерами, проектная деятельность является специфической формой регулирования социокультурных процессов. Проектная деятельность культурно-досуговых, впрочем, как и других учреждений, представляет собой планомерное осуществление мероприятий, объединенных общностью идей и целей и направленных на решение определенных проблем. В этом ключе, в качестве решения проблемной ситуации, выступает привлечение дополнительных ресурсов, обеспечение социального партнерства, регулирование внутренних социально-культурных процессов. Проектное управление позволяет с большей четкостью отследить ход движения идеи от начала ее претворения в жизнь до логического завершения. В рамках каждого проекта можно увидеть и оценить результаты выполняемых работ, осуществить общий анализ трудовых, временных, человеческих и иных ресурсов. При этом названные элементы возможно рассматривать в разрезе как одного проекта, так и целого портфеля проектов, а в будущем и региональной стратегии развитии.

Несмотря на развитие массы различных видов приносящей доход деятельности и популярности разнообразных проектов в сфере культуры, далеко не все руководители учреждений понимают, чем проектная деятельность отличается от текущей, плановой. А ведь без этого понимания не удастся ни сформулировать проектную заявку, ни получить грант, ни корректно решить поставленную задачу. Поэтому органам управления культуры следует уделять больше внимания поддержке ведомственных и общественных культурных инициатив, организуя многочисленные и разнопрофильные конкурсы проектов, а учреждения культуры могут предлагать и реализовывать собственные, в т. ч. партнерские проекты. Качественный проект может существенно изменить общественную жизнь и надолго остаться в памяти целевой группы, на которую был рассчитан.

Список использованной литературы

1. Управление проектами в сфере культуры [Электронный ресурс]. - Режим доступа - https://www.cultmanager.ru/article/4652-kraudfanding-ili-narodnoe-finansirovanie-sotsiokulturnyh-proektov/ (Дата обращения - 15.12. 2017)

2. Теоретико-методологические подходы и практические результаты социально-экономических и междисциплинарных научных исследований / Алексеева Н.А., Аникин Д.В., Беляева С.В., Буримов Н.И., Валл К.П., Валюлина Е.В., Воеводина С.С., Елисеева Е.В., Ерохин В.В., Захаров В.В., Захарова Н.И., Звягинцева Е.П., Зуб А.Т., Карбанович О.В., Карпов Э.С., Карпова Е.Г., Киприянов Ф.А., Кузьмина Б.С., Лупоядова Л.Ю., Лызарь О.Г. и др. Самара, 2017.

3. «Культурный проект: от замысла к реализации». Материалы по проектной деятельности в сфере культуры. Опыт практической реализации проектов / ГБУК «БГЦНТ»; [сост. А. В. Калашникова]. – Белгород: БГЦНТ, 2017. – 64 с. (Электронная версия).

4. Подкопаев О.А. Теоретические и практические аспекты оценки эффективности инвестиционных проектов организаций социально-культурной сферы / В сборнике: Научная мысль XXI века: результаты фундаментальных и прикладных исследований. Материалы международной научно-практической конференции. 2017. С. 157-165.

5. Ким Хелдман. Профессиональное управление проектами. – М.: Бином, 2005. – С. 517.

Тоштемирова М.Т.
студентка
Ташкентский государственный экономический университет
г. Ташкент, Узбекистан

Современный этап развития внешнеэкономической деятельности

В современных условиях возрастает роль внешнеэкономического фактора в развитии экономики страны в целом и отдельных регионов, внешнеэкономическая деятельность принимает все более открытой характер. Заметно расширяется количество участников внешнеэкономических отношений, так как право на внешнеэкономическую деятельность получили не непосредственно субъекты Республики Узбекистан, а отдельные предприятия и компании.

Внешнеэкономические связи играют большую роль в развитии малого предпринимательства. Мировая практика подтверждает важность приобщения малого бизнеса к международному сотрудничеству как с точки зрения возможного использования выгод и преимуществ международного разделения труда, так и с точки зрения освоения современных методов работы на рынке, включения в международные инвестиционные процессы, а также внедрения в хозяйственный оборот последних достижений технического прогресса.

Ориентация на активное участие малого предпринимательства в международном сотрудничестве необходима, в частности, и в связи с целесообразностью формирования широкого слоя современных малых предприятий, приспособленных для устойчивого производственного сотрудничества с крупными предприятиями. Экономическая целесообразность такого взаимодействия сегодня подтверждается практикой многих развитых государств. Она важна и в интересах формирования сферы, так называемого, венчурного предпринимательства, реализации проектов в области инновационной деятельности. Современный этап развития внешнеэкономических связей страны характеризуется рядом особенностей, которые в целом не являются благоприятными для активного включения малого и среднего предпринимательства в международное сотрудничество.

Большое значение имеют меры по стимулированию внешнеэкономической активности малого бизнеса. Целесообразно резервировать определенную долю заказов на производство и поставку отдельных видов продукции и товаров государственного назначения. К одной из важнейших задач в деятельности общественных объединений предпринимателей в этой области можно отнести

создание благоприятного имиджа узбекских МП в глазах зарубежных партнеров и международных организаций. Это будет способствовать привлечению иностранной технико-экономической и финансовой поддержки МП, продвижению отечественных МП на мировой рынок, инвестиционному и торговому сотрудничеству, а также поможет государственным структурам в деле защиты внутреннего рынка РУз, в том числе от недобросовестной иностранной конкуренции. Изучение факторов, влияющих на межрегиональную деятельность субъектов регионального хозяйства, позволяет выявить роль и место регионального хозяйства в межрегиональной и международной торговле, оценить конкурентоспособность его экономического потенциала и перспективы развития. Межрегиональные экономические связи играют особую роль в функционировании хозяйствующих субъектов регионального хозяйства. Такие связи влияют на формирование производственно-экономических связей субъектов, установление взаимодействия с потенциальными партнерами. То есть посредством межрегиональных связей субъекты обеспечиваются необходимыми материальными и финансовыми ресурсами и, следовательно, создается материально-техническая основа функционирования. В то же время межрегиональные связи опосредуют взаимодействие с потенциальной сферой реализации готовой продукции и, тем самым, гарантируют участие хозяйствующих субъектов в рыночных отношениях как равноправных партнеров.

Межрегиональные связи обеспечивают:

- взаимодействие регионального хозяйства с другими региональными хозяйствами и национальным хозяйством страны в целом;

- формирование материальных, финансовых, трудовых и информационных ресурсов;

- создание системы производственно-экономических связей, способствующей развитию внутриотраслевой и межотраслевой кооперации, а также развитию производства на основе достижений научно-технического прогресса;

- возникновение эффективных торгово-экономических связей, способствующих ориентации регионального хозяйства в системе территориального разделения труда;

- формирование ассортиментной структуры товаров, подлежащих реализации в других регионах с учетом емкости их рынков.

Все это дает региональному хозяйству возможность пользоваться преимуществами территориального разделения труда, едиными принципами размещения производительных сил и общими правилами регулирования кредитно-финансовых отношений и денежного обращения.

Список использованной литературы

1. Прогнозирование, планирование и моделирование: междисциплинарный подход и конвергенция знаний / Алиев А.Б., Ананьева Е.П., Бабакин М.М., Барковская Г.Ю., Владимиров С.Н., Дмитриева Е.О., Доргушаова А.К., Заступов А.В., Захаров В.В., Захарова Н.И., Зундэ В.В., Исаева И.Е., Исмайлова С.Р., Каплина А.В., Каширина М.В., Кожухова Н.В., Косолапова Н.А., Кузнецова Ю.А., Кушнаренко Т.В., Матвеева Л.Г. и др. Самара, 2015.
2. Подкопаев О.А. Некоторые вопросы взаимосвязи социально-экономических институтов и экономического роста. В сборнике: Актуальные вопросы экономики и финансов в условиях современных вызовов российского и мирового хозяйства Материалы III-й Международной научно-практической конференции. 2015. С. 195-198.
3. Теоретико-методологические подходы и практические результаты социально-экономических и междисциплинарных научных исследований / Алексеева Н.А., Аникин Д.В., Беляева С.В., Буримов Н.И., Валл К.П., Валюлина Е.В., Воеводина С.С., Елисеева Е.В., Ерохин В.В., Захаров В.В., Захарова Н.И., Звягинцева Е.П., Зуб А.Т., Карбанович О.В., Карпов Э.С., Карпова Е.Г., Киприянов Ф.А., Кузьмина Б.С., Лупоядова Л.Ю., Лызарь О.Г. и др. Самара, 2017.

Тоштемирова М.Т., Тоштемиров Д.Т.
студенты
Ташкентский государственный экономический университет
г. Ташкент, Узбекистан

Тенденции развития инвестиционной политики в современной мировой экономике

Современный этап развития мирохозяйственной системы характеризуется совокупностью глубоких общественно-экономических перемен, связанных с развитием процесса глобализации. Речь идет о формировании новой системы экономических отношений, при этом возникает необходимость выделения из общей системы структурных и функциональных подсистем отношений в мировой экономике ключевых аспектов, имеющих существенное значение.

Именно наднациональный финансово-инвестиционный капитал придал качественно новое содержание мировой экономической системе и процессу ее глобализации. С усилением роли этого капитала формируется новый тип экономики, основанный на приоритете инвестиционных связей. Основными субъектами хозяйственных отношений здесь становятся уже не страны, а олигополистические структуры – многонациональные компании и их альянсы.

С развитием данной системы экономических отношений усиливается необходимость решения проблем соотношения глобального и национального, в частности, адаптации национальных экономик к изменяющимся условиям, их встраивания в глобальную систему хозяйствования. Первичный постулат о сугубо позитивном воздействии глобализации на национальные экономики на протяжении последних лет подвергся критическому переосмыслению. В современных условиях инвестиционный капитал перемещается в соответствии с принципом хозяйственной целесообразности и концентрируется в регионах, где можно достичь наибольшей эффективности. Приток иностранных инвестиций становится одним из ключевых критериев статуса страны, успешности ее включения в глобальную экономику. С помощью привлечения инвестиционного капитала более активно осуществляются структурные сдвиги, направленные на развитие новой хозяйственной специализации и завоевание маркетинговой ниши. Все шире используются финансовые инструменты, способствующие инвестированию масштабных средств в новые технологии, росту мобильности капитала, управления рисками.

Международная практика показывает, что большинство развивающихся стран, испытывающих дефицит инвестиционных потоков, берут на вооружение целый ряд инструментов инвестиционной политики индустриально развитых стран. В некоторых из них острота экономического спада и осознание ключевой роли инвестиций привели к тому, что государство предприняло одновременно попытки стимулировать частные инвестиции, финансировать инвестиции в социальную сферу, предоставлять льготное финансирование частным инвестиционным проектам. Текущий глобальный финансово-экономический кризис привел к сдерживающему эффекту на прямые иностранные инвестиции (ПИИ). Глобальные потоки ПИИ начали уменьшаться с 2008 - начала 2009 гг. после периода непрерывного роста с 2003 по 2007 гг. Тем временем, в 2008 доля развивающихся стран и стран с переходной экономикой в глобальных потоках

ПИИ повысилась до 43%. Исследования показывают, что объем ПИИ упал в 2009 г. до 900-1200 млрд. долл. США, тем не менее, в 2010 г. произошло его медленное восстановление, и к концу 2011 г. ожидается прирост. Сокращение прибыли корпораций и стремительное падение цен на акции сильно ослабили значение и возможности международного слияния и поглощения, которые являются одним из главных способов проникновения ПИИ в развитые страны, а также в развивающиеся страны. Падающий спрос на товары и услуги заставил компании сокращать свои инвестиционные программы, в том числе и за рубежом. Первоначально ПИИ начали значительно уменьшаться в развитых странах, которые испытали 29%-ое падение их притоков, в то время как в развивающихся стран и странах с переходной экономикой Юго-Восточной Европы и Содружества Независимых государств (СНГ) потоки продолжали увеличиваться на 17 % и 26 % соответственно.

Список использованной литературы

1. Теоретико-методологические подходы и практические результаты социально-экономических и междисциплинарных научных исследований / Алексеева Н.А., Аникин Д.В., Беляева С.В., Буримов Н.И., Валл К.П., Валюлина Е.В., Воеводина С.С., Елисеева Е.В., Ерохин В.В., Захаров В.В., Захарова Н.И., Звягинцева Е.П., Зуб А.Т., Карбанович О.В., Карпов Э.С., Карпова Е.Г., Киприянов Ф.А., Кузьмина Б.С., Лупоядова Л.Ю., Лызарь О.Г. и др. Самара, 2017.

2. Кузнецова Ю.А., Подкопаев О.А. Инновационный потенциал в контексте обеспечения национальной безопасности / В сборнике: Инновационные технологии управления социально-экономическим развитием регионов России. Материалы VIII Всероссийской научно-практической конференции с международным участием. Институт социально-экономических исследований УНЦ РАН. 2016. С. 196-198.

3. Прогнозирование, планирование и моделирование: междисциплинарный подход и конвергенция знаний / Алиев А.Б., Ананьева Е.П., Бабакин М.М., Барковская Г.Ю., Владимиров С.Н., Дмитриева Е.О., Доргушаова А.К., Заступов А.В., Захаров В.В., Захарова Н.И., Зундэ В.В., Исаева И.Е., Исмайлова С.Р., Каплина А.В., Каширина М.В., Кожухова Н.В., Косолапова Н.А., Кузнецова Ю.А., Кушнаренко Т.В., Матвеева Л.Г. и др. Самара, 2015.

Toshtemirova M.T.
студентка
Ташкентский государственный экономический университет
г. Ташкент, Узбекистан

Development of capital raising techniques in commercial banks

Financial securities are the type of financial instruments and called simply as securities. The key features of securities are negotiability and financial worth. Most importantly, securities form high income above face value and both issuer and holder of security can gain maximum profit. They have different forms such as debt securities that include banknotes, bonds, debentures or equity securities that form stocks and etc.

Financial securities may be issued by various financial organizations as a mean to raise capital or finance any other projects. Commercial institutions like international banks can also issue one type of financial security. Usually, companies issue different securities to attract new investors and receive considerable investments from them. However, securities such stocks entail some risks which need to be eliminated.

The need for recalling financial securities is the encouragement for commercial banks to raise capital significantly. Nevertheless, it is important to identify how actually depository institutions like commercial banks generate income. The initial service or purpose of banks are lending and saving money securely. Through opening up bank accounts one can transfer the sum of money from one place to another so easily. But these services are not free of charge indeed managers charge some amount to fulfill the service.

There are various forms of loans that banks offer and each loan has different interest charge by banks according to their risk involved. The riskier the loan is the higher the interest rate is. This is the main profit oriented service for the banks.

Besides above mentioned duties banks offer other feeble option like providing cheques, ATM access, and checking. Credit cards sustain banks with high income since it follows more risk and requires being more risk tolerant. Such cards may give a rise to credit risk because customer may not fulfill its obligation at the maturity date.

Banks play a considerable role in issuing securities or investment. They as an agent have a right to underwrite on behalf of customers. Actually, Investment banks are designed to maintain individuals, corporations and government via underwriting issue of shares, stock, bonds or other securities. However, commercial banks can also have department that promotes underwriting services for clients or government. This

encouragement creates better reputation between bank customers and also entails a huge amount of profit.

Along with financial securities like stocks, bonds, shares; other types of securities exist for commercial banks to be used as a profitable tool for the institution. This tool, so called derivative instruments, that is form of off-balance sheet transactions that can be used by banks to gain maximum profit. As the term explains, derivative instruments derive its value from underlying asset or index. However, the way it obtains value differs from nonderivative instruments, because they are highly dependent on current stock market prices. The prediction made today should match future condition. In that way, derivatives make a huge profit by encouraging the economy as a whole as well. If the future condition occurs reversely to the expectation, a considerable loss influences not only a trader itself but the economy too. Nevertheless, in every contract traded there is a winner and loser. So the economy may offset its losses with another gain. There are various approaches, which facilitate financial institutions with profitability in trading derivatives. Let's take banks as an example. Banks as dealers can raise capital through 5 distinctive ways in OTC markets.

1. Volume. The larger is the capital involved in the contract the higher is the opportunity to gain the profit if it is professionally worked out contract. It means that by betting large sums of money one can make huge money but, surely, with experienced skills.

2. Economies of scale. The gradual flow in operations, systems, or counterparty credit management illustrates that there is an economies of scale in order for traders or dealers to take advantage. As the industry is in process and market share increases, dealers realize the opportunity to make considerable money.

3. Proprietary trading. While trying to speculate on various risks existing in OTC markets, dealers notice the flow in profitable markets as well as creating market itself. However, it is impossible to separate this action from market making.

4. Complexity. Derivatives business prefers complexity. In turn, it establishes sophisticated risk profiles to meet client needs. Moreover, this process requires high margin trades and the trade is structured and negotiated in nature. More complexity allows buyers to become beware.

5. Cheating. Often dealers suggest clients to go for trades that they do not know how to price fairly. This is called either direct lying or misleading the buyer. It means that dealers sell clients contracts that ultimately make buyers be in a risky position. Additionally, this action is not illegal but it is considered as being unethical.

To evaluate the profitability of each above-mentioned approach in percentage, I would asses them 30%, 20%, 25%, 20%, 5% respectively. However, this is my critical view and it is hard to find banks or other financial institutions operating profit like this.

There are 28 commercial banks in Uzbekistan. Each bank has its own well worked out goal to achieve and every year they implement different projects that are goal-oriented. Although, special banks so called Investments Banks do not exist in Uzbekistan, however, commercial banks deal with operations with financial securities besides their main services.

Referance

1. Bagehot, Walter. (1873). Lombard Street: A Description of the Money Market. Henry S. King, Third Edition.
2. Calomiris, Charles W., and Andrew Powell. (2001). “Can Emerging Market Bank Regulators Establish Credible.
3. Discipline? The Case of Argentina, 1992-99” in Frederic S. Mishkin, (ed.), Prudential Supervision: What Works and What Doesn’t. University of Chicago Press.

Toshtemirova M.T.
студентка
Ташкентский государственный экономический университет
г. Ташкент, Узбекистан

The implementation the corporate governance system in Uzbekistan on basis of the models

Over the last three decades, accelerating globalization process has resulted in complete distortion of conventional classic development strategies. While countries with small population complaint on increased volatility of their production industries and loosing economic self-sufficiency, countries with larger population are stuck in dilemmas of rising economic growth and uneven distribution of national incomes.

Recent studies on economic growth from prospective of globalization and increasing competition reveal new factors which can improve socio-economic conditions of countries. In provision of economic development of the country, special importance has to be given to such factors as the role of regions and complex measures implemented in localities, conditions created for development of entrepreneurship and institutional systems are essential for competitiveness. The annual increase in the GRP contributes to increase of wages, employment, profits of firms and provides the

increase in budget revenues. Income growth in turn leads to increase in demand for goods and services. In their research, the economists methods econometric analyses, the direct dependence of economic development from the wealth created in the regions.

Exceeding of the figures of national income above the level of population growth contributes to the growth of income per capita. On the one hand, the conditions created for the development of small business and private entrepreneurship, running economic policy based on the principle of fairness, as well as timely and correct application of the regional investment serves for the growth in new jobs and ensuring socio-economic development. So, the ultimate goal of economic policy of the state through provision of socio-economic development of regions is in economic development of the country and improving the welfare of its population.

Due to the fact that regional economic resources are limited, the most efficient method of increasing production is to raise additional capital resources based on resource-saving and high-tech solutions. Therefore, in conditions of globalization process, the problem of conducting a deep analysis of causal dependencies for the improvement of the regional investment climate and further increase its attractiveness is an urgent issue.

The term "potential" was first time used in the last century for comprehensive assessment of production capacity.

In scientific research dedicated to the explanation of the category "economic capacity" general provisions are explained in the following way:

- it is used relatively to the national economy, society, territories, regions, industries and enterprises;

- treated as possibilities of existing economic resources for the production of consumer goods;

- stressing on the relationship between quantitative and qualitative properties of economic resources and economic systems, as well as their ability to meet the social, collective and personal needs, that is, "... the inventory sources for the implementation of specific goals and which may be brought in case of need" (Shukov, 2002), the relationship between the external and internal climate to realize the potential of these resources.

In our view, as an economic category, the term "economic capacity" reflects the status and opportunities of the economic system. The importance is not only in accounting of the production of goods and services, but also in paying attention to their quality, competitiveness of enterprises and the effective operation of the economic

system in the future. According to V. N. Shukov "economic capacity" acts as a measure of economic relations, and considered as an indicator for assessment of the state of the national economy, regions, industries and enterprises (Shukov, 2002).

Over the last decade based on the conditions was used by V. I. Weitz and K. G. Vobliem as the ability of the country's production of wealth to meet the needs of the population.

Among Russian scientists the concept of "economic capacity" was first used by S. G. Strumilin to refer to the work created by an aggregate production capacity and by all working population of the society.

In scientific research dedicated to the explanation of the category "economic capacity" general provisions are explained in the following way:

- it is used relatively to the national economy, society, territories, regions, industries and enterprises;

- treated as possibilities of existing economic resources for the production of consumer goods;

- stressing on the relationship between quantitative and qualitative properties of economic resources and economic systems, as well as their ability to meet the social, collective and personal needs, that is, "... the inventory sources for the implementation of specific goals and which may be brought in case of need" (Shukov, 2002), the relationship between the external and internal climate to realize the potential of these resources.

In our view, as an economic category, the term "economic capacity" reflects the status and opportunities of the economic system. The importance is not only in accounting of the production of goods and services, but also in paying attention to their quality, competitiveness of enterprises and the effective operation of the economic system in the future. However, the researcher offers modern methods of provision for territorial development such as the cluster method, stimulating the economy through economic diversification; strengthening intra-regional links and development of the internal market through introduction of new transport infrastructures, appropriate distribution of social labor through effective use of internal capacities and local resources; methods of support of investment projects through the effective use of investment instruments.

Referance

1. Bagehot, Walter. (1873). Lombard Street: A Description of the Money Market. Henry S. King, Third Edition.

2. Podkopaev O.A. The role of cost of capital in the effective use of financial resources / International Journal of Applied and Fundamental Research. 2014. № 2. C. 132.

Toshtemirova M.T.
студентка
Ташкентский государственный экономический университет
г. Ташкент, Узбекистан

Corporate goveranance theories applied to supervisory boards of commercial joint-stock banks in Uzbekistan

The main focus of this paper is to analyze the mainstream academic thoughts on the roles of governing boards. Six major roles are identified: linking, coordinating, control, strategic, maintenance and support roles. These roles are consistent with, and at the same time reflecting one of the main arguments of six different schools of thoughts: resource dependency theory, stakeholder theory, agency theory, stewardship theory, institutional theory and managerial hegemony. A classification of the relationship between these theories and the six identified roles is made by using a typological approach. The typological parameters used are extrinsic and intrinsic influences, the impact of external and internal environments, as well as functional and behavioral approaches. The typology gives rise to the need of a new theory on the roles and functions of governing boards.

In the first part of this article we will shortly list the corporate governance theories that are linked with board roles. The second part will describe the current situation of boards in commercial joint-stock banks in Uzbekistan. We will conclude our paper by giving some recommendations to improve the board composition according to the existing theories.

Although a considerable amount of efforts have been spent on studying governing boards, there is no single competent and integrative theory or model to explain the roles played by governing boards. From a legal perspective, the American Law Institute defines the functions of a governing board as follows:

1. Select, regularly evaluate, fix the compensation of, and, where appropriate, replace the principal senior executives.

2. Oversee the conduct of the corporation's business to evaluate whether the business is being properly managed.

5. Perform such other functions as are prescribed by law, or assigned to the board by the charter of the corporation.

Scholars comment that statements such as that of the American Law Institute, while ``better capturing reality than those in traditional language'', are nevertheless vague. They do not provide much guidance as to what a governing board is actually supposed to do. The Australian Independent Working Party into Corporate Governance recommends that the board's key role is to ensure that the corporate management is continuously and effectively striving for above-average performance, taking account of risk. This is not to deny the board's additional role with respect to shareholder protection. In this connection, the Working Party proposes that the functions of a governing board should cover the following:

1. The appointment of the CEO (chief executive officer) and human resources issues.

2. Formulation of strategies and policies.

3. Budgeting and planning.

4. Reporting to shareholders on regulatory compliance.

5. Ensuring the board's own effectiveness.

This is somewhat different from that of the American Law Institute's definition by the attempt of operationalizing the functions into more observable action. In both cases, governing boards are considered to have the ultimate responsibility for corporate performance. From an agency theory perspective, Fama and Jensen (1983) propose that the role of the governing boards is to act as a ratifier of the decision to be implemented and a controller in monitoring the implementation and performance of the decisions. According to Aram and Cowen (1986), the primary role of a corporate board of directors is to be the supporter of management in increasing the economic value of the firm. Mills (1981) argues convincingly that the outcomes of corporate performance responsibility should include the corporation's impact on the society at large: the customers, the shareholders, and the creditors and lenders. While the targets of corporate performance seem slightly clearer than before, management scholars have not yet reached a general conclusion on the real roles and functions of a governing board.

Referance

1. Bagehot, Walter. (1873). Lombard Street: A Description of the Money Market. Henry S. King, Third Edition.

2. Calomiris, Charles W., and Andrew Powell. (2001). “Can Emerging Market Bank Regulators Establish Credible.
3. Podkopaev O.A. The role of cost of capital in the effective use of financial resources / International Journal of Applied and Fundamental Research. 2014. № 2. С. 132.

Яндиева Л.Я.
аспирант
ФГБОУ ВО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)»
г. Ростов-на-Дону, Российская Федерация

Риски кредитования связанных заемщиков

Банки, предоставляющие кредиты, всегда сталкиваются с различными рисками, основным из которых является риск невозврата выданной суммы и процентов по ней. Для минимизации этих рисков банками оформляются страховки, осуществляется строгий отбор заемщиков по специально разработанным экспертами методикам. Однако риски при кредитовании возникают и у заемщика, как физического, так и юридического лица [3].

Согласно ФЗ от 10.07.2002 № 86-ФЗ «О Центральном банке Российской Федерации (Банке России)» (далее -ФЗ) группой связанных заемщиков в целях данного ФЗ признаются заемщики (юридические и (или) физические лица) в случае, если один из заемщиков контролирует или оказывает значительное влияние на другого заемщика (других заемщиков) или если заемщики находятся под контролем или значительным влиянием третьего лица (третьих лиц), не являющегося (не являющихся) заемщиком (заемщиками). Контроль и значительное влияние определяются в соответствии с Международными стандартами финансовой отчетности, признанными на территории Российской Федерации.

В целях указанного ФЗ к группе связанных заемщиков кредитной организации (банковской группы) относятся также заемщики (юридические и (или) физические лица), связанные таким образом, что ухудшение экономического положения одного лица может явиться причиной неисполнения (ненадлежащего исполнения) другим лицом (другими лицами) обязательств перед кредитной организацией (банковской группой), в частности, в силу того, что юридические и (или) физические лица предоставили

непосредственно или через третьих лиц денежные средства, полученные от кредитной организации (банковской группы) по договору займа (кредита, депозита), другому лицу или группе лиц по договору займа (кредита, депозита); исполнение обязательств юридических и (или) физических лиц по договору займа (кредита, депозита) перед кредитной организацией осуществляется одним и тем же третьим лицом, не являющимся лицом, обязанным перед кредитной организацией (банковской группой) по договору займа (кредита, депозита) [1].

Банк, как и любая коммерческая организация, рискующая своим капиталом, заинтересован в том, чтобы заемщик полностью и в срок рассчитался по кредиту. Поэтому, принимая решение о предоставлении ссуды, любой банк предварительно проверяет финансовое положение клиента и обеспеченность этой ссуды. Однако это - красивая теория, зачастую банки лишь создают видимость заинтересованности в реальной оценке финансового состояния и перспектив исполнения заемщиками своих обязательств по предоставленным ссудам. Как правило, такая ситуация возникает при кредитовании бизнес-проектов, связанных с банком заемщиков.

На сегодняшний день мы, по сути, имеем пробел в правовом регулировании данной сферы. Что достаточно странно, если учитывать множество критериев, позволяющих выявить так называемых скрытых связанных заемщиков, да и просто области кредитования с повышенным риском. Тем не менее такой пробел существует в силу того, что все документы, касающиеся оценки такой «неявной связи», носят лишь рекомендательный характер.

Здесь, на наш взгляд, целесообразно обратиться к Письму ЦБ РФ от 05.04.2010 № 04-15-6/1550 «Об оценке рисков банков на собственников», обобщившему ряд наиболее существенных факторов, оценка которых позволяет делать выводы относительно связанности лиц и следующих из этого повышенных кредитных рисков. В этом Письме Банк России обозначил необходимость осуществления оценки уровня рисков на собственников банка исходя из содержательных подходов, то есть на основании не только критерия правовых связей или связей по капиталу, но и фактического владения физическими лицами банком и соответствующим бизнесом (организациями) [2].

Обобщая накопленный опыт, Банк России приводит перечень признаков, свидетельствующих о принятии рисков на собственников, который оставлен

открытым, поскольку на самом деле факторов, свидетельствующих о сомнительной деятельности заемщика и, как следствие, его возможной связи с банком, значительно больше. Данный перечень можно дополнить следующими факторами:

- отсутствие у заемщика собственных либо арендованных в установленном порядке основных средств, необходимых для осуществления деятельности (производственных мощностей, складских помещений, транспортных средств, торговых точек и пр.);

- отсутствие в кредитном досье заемщика выписок по счетам, открытым в других кредитных организациях, отчетности, представляемой в органы статистики, отчетности (информации), представляемой в налоговые органы, и др.;

- предпочтительное использование заемщиком неденежных форм расчетов (вексель, бартер, зачет, уступка прав требования);

- отсутствие информации об уплате налоговых платежей заемщиком в бюджеты различных уровней либо их несущественный характер;

- совмещение одним лицом обязанностей руководителя в нескольких организациях, а также отсутствие в штате заемщика работников, помимо руководителя и главного бухгалтера;

- отсутствие информации о соответствующей квалификации руководящего состава заемщика;

- частое присутствие учредителя заемщика в числе его контрагентов;

- другие.

Существует Федеральное Правило (стандарт) аудиторской деятельности № 18 «Получение аудитором подтверждающей информации из внешних источников», введенное в действие Постановлением Правительства РФ от 16.04.2005 № 228. Однако данное положение лишь предусматривает возможность направления аудитором запросов третьим лицам с целью подтверждения той или иной существенной информации из внешних источников и, естественно, не предусматривает обязанности этих внешних источников отвечать на запросы аудиторов. Есть и другая проблема: например, при анализе деятельности заемщика у аудитора возникло подозрение в реальном существовании лица, которое является собственником или руководителем заемщика, а точнее, сомнение в том, что данное лицо в курсе того, что оно

является учредителем/руководителем юридического лица, которое должно банку весьма крупную сумму денег.

Отдельно стоит рассмотреть рекомендации, содержащиеся в Письме ЦБ РФ от 10.09.2004 № 106-Т «О расчете норматива максимального размера риска на одного заемщика или группу связанных заемщиков (Н6)». В соответствии с ним в качестве связанных заемщиков при расчете норматива максимального размера риска на одного заемщика или группу связанных заемщиков (Н6), установленного гл. 4 Инструкции ЦБ РФ от 16.01.2004 № 110-И «Об обязательных нормативах банков», рекомендуется рассматривать заемщиков банка - юридических и физических лиц, связанных между собой не только юридически, но и экономически таким образом, что ухудшение финансового положения одного из них обусловливает или делает вероятным ухудшение финансового положения другого заемщика (других заемщиков), которое может явиться причиной неисполнения (ненадлежащего исполнения) им (ими) обязательств перед банком по его кредитным требованиям, например, если один из заемщиков банка является поручителем (гарантом) по обязательствам другого заемщика перед банком либо если заемщик банка является должником другого заемщика банка [4].

Сделать вывод о наличии экономической взаимосвязи между заемщиками можно, анализируя их деятельность, в том числе и на основании движений средств по их расчетным счетам, расшифровок дебиторской и кредиторской задолженности, а также ряда других документов.

Таким образом, по результатам проведения аудита ссудных операций аудитор может лишь сообщить руководству и собственникам о наличии (по его мнению) у банка повышенных кредитных рисков в указанной области. При этом, как правило, не открыв им никаких новых сведений. Зачастую банки в открытую признаются в том, что не считают нужным учитывать при оценке кредитных рисков то, что является не нормативными требованиями, а лишь рекомендациями.

И нет ничего удивительного в том, что сегодня кредитные организации пытаются минимизировать свои затраты на формирование резервов, пользуясь неполной проработанностью нормативно-правовой базы в данной области, что существенно снижает общий уровень платежеспособности коммерческого банка и капитализации банковской системы в целом [4].

Список использованных источников

1. Федеральный закон от 10 июля 2002 г. № 86-ФЗ «О Центральном банке Российской Федерации (Банке России)» // СЗ РФ. – 2002. - № 28. - ст. 2790.
2. Письмо ЦБ РФ от 05.04.2010 № 04-15-6/1550 «Об оценке рисков банков на собственников»
3. Потапова Е. А., Медведева О. Е. Кредитные риски заемщика и возможные пути их снижения // Молодой ученый. — 2014. — №3. — С. 510-512. — URL https://moluch.ru/archive/62/9385/ (дата обращения: 11.01.2018).
4. Терехов А.Г. Контроль рисков кредитования связанных заемщиков // Внутренний контроль в кредитной организации. – 2014. - № 2.

© Яндиева Л.Я., 2017

Яндиева Л.Я.
аспирант
ФГБОУ ВО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)»
г. Ростов-на-Дону, Российская Федерация

Оценка кредитоспособности при кредитовании связанных заемщиков

В рамках банковского кредитования под кредитоспособностью заемщика понимается его возможность и желание своевременно и полностью рассчитаться по обязательствам, возникшим в связи с договором банковского кредита, с учетом оценки предполагаемого обеспечения и оценки сделки, на финансирование которой требуется кредит. Анализ кредитоспособности клиента проводится обычно с целью определения перспектив погашения суммы задолженности клиентом в срок и без дополнительных расходов со стороны банка. Предметом анализа является не только заемщик, а конкретная кредитная сделка. Оценка кредитоспособности заемщика проводится по следующим направлениям:

– оценка состоятельности хозяйствующего субъекта (осуществляется на основании правоустанавливающих документов);

– оценка финансовых (количественных) и нефинансовых (качественных) параметров деятельности заемщика; – оценка обеспечения кредитной сделки.

Неотъемлемой частью анализа кредитоспособности заемщика является оценка предоставляемого по кредиту обеспечения, методика которой напрямую

зависит от его формы. Наиболее часто в практике банковского кредитования используются такие формы обеспечения как залог, поручительство, банковская гарантия [1]. Если исполнение соответствующих обязательств обеспечиваются залогом, то кредитора интересует, прежде всего:

– рыночная стоимость предметов залога, представленная в денежном выражении (определяется либо уполномоченными сотрудниками банка, либо независимыми экспертами – в зависимости от специфики предмета залога);

– достаточность залога - стоимость залога должна быть не меньше суммы кредита и процентов, начисляемых за пользование кредитными ресурсами в течение срока действия кредитного договора;

– ликвидность залога – способность имущества к реализации;

– право собственности залогодателя на предоставляемое в залог имущество, подтвержденное соответствующими документами;

– наличие каких-либо прав третьих лиц в отношении предметов залога;

– возможность контроля за сохранностью предоставленного в залог имущества.

Если исполнение обязательств по кредитному договору обеспечивается поручительством или банковской гарантией, банком кредитором оценивается правоспособность поручителя/ гаранта, а также их возможность (прежде всего финансовая) отвечать по соответствующим обязательствам заемщика.

В основном данная проблема характерна для субъектов малого и среднего бизнеса, у которых отсутствует стратегия развития не только на долгосрочную, но и на среднесрочную перспективу. На практике соответствующие документы составляют либо нанятые консультанты, либо сами работники кредитных отделов банков, что в итоге снижает качество оценки кредитоспособности потенциального заемщика [3].

Еще одной серьезной проблемой, которая существует в рамках анализа кредитоспосоности клиента, является несовершенство системы оценки финансовых параметров и нефинансовых деятельности заемщика обусловленное:

– отсутствием возможности получения достоверной и полной финансовой информации о деятельности заемщика;

– осуществлением расчета связанных между собой финансовых показателей как самостоятельных;

– использованием нормативных значений финансовых показателей, которые устанавливаются без учета специфики деятельности анализируемого предприятия;

– отсутствием сравнительного анализа финансовых параметров деятельности заемщика;

– статичным характером оценки основных финансовых показателей деятельности заемщика из-за того, что используются данные только на отчетные даты;

– недостаточным вниманием со стороны банков-кредиторов к оценке нефинансовых параметров деятельности заемщика;

– отсутствием адекватной методической базы оценки нефинансовых параметров клиента.

Большая часть представленных выше проблем носит информационный, либо методологический характер. Таким образом, их решение должно осуществляться по представленным ниже направлениям.

1. Создание отлаженной системы сбора и хранения информации о кредитоспособности клиентов, а также доступа к ней. На Западе такая практика давно уже имеет место. В частности, американская компания «Dun and Brand-street» аккумулирует информацию по множеству компаний, касающуюся их финансового положения, практики оплаты счетов, соблюдения прочих этических норм бизнеса. В России первые шаги в указан - ном направлении уже делаются. С 2005 г. начало свою работу бюро кредитных историй, где осуществляется регистрация кредитов, предоставленных коммерческими банками, а также обеспечения по ним [4].

2. Создание системы средних показателей для отраслей экономики, на основании которых появится возможность проводить сравнительного анализ финансовых и нефинансовых параметров деятельности заемщика. В США, например, ежегодно публикуется сборник «Industry and Key Business Rations», содержащий балансовые показатели и рассчитанные на их основе коэффициенты по 800 отраслям экономики в соответствии с существующим отраслевым классификатором.

3. Совершенствование методик оценки кредитоспособности заемщика, предполагающее их дифференциацию в зависимости от специфики хозяйственной деятельности оцениваемого субъекта, позволяющее проводить анализ основных финансовых параметров в динамике. Особое внимание

необходимо уделить нефинансовым параметрам, создавая оптимальную систему их анализа и оценки на базе активного использования IT-техно- логий.

4. Разработка и внедрение альтернативных механизмов оценки кредитоспособности заемщика. Например, на основе использования нейронных сетей, опираясь на финансовые и нефинансовые параметры деятельности заемщика, существует возможность присвоение ему кредитного рейтинга.

5. В целях повышения эффективности оценки обеспечения по кредитной сделке, в частности, в отношении такой его формы как залог, возможно создание системы дисконтирования по наиболее часто встречающимся группам объектов залога, которая будет учитывать их специфику [3].

В заключении стоит отметить, что совершенствование системы оценки кредитоспособности хозяйствующих субъектов позволит кредитору не только оперативно получить достоверную информацию об экономическом потенциале организации, должным образом проанализировать ее и принять решение о целесообразности выдачи кредита, но и существенно повысить качество кредитного портфеля, значительно снизить кредитные риски. [3].

Список использованных источников

1. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30.11.1994 № 51-ФЗ // Российская газета. – 1994. – 8 декабря (ред. от 05.12.2017).
2. Быкова Н.Н. Понятие кредитоспособности заемщика // Гуманитарные научные исследования. – 2017. - № 2(66). – С. 342-245.
3. Купор С. В. Оценка кредитоспособности предприятия-заёмщика в рамках банковского кредитования // Пространство экономики. 2007. №3-2. URL: http://cyberleninka.ru/article/n/otsenka-kreditosposobnosti-predpriyatiya-zayomschika-v-ramkah-bankovskogo-kreditovaniya (дата обращения: 11.01.2018).
4. Макаров Иван Сергеевич Экономически связанные заемщики в кредитной деятельности коммерческих банков // Статистика и экономика. 2011. №3. URL: http://cyberleninka.ru/article/n/ekonomicheski-svyazannye-zaemschiki-v-kreditnoy-deyatelnosti-kommercheskih-bankov (дата обращения: 11.01.2018).

© Яндиева Л.Я., 2017

Научное издание

ЭКОНОМИКА И МЕНЕДЖМЕНТ: ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ И ПРАКТИЧЕСКИЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЙ

Материалы
международной научно-практической конференции
ЧОУ ВО «СИ ВШПП», НИЦ «ПНК»
(28 января 2018 г.)

Материалы представлены в авторской редакции
Подготовка оригинал-макета О.А. Подкопаев
Подписано в печать 15.02.2018.
Электронное издание
PDF (Portable Document Format)
Усл. печ. л. 6,7.

Издательство ООО «Поволжская научная корпорация».
443096 г. Самара, ул. Чернореченская, 53, оф. 69.
Тел.: (917) 812-32-82
E-mail: info@naucorp.ru

ISBN 978-5-9500857-9-6