УНИВЕРСИТЕТ ЛОБАЧЕВСКОГО

ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ И ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА (ИЭП)

МОЛОДЕЖЬ И ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО: ПРОБЛЕМЫ ТЕОРИИ И ПРАКТИКИ

Материалы IV Межвузовской научно-практической студенческой конференции

Нижний Новгород, 01 декабря 2016 г.

Нижний Новгород

2016 г.

УДК 330
ББК 65.012.1
М 75

Редакционная коллегия:

А.О. Грудзинский, О.В. Петрова, О.В. Трофимов, Ю.А. Попова,
Е.П. Артамонова, Н.С. Шубина

Молодежь и предпринимательство: проблемы теории и практики: Материалы IV Научно-практической студенческой конференции (Нижний Новгород, 1 декабря 2016 г.). – Н.Новгород: Изд-во ННГУ им. Н.И. Лобачевского, 2016. – 798 с.

В сборнике представлены тезисы докладов IV межвузовской научно-практической студенческой конференции, посвященной проблемам предпринимательства. В материалах рассматриваются как теоретические, так и практические вопросы культуры российского предпринимательства, экономической безопасности страны, управления реальным сектором экономики и импортозамещением, обеспечения международной конкурентоспособности, освещаются правовые, финансовые и экономические аспекты предпринимательской деятельности, поднимаются проблемы менеджмента и управления персоналом на современных предприятиях, исследуются математические методы анализа проблем экономики и бизнеса.

Для студентов, аспирантов и молодых специалистов в области менеджмента, права, экономики, финансов, связей с общественностью, рекламы и туризма

ББК 65.012.1

© Нижегородский государственный университет
им. Н. И. Лобачевского, 2016

СОДЕРЖАНИЕ

СЕКЦИЯ 1. ЭКОНОМИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ 18

Арзамаскина Е.В. *Зарубежный опыт формирования малых инновационных предприятий на базе научных и учебных организаций* 18

Артемьева Л.М. *Внедрение композитных материалов как фактор регионального развития* 20

Богатов А.А. *Государственное регулирование сферы малого и среднего предпринимательства: практика Пермского края* 24

Веретенникова О.Е. *Развитие молодежного предпринимательства в Нижегородской области* 28

Виткалова Х.В. *Условия, поддержка и перспективы развития малого и среднего бизнеса в разных странах* 31

Карпычева С.А. *Исследование моделей коммерциализации научных разработок в проектах технологического предпринимательства* 34

Кислицын Е.В. *Оценка уровня развития патентной системы налогообложения в Кемеровской области* 37

Кошелева В.В. *Формирование благоприятного инвестиционного климата в муниципальном образовании (на примере городского округа – города Арзамас)* 41

Лукова Ю.А. *Оценка эффективности муниципальной поддержки и развития малого предпринимательства в г. Арзамас* 43

Новиков А.С. *Влияние инновационного предпринимательства на развитие региона* 46

Носов Н.В. *Инновационные предприятия в малом бизнесе* 48

Суходоев Н.Д. *Ресурсное обеспечение предпринимательства* 50

Титов А.Б. *Лизинг недвижимости в предпринимательской деятельности* ... 52

Шишагина А.А. *Повышение роли молодежного предпринимательства в социальной сфере* 56

Щеглова И.О. *Проблемы государственной поддержки малого предпринимательства в Республике Марий Эл* 59

Секция 2. ЭКОНОМИЧЕСКАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ СТРАНЫ, РЕГИОНОВ, ПРЕДПРИЯТИЙ: ТЕНДЕНЦИИ, ПРОБЛЕМЫ, ПЕРСПЕКТИВЫ..... 63

Ведерникова Е.А. *Управление кредиторской задолженностью как элемент обеспечения экономической безопасности предприятия* 63
Дмитриева Е.С. *Проблема теневой занятости (черная зарплата)* 66
Звонова Я.А. *Направления модернизации российской промышленности*..... 69
Королев А.М. *Экономическая безопасность страны, регионов, предприятий: тенденции, проблемы, перспективы* 70
Лаптева Н.С. *Особенности социально-экономического управления малыми городами* 73
Назарова Е.В. *Оценка эффективности национальной системы контроля соблюдения законодательства в сфере ПОД/ФТ* 78
Николаева А.З. *Борьба с коррупцией в сфере государственных закупок*..... 81
Слоева В.С. *Анализ причин банкротств кредитных организаций* 84
Трошин В.А. *Экономическая и продовольственная безопасность России* 88
Шарова Ю.А. *Основные принципы обеспечения информационной безопасности страны* 91

СЕКЦИЯ 3. ПРОБЛЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ФИНАНСАМИ В СОВРЕМЕННЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ УСЛОВИЯХ 96

Бердинская А.А. *Анализ детерминант дивидендной политики российских компаний* 96
Вилкова Э.А. *Бесконтактные NFC-платежи как новый вид услуг на российском рынке* 100
Климова А.А. *О современной модели финансового надзора*..... 104
Ксенофонтов М.А. *Особенности инвестиционного развития Пермского края в современных условиях*..... 107
Проняева К.А. *Проблема управления финансами городского округа Арзамас в современных экономических условиях*..... 110
Семеркина Е.В. *Проблемы финансового управления на предприятии в современных экономических условиях* 114
Терехова А.Б. *Роль анализа бухгалтерской отчетности в оценке финансового состояния бизнеса*..... 119
Худякова А.М. *Финансовая безграмотность населения как негативный фактор развития государства и предпринимательства*..... 120

Шетман Е. В. *Финансовый мониторинг как основа планирования индексации пенсий*..... 123

СЕКЦИЯ 4. РАЗВИТИЕ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ РЕАЛЬНЫМ СЕКТОРОМ ЭКОНОМИКИ И ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЕМ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ..... 128

Белякова А.А. *Программа импортозамещения в России* 128
Боченкова А.С. *Основные итоги политики импортозамещения в России*.... 132
Вознесенская О.А. *Динамика рынка сырьевых ресурсов в России*..... 135
Горбунова А.И. *Политика импортозамещения в условиях экономических санкций*..... 139
Золотов С.А. *Стратегическое планирование как инструмент импортозамещения в РФ*1..... 143
Ночевная У.А. *Импортозамещение в современных условиях: достигнутые результаты и перспективы развития*..... 147
Остахов К.И. *Перспективы развития кооперация в сельском хозяйстве* 148
Сизова Е.В. *Экономические риски на рынке автомобильных грузоперевозок* 151
Суглобова О.С. *Управление инновационным развитием промышленных предприятий*..... 154

СЕКЦИЯ 5. МЕЖДУНАРОДНОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ 157

Подсекция 1. ПРОБЛЕМЫ ОБЕСПЕЧЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ НА МАКРО- МИКРО- И МЕЗОУРОВНЕ 157
Базеян А.А. *Влияние падения цен на нефть и санкций на ООО «ЛУКОЙЛ-ОВЕРСИЗ*..... 157
Вергунова А.В. *Смысловые различия терминов «малый бизнес» и «малое предпринимательство»* 161
Калиновский К.А. *Выход российских компаний на рынок БРИКС* 164
Колчин Е.Ю. *Транснациональные компании (ТНК) как основной субъект международного маркетинга*..... 168
Куасси Яо Донатьен *Малый и средний бизнес как основа экономического развития Западной Африки (на примере Республики Кот-дИвуар)* 172

Наумова Н.О. *Антикризисный менеджмент – важная составляющая функционирования организации* 176
Рябова А.Д. *Государственная поддержка социально-ориентированного бизнеса как элемент развития предпринимательства* 180
Телкова К.И. *Характеристика инвестиционного климата Нижегородской области с точки зрения иностранных инвесторов*..... 184
Товарнова Е.В. *Анализ ситуации на рынке новых легковых и легких коммерческих автомобилей в 2016 г.* 188

Подсекция 2. CONTEMPORARY RESEARCH TOPICS IN MANAGEMENT AND ENTREPRENEURSHIP..... 190

Dsane Charles. *About attractiveness of the russian and us residential constraction market*..... 190
Napoli Francesca, Mazzone Lorenzo. *Investment and import-export between Russia and European union* 195
Nutakor Jonathan Aseye. *Competitiveness of a higher education institution* 197
Villamon Guevara Juan Alberto. *The Russian Entrepreneurs and the possibilities to expand in the Peruvian Market and vice versa*..... 202

СЕКЦИЯ 6. СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ 204

Авагян Г.Г. *Управление персоналом в условиях кризиса на предприятии* 204
Асадова А.И. *Текучесть кадров – одна из основных проблем современных компаний*..... 208
Гладкова А.М. *HR-менеджмент – вызов современности и практическая необходимость* 211
Егорова Н.В. *Кадровая диагностика на предприятии в условиях кризиса* 213
Зотов О.В. *Возможные пути повышения эффективности работы государственной службы занятости*..... 217
Китайченкова Ю.С. *Современные тренды корпоративного обучения персонала*..... 220
Клестова И.А. *О развитии политики корпоративной социальной ответственности нефтегазовых компаний России*..... 223
Кочетова Е.С. *Современные проблемы управления персоналом*..... 227

Куликов Е.А. *Системы оплаты труда топ-менеджера на производственном предприятии* 232
Ларина Н.Ю. *Значение социального развития трудовых коллективов современных предприятий* 235
Минин А.Д. *Корпоративный портал как механизм ускорения обмена информацией на предприятии* 239
Минина С.А. *Ограничение использования средств коммуникации как средство повышения эффективности управления персоналом* 242
Наместникова Л.С. *Формирование комплексной системы мотивации персонала как средства управления эффективностью деятельности организации* 245
Приписнов С.А. *Эффективность методов нематериального стимулирования в управлении персоналом коммерческой организации* 247
Румянцева Ю.Ф. *Особенности профессиональной карьеры: факторы карьерного роста* 250
Рябинина Е.И. *Профессиональное развитие государственных служащих* 254
Фокина А.О. *Специфика командной работы студентов СПО* 257
Фокина Н.А. *Методы стимулирования труда персонала организации* 259
Фролова Е.В. *Успешность выпускника на рынке труда: возможности и методы ее измерения* 261
Харитонова А.В. *Наставничество как средство адаптации молодых сотрудников муниципальных учреждений* 266
Чухманова М.В. *Пути развития мотивации студентов к предпринимательской деятельности* 270
Шкляева Я.И. *Системный подход как эффективный метод обучения персонала* 272

СЕКЦИЯ 7. УЧЕТНО-АНАЛИТИЧЕСКОЕ И КОНТРОЛЬНО-РЕВИЗИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ 276

Аверина А.А. *Порядок оформления счетов-фактур в расчетах с поставщиками* 276
Анциферова А.И. *Отличительные черты учетно-информационного пространства предприятий строительств* 278
Анциферова А.И. *Организация учетно-информационного пространства выполнения строительно-монтажных работ в строительной организации* . 281

Белова О.П. *Современные вопросы аудита расчетов с персоналом по оплате труда* 283
Березина Е.С. *Основы эергетического аудита* 286
Буланов О. А. *Формирование системы управленческого учета: теоретические подходы* 288
Валиенко А.О. *Проблемы определения срока полезного использования объектов НМА* 290
Галкина А.Н. *Инновационные процессы на предприятии. Особенности и проблемы отражения в учёте* 293
Гладкая Д.А. *Подарки сотрудникам бюджетного учреждения* 296
Голубев Д.К. *Новый порядок применения контрольно-кассовой техники* 298
Голубева К.И. *Задача оптимизации взаимодействия продавца и рынка с применением теории игр* 301
Дмитриева Е.С. *Аудит расчетов с персоналом по оплате труда* 304
Долганова В.А. *НДФЛ с доходов иностранцев, работающих по патенту* 307
Древняк О.В. *Сравнение бухгалтерского и налогового учета основных средств в коммерческих организациях* 310
Дубовкина Н.А. *Электронный документооборот в расчетах по НДС* 312
Егоров Д.В. *Порядок получения имущественного налогового вычета у работодателя* 314
Егорова Ю.А. *Использование счета 76 «Расчеты с разными дебиторами и кредиторами» в учетной практике российских предприятий* 317
Жилова К.И. *Проблемы предпринимателя при учете наличия и движения основных средств в организации* 319
Захарова К.А. *Оценка материально-производственных запасов по справедливой стоимости* 323
Зудова А.О. *Производственная мощность предприятия и пути её увеличения* 325
Коринская А.А. *Некоммерческие организации, занимающиеся предпринимательской деятельностью: теоретическо-правовые и практические проблемы ведения бухгалтерского учета* 328
Корнева А.А. *Учет затрат и калькулирование себестоимости производства молока в ООО «Агрофирма «Наруксовская» Починковского района Нижегородской области* 331
Курашова М.А. *Возврат долга покупателя путем предоставления скидок* 335
Немцева И.А. *Анализ финансового состояния и эффективности деятельностиООО «Крумб-Сервис»* 337

Нуждина К.А. *Управление дебиторской задолженностью покупателей* 342
Окунева А.Д. *Новое в порядке расчетов с персоналом по оплате труда* 344
Папоян М.С. *Управленческий учет затрат на персонал в организациях (переобучение, повышение квалификации, затраты на страхование, условия труда и т.д.)* 348
Патрина В.А. *Контролируемая задолженность: случаи возникновения. Правило «тонкой капитализации»* 349
Садекова Л.З. *Совершенствование контрольно-ревизионной составляющей кассовых операций* 352
Смирнова А.С. *МСФО в России: переход на новые стандарты* 355
Тебекина А.А. *Учет труда и начисления оплаты труда работникам, применяемые предпринимателем на производстве* 357
Туреева Е.Е. *Формирование резервов материальных ресурсов МЧС при ликвидации чрезвычайных ситуаций* 361
Федоров В.А. *Группа в социальной сети как нематериальный актив* 364
Шаханова Т.А. *Проблемные аспекты нормативного регулирования бухгалтерского учета расчетов по оплате труда в системах РСБУ и МСФО* 368
Шашкова Ю.В. *Организация системы внутреннего контроля кредиторской задолженности* 370
Шитова Е.Л. *Реформирование плана счетов бухгалтерского учета некредитных финансовых организаций* 373
Шмелева Е.А. *Выкупная стоимость основного средства как предмета лизинга* 375
Юрова И.С. *Современное соотношение правил формирования бухгалтерского баланса и отчета о финансовом положении в системах РСБУ и МСФО* 378
Юшина Ю.В. *Управленческий учет в организациях в российской и зарубежной практике* 380

СЕКЦИЯ 8. АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ МЕНЕДЖМЕНТА В СЕРВИСЕ И ТУРИЗМЕ 382

Авджы Эмре. *Состояние и перспективы развития туризма между Россией и Турцией в современных условиях* 382
Александров А.С. *Характеристика текущего состояния рынка туристических услуг в Российской Федерации* 384
Глухова И.А. *Являются ли понятия сельского, экологического и агротуризма синонимичными?* 386

Ефремова Е.В. *Гастрономический туризм в контексте продвижения национальных идей и традиций* 389
Ионова Н.П. *Пути формирования потребительской лояльности в гостиничном предприятии* 391
Кириллова С.О. *Развитие туризма в Нижегородской области (территориальный брендинг)* 393
Конова В.В. *Мотивы потребителей в посещении современных торгово-развлекательных центров* 397
Осина П.А. *Подходы к определению инсентив-туризма* 400
Редька С.А. *Актуальные проблемы повышения качества обслуживания в отечественной сфере гостеприимства* 403
Саакян А.Г. *Развитие малого бизнеса в сфере туризма Нижегородской области* 405
Свитов А.С. *Возможности партнерского маркетинга при продвижении продуктов и услуг в сети Интернет* 408
Семенова Е.В. *Основные проблемы менеджмента в загородных средствах размещения (на примере пансионата «Буревестник»* 411
Федосеева Ю.М. *Особенности организации молодежного туризма* 413
Феофанова Н.Е. *Социальные сети как инструмент продвижения гостиничных услуг* 416

СЕКЦИЯ 9. ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО В ТОРГОВЛЕ И ОБЩЕСТВЕННОМ ПИТАНИИ 419

Агаркова А.В. *Анализ проблемы безопасности пищевой продукции как фактора конкурентоспособности предприятия* 419
Арефьева М.В. *Конкуренция в ресторанном бизнесе* 421
Баринова (Еремина) Н.А. *Состояние рынка транспортной логистики в современных экономических условиях* 423
Быкова Е.А. *Предпринимательская деятельность в сфере образовательных услуг* 426
Воробьев Л.И. *Анализ производства потребительских товаров как фактора формирования товарного рынка* 429
Горева В.Б. *Проблемы малого предпринимательства в торговле* 432
Горюнова А.В. *Контроль качества продуктов питания на примере компании METRO Cash and Carry* 435
Даньшин Н.С. *Преимущества и недостатки общественного питания* 437
Егорова А.М. *Инновации в торговле: проблемы и перспективы* 439

Заломина А.А. *Сущность и виды кейтеринга* 442
Кабаева О.Е. *Тенденции развития логистических центров в РФ* 444
Крупина А.М. *Анализ современных тенденций развития общественного питания в г. Нижний Новгород* 447
Ли Хайтао. *Сравнительный анализ логистической деятельности предприятий Carrfour (Китай) и Walmart (Китай)* 452
Максимова А.А. *Состояние ресторанного бизнеса в России и Нижнем Новгороде на 2016 год* 454
Миловидова Л.В. *Взаимодействие распределительного центра и торговой сети: проблемы и пути решения* 457
Потехин А.С. *Современные методы продажи товаров (услуг)* 459
Прокофьев А.А. *Перспективы развития непродовольственных сетей в сегменте DIY* 462
Пугачёва Е.В. *Особенности ассортиментной политики мебельных магазинов в районных центрах Нижегородской области* 465
Родионова Ю.В. *Особенности платных образовательных услуг в вузе* 468
Синицын И.А. *Государственное регулирование торговой деятельности в России и за рубежом* 471
Соболева О.А. *Особенности развития торговых центров в России и в мире* 473
Султанова Ю.Р. *Проблема нахождения перспективной рыночной ниши в сфере услуг фитнес-центров* 477
Таразанов А.Д. *Сервисы доставки готовых блюд: позиция на рынке и особенности функционирования* 479
Черняк А.Л. *Тенденции современного развития торговли в Нижегородском регионе* 482
Шалаева М.В. *Клиентоориентированный сервис в торговле* 484
Штыкова Ю.А. *Проблемы управления товарными запасами в современных условиях* 488
Юй Лу. *Обзор инновационной логистической стратегии «последнего километра» китайской компании электронной коммерции «Алибаба»* 491

СЕКЦИЯ 10. ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ СФЕРЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ 494

Белова Е.М. *Использование автоматизированных систем в предпринимательской деятельности* 494

Бржезинская А.Д. *Создание политики ИБ и ее влияние на процесс управления безопасностью* 497
Вишнякова А.В. *Специфика проектов информационной безопасности в финансовом секторе* 500
Захарова Н.С. *Финансово-правовые проблемы информационной безопасности в сфере потребительского кредитования* 503
Злобин Д.А. *Разработка информационно-справочной системы «Панорама» в АО «НПП «Полёт»* 506
Кузнецова Я.А. *Интерфейс администратора интернет-ресурса «bookcrossing»* 508
Мамонов А.Е. *Разработка портативного устройства отслеживания местонахождения и передвижения людей* 510
Нанаева Ю.А. *Глобальные риски информационной экономики* 512
Садекова Л.З. *Электронная касса* 515
Свитов А.С. *Возможности партнерского маркетинга при продвижении продуктов и услуг в сети Интернет* 518
Сочнева А.С. *Пример использования технологии VBA для автоматизации учетной и аналитической деятельности на предприятии* 520
Трухина А.М. *Интерфейс пользователя интернет-ресурса по обмену книгами* 523
Шарова А.Ю. *Основные принципы обеспечения информационной безопасности страны* 525

СЕКЦИЯ 11. МАТЕМАТИЧЕСКИЕ МЕТОДЫ АНАЛИЗА ПРОБЛЕМ ЭКОНОМИКИ И БИЗНЕСА **530**

Балахнина Т.А. *Математическая модель эндогенного экономического роста с учетом накопления физического и человеческого капиталов и разнообразия экономических факторов* 530
Барышев Н.С. *Анализ факторов экономического роста регионов России с применением моделей панельных данных* 532
Будылин О.Д. *Ценообразование опционов с динамически коррелирующей стохастической процентной ставкой* 534
Зайцева К.В. *Исследование динамики инновационной активности регионов Российской Федерации с применением нейросетевого моделирования* 538
Игумнова Д.Д. *Динамика цифрового неравенства и количественная оценка его уровня в Российской Федерации* 541

Касумов Эмиль Эльмар оглы. *Межвременное равновесие с адаптивным предвидением в модели перекрывающихся поколений с двумя поколениями* 545
Климина У.А. *Математическая модель эндогенного экономического роста с учетом НИР и динамики накопления физического и человеческого капиталов и разнообразия экономических факторов* 549
Комиссарова Т.С. *Нейросетевой анализ динамики применения информационных и коммуникационных технологий в деятельности предприятий и организаций России* 552
Корчемный П.В. *Нейросетевой анализ динамики развития сельского хозяйства в регионах Российской Федерации* 556
Костерина А.А. *Оценка функции спроса в модели ценовой конкуренции* 559
Куницина Т.А. *Влияние качественных характеристик населения на величину текущего дохода* 561
Липинецкая А.И. *Устойчивое развитие региона на примере Нижегородской области* 564
Лисицкая А.П. *Межвременное равновесие с совершенным предвидением в модели перекрывающихся поколений с двумя поколениями* 566
Манбетов А.Р. *Прогнозирование закупочной цены нефти на внутреннем рынке на основе многофакторной модели* 568
Перова И.С. *Модель диффузии инноваций с учетом ограничений на коэффициенты* 573
Серова Н.А. *О некоторых обобщениях математической модели П. Ромера эндогенного экономического роста* 575
Смирнов С.В. *Глобальные дисбалансы: проблема трансферта и транспортных издержек в монополистической конкуренции* 577
Фомина А.А. *Экономическая оценка качества жизни населения в Нижегородской области* 580
Чердакова Д.М. *Исследование модели экономического роста Узавы-Лукаса с применением пакета MATLAB* 582
Шегурова К.А. *Нейросетевой подход к анализу модели «затраты-выпуск» для экономических систем* 585

СЕКЦИЯ 12. ПРАВО И ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО 588

Борисова Ю.А. *Изменение процедуры государственной регистрации: усложнение правил или создание условий для развития малого бизнеса?* 588

Бузмакова Е.С. *Плановые и внеплановые проверки в предпринимательской деятельности* 591
Бухарина Н.О. *Особенности расследования преступлений в налоговой сфере* 593
Горячева Е.Н. *О совершенствовании способов правовой защиты предпринимательской деятельности* 597
Збруев А.В. *Уклонение от уплаты налогов как одно из важнейших экономических преступлений* 599
Королева И.А. *Уголовное наказание предпринимателя – актуальная проблема современного общества* 603
Костырев А.П. *Правовое регулирование промышленной политики на региональном уровне* 604
Логинов А.Н. *Обычаи в предпринимательском праве Российской Федерации: отечественная действительность и международный опыт* 608
Мельникова Е.С. *Анализ коммерческой деятельности, оказываемой Управлением вневедомственной охраны Министерства внутренних дел России по Нижегородской области* 612
Назарычев Д.В. *Совершенствование государственно-правового контроля за исполнением резидентами обязанностей по репатриации денежных средств* 615
Парамонов В.Б. *Методы государственного регулирования пригородных пассажирских перевозок железнодорожным транспортом в Нижегородской области* 618
Романова А.Э. *Доктрина «снятия корпоративной вуали» в российском предпринимательском праве* 622
Синицын И.А. *Государственное регулирование торговой деятельности в России и за рубежом* 624
Смирнов И.С. *Правовой статус предпринимателя* 627
Соболева О.А. *Проблемы правового регулирования предпринимательской деятельности в сфере управления многоквартирными домами на территории г. Н. Новгорода* 631
Фейзиева Айнура Иншаллах кызы. *Проблемные вопросы ответственности предпринимателя по российскому законодательству* 635
Чистяков А.В. *Правовые возможности защиты прав предпринимателей, инструменты правоохранительных и судебных органов по их реализации* 637

СЕКЦИЯ 13. КУЛЬТУРА И ПСИХОЛОГИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА 642

Антонов Н.А. *Предпосылки личностного развития представителей молодежной аудитории в предпринимательской среде* 642
Антропов Р.В. *Роль денег в культуре* 644
Бархатова А.А. *Культурная жизнь Нижегородской ярмарки* 646
Бацманова В.А. *Проблема смысла жизни предпринимателя в рассказе А.П. Чехова «Ионыч»* 649
Башлыкова В.Н. *Культурно-исторический потенциал России и его роль в развитии туристической индустрии* 652
Беруджанян Р.Г. *Креативное мышление – слагаемое предпринимательского успеха* 654
Босецкая И.А. *Мотивационная стратегия работника* 656
Бредихина Е.И. *Сущность организационной культуры как одно из основных направлений развития современной организационной психологии* 658
Буров Д.Д. *Творческое начало в деятельности менеджера* 660
Виноградов А.С. *Изменение внутреннего психологического состояния тревожности людей при снижении веса на примере многопрофильного медицинского центра* **«***VN – Clinic»* 662
Волкова Д.С. *Динамика образа будущей роли отца у студентов ННГУ им. Н.И. Лобачевского* 665
Гапцова О.А. *Влияние психологических особенностей замужних и незамужних женщин на ее карьерный рост на примере АО ФНПЦ «Х»* 667
Гарнова Я.Ю. *Этический аспект предпринимательства* 670
Горячева Е.А. *Особенности коммуникативной толерантности в студенческой группе* 674
Горячева Е.А. *Исследование синдрома эмоционального выгорания у работников банковской сферы* 678
Градов Е.С. *Славный род (предприниматели Строгановы)* 682
Далдышкина Л.И. *Эффективность внутренней коммуникации в организации (на примере ООО «Группа комплексных решений»)* 685
Далдышкина Л.И. *Организация психологической поддержки студентов-первокурсников с целью их адаптации к учебному процессу* 691
Дорофеев Р.А. *Отношение студенческой молодежи к предпринимательству* 693

Дорофеева Е.А. *Развитие научного мышления у студентов как фактор готовности к законотворческой деятельности* 695
Жегалова М.А. *Вовлечённость в работу и трудоголизм в организации: проблема и пути решения* 697
Зотов Е.М. *Династия нижегородских предпринимателей Рукавишниковых* .. 699
Казаченко К.А. *Индивидуально-психологические особенности личности как основополагающий фактор становления и развития социального интеллекта* 702
Калистратова А.И. *Мода в условиях нового социального опыта* 705
Квашнина А. А. *Проблема гендерного равенства в сфере предпринимательства* 707
Кириллов Н.М. *Торговля в Древней Руси* 710
Клюев А.А. *Экономическая сделка в ракурсе культурной игрологии* 713
Князева Н.М. *Актуальные проблемы общества и культура предпринимательства на примере частного детского сада* 716
Коломоец А.А. *Психологическая готовность к браку современной молодежи* 718
Корнилова А.В. *Проблемы манипулирования в педагогической деятельности* 721
Кузьмина А.М. *Роль христианских принципов в развитии деловой культуры России на примере деятельности купцов Бугровых* 724
Кузьмина Е.В. *Психологическое сопровождение процесса развития адаптивных копинг-стратегий будущих предпринимателей* 726
Куликова Е.И. *Деловая электронная переписки: этический аспект* 729
Локтева Т.В. *Особенности саморегуляции активности журналистов ГТРК «Нижний Новгород» в прямом эфире* 732
Лощилова А.А. *Контекстность как главная особенность и залог успеха интернет-рекламы в современном онлайн-пространстве* 738
Манцурова Ю.А. *Гендерные особенности мотивации трудовой деятельности* 741
Масленникова Ю.В. *Благотворительность: история и современность* 744
Метёлкин А.В. Предпринимательская деятельность старообрядцев 746
Молостова Ю.В. *Аномия как проблема современной психологии* 748
Назарова Ю.В. *Одарённость как фактор формирования личности предпринимателя в современных условиях* 750
Нелюбова И.А. *Реклама и её влияние на русский язык* 752

Немудряк И.О. *Система управления карьерным ростом персонала на примере ООО «ЗУМ»* 755
Никитин С.И. *Роль личностных качеств руководителя в психологии предпринимательства* 758
Никитина А. А. *Влияние рыночных механизмов на философию постмодернизма* 760
Носов Н.В. *Источники российской и западной деловой этики* 762
Папоян М.С. *Речевая маска в американской деловой культуре* 767
Попов С.А. *Анализ индивидуально-психологических особенностей обследуемых при исследованиях с применением полиграфа* 768
Савельева Д.В. *Образ предпринимателя Чичикова как «мёртвой души» в поэме Н.В. Гоголя «Мёртвые души»* 770
Садомцева А.Г. *Проблема опасности самодурства купца Савела Прокофьевича Дикого в драме А.Н. Островского «Гроза* 774
Столбецова О.В. *Влияние стиля руководства на мотивацию персонала на примере Института экономики и управления ФГБОУ ВО НГТУ им. Р.Е. Алексеева* 777
Фокина А.О. *Специфика командной работы студентов среднего профессионального образования: теоретический аспект* 780
Черезова Л.Н. *Оценка мотивации сотрудников ГБОУ СПО «НОУОР им. В.С. Тишина»* 782
Шарутина Ю.А. *Проблема опасности эгоизма предпринимателя в рассказе И.А. Бунина «Господин из Сан-Франциско»* 787
Швецова Е.М. *Труд в системе ценностных ориентаций современной молодежи* 790
Шиндина С.В. *Что побеждает в образе предпринимателя Лопахина – «нежная душа» или «хищный зверь»? (по лирической драме А.П.Чехова «Вишнёвый сад»)* 792
Юшина Ю.В. *Влияние рынка на профессиональный язык бизнесмена* 796

Секция 1. ЭКОНОМИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ ФОРМИРОВАНИЯ МАЛЫХ ИННОВАЦИОННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ НА БАЗЕ НАУЧНЫХ И УЧЕБНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ

Арзамаскина Е.В.
Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

В условиях современной экономики государством, бизнесом и обществом в целом ожидается активное участие университетов в повышении роста эффективности экономики на основе инновационного развития. Применение новых форм структурирования научно-образовательной деятельности с последующей реализацией результатов научных исследований с точки зрения рыночных отношений способствует повышению эффективности научных исследований.

Российский опыт создания и развития малых инновационных предприятий на базе бюджетных научных и учебных организаций невелик. Существующая с начала 1990-х гг. такая форма предприятий получила законодательную силу лишь в 2009 г. с принятием Федерального закона № 217-ФЗ от 02.08.2009 [1]. Недостаточная изученность вопросов развития малых инновационных предприятий, сформированных на базе бюджетных научных и учебных организаций, определяет актуальность темы исследования.

Целью исследования является рассмотрение аспектов успешного формирования малых инновационных предприятий на базе бюджетных и научно-учебных заведений с учётом зарубежного опыта.

Развитие малого инновационного предпринимательства в форме малых инновационных предприятий характерно для экономики развитых стран.

Накапливаемый научно-технический потенциал может являться источником дохода с помощью так называемого академического предпринимательства. Это – средство коммерциализации знаний, выражающееся в трансформации знаний в новые продукты, технологии и во вклад в экономический рост страны и инновации. Эти инновации позволяют высшим учебным заведениям, участвующим в создании потенциала региона или страны в целом, играть важную

роль в экономике. Именно в зарубежных странах зародилось понятие «предпринимательский университет». Важнейшим механизмом его формирования служит образование инновационного «пояса» из малых инновационных предприятий на базе бюджетных научных и учебных организаций [2].

В Германии, обладающей богатым опытом по поддержке инновационной деятельности в большом спектре отраслей, малые инновационные предприятия создаются при вузах. В этой связи можно говорить о предприятиях start-up и spin-of. Первые являются только что созданными компаниями на стадии развития, которые для строительства бизнеса берут за основу либо новые инновационные идеи, либо только что появившиеся технологии. Создающиеся как минимум одним работником научно-исследовательского учреждения, они делятся на предприятия, проводящие разработки и исследования(R & D), и на предприятия, которые нацелены именно на производство.

Предприятия spin-of подразумевают создание или формирование отдельной (дочерней) компании от уже существующей. Spin-of определяют в качестве предприятий, построенных с целью использования новых результатов исследования или коммерциализации патентов, которые были разработаны исследовательскими учреждениями. Зарубежные страны имеют развитую систему создания предприятий такого типа учеными или студентами/ выпускниками высших учебных заведений с помощью государственной финансирования и поддержки в виде предоставления субсидий, грантов, введения льгот.

Необходимо отметить очевидную зависимость: в странах с наиболее существенной поддержкой малых инновационных предприятий, получаемой со стороны государства, демонстрируются наилучшие результаты их деятельности, значительный вклад в развитие национальных экономик. Наибольший успех отмечается в странах с активной государственной поддержкой на всех уровнях: федеральном, региональном и местном.

Зарубежный опыт процесса формирования малых инновационных предприятий на базе научных и учебных организаций, несомненно, важен для России.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Федеральный закон от 2 августа 2009 г. № 217-ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации по вопросам создания бюджетными научными и образовательными учреждениями хозяйственных обществ в целях практического применения (внедрения) результатов интеллектуальной деятельности».

2. Сысоева О. В. Роль предпринимательского университета в развитии малых инновационных предприятий / О. В. Сысоева, Н. В. Казакова // Актуальные проблемы экономики и менеджмента. – 2014. – № 1(1). – С. 55–62.

3. Фатхутдинов Р.А. Инновационный менеджмент : учеб. для вузов/ Р.А. Фатхутдинов. – 6-е изд. – СПб.: Питер, 2008. – 448 с.

4. Сысоева О.В. Роль малых инновационных предприятий, созданных на базе высших учебных заведений, в развитии региональных экономик на основе модели тройной спирали / О. В. Сысоева // Вестник СГТУ. – 2014. – № 1 (74). – С. 200–204.

ВНЕДРЕНИЕ КОМПОЗИТНЫХ МАТЕРИАЛОВ КАК ФАКТОР РЕГИОНАЛЬНОГО РАЗВИТИЯ

Артемьева Л.М.

Алтайский государственный университет

Проблемы применения новых технологий

Правительство РФ неоднократно ставило вопрос о необходимости серьезного переустройства структуры экономики. Переработка и создание новых материалов помогут создать новую модель развития, ориентированную на производство высокотехнологичной и наукоемкой продукции. Особенно важен опыт тех регионов, в которых удалось сформировать несырьевую модель экономики, основным приоритетом инновационного развития которой является разработка и внедрение композитных материалов. Регионы, планирующие перспективное развитие на основе новых моделей, сталкиваются со следующими проблемами:

- *в части норм, стандартов, технических регламентов:*

распоряжением Правительства Российской Федерации от 24.07.2013 № 1307-р был утвержден план мероприятий («дорожная карта») «Развитие отрасли производства композитных материалов», предполагающий разработку 486 стандартов и сводов правил, создающих нормативную основу для применения композитов. Разработка основных норм и технических регламентов Правительством Российской Федерации планировалась на 2014–2016 годы.

Для создания определенных стандартов, доступных к применению для всех участников рынка и регионов, необходимо проведение испытаний. Производители отмечают проблему отсутствия стандартов некоторых видов продукции – неизвестно, сколько прослужат изделия из инновационных материалов и как они зарекомендуют себя в долгосрочной перспективе.

- *в области производства:*

учитывая высокую стоимость исходного сырья, широкое применение композитов будет экономически целесообразным и технически оправданным только при использовании высокоэффективных технологий, высокопроизводительного оборудования и при увеличении серийности производства. Данный подход требует значительных инвестиционных вложений в техническое перевооружение и модернизацию организаций-производителей композитов. В настоящее время производители обременены высокой финансовой и налоговой нагрузкой, кредитные ресурсы для производителей являются дорогими. У большинства организаций нет активов, свободных от залога для кредитования проектов по масштабному техническому перевооружению своих производств;

- *в области технологий:*

наряду с использованием и оптимизацией существующих технологий изготовления (пултрузия, автоклавное, вакуумное формование) широкие исследования, отработка технологий и их внедрение должны осуществляться по перспективным направлениям, таким как технологии объёмного ткачества, плетения, технологии безавтоклавого формования и др. Уровень государственного финансирования научно-исследовательских и опытно-конструкторских разработок и внедрения композитов значительно сдерживает выведение новых продуктов на рынок (разный уровень финансирования для разных регионов). Таким образом, разрыв между развитыми с точки зрения применения композитных материалов и неразвитыми регионами усиливается, поскольку основные ресурсы, такие как сырье, капитал, информация сосредоточиваются в нескольких наиболее развитых регионах;

- *в области использования:*

объем потребления полимерных композитов, конструкций и изделий из них в целом по Российской Федерации составляет (по разным экспертным оценкам) около 0,5–2% от общемирового объема потребления полимерных композитов. На уровне регионов данные цифры также находятся в районе статистической погрешности. Одна из причин незначительного применения композитов – низкая информированность участников рынка о возможностях и характеристиках полимеров и композитов, в том числе о реализованных проектах, которые могут тиражироваться в субъектах Российской Федерации, обеспечивая высокую эффективность расходования бюджетных средств. Композитные и полимерные материалы имеют низкую стоимость установки и последующего обслуживания, однако это не всегда очевидно для потребителя. В цену за единицу продукции заложена стоимость преимущественно зарубежного сырья, возможность приобретения которого ограничена узким кругом поставщиков.

Кроме того, внедрение новых технологий зачастую ведет к замене старых, в таком случае существует вероятность ущемления интересов (потеря рабочего места, потеря прибыли и т.д.).

Одним из механизмов поддержки развития промышленности можно считать механизм государственных закупок. Одной из его задач является стимулирование производителей инновационной продукции, однако для этого есть два препятствия: во-первых, продукция не всегда может пройти по цене.

Реализация крупных проектов, например, таких как строительство дорог, проводится в виде конкурса. Процедура определения победителя конкурса на осуществление строительства строго регламентирована, при этом оценка складывается из предлагаемой участником цены (на 60%) и возможности применения новых технологий (и других аспектов). Оценка по второму критерию не всегда значительна, поэтому именно цена играет большую роль. Принимая во внимание стоимость использования композитных материалов, можно сделать вывод о причине нераспространенности применения инновационной продукции. Использование преимущественно инновационных материалов возможно лишь при установлении заказчиком соответствующих требований в конкурсной документации, что, в свою очередь, по нашему мнению, возможно только при установлении обязательных нормативов применения новых материалов.

Кроме того, привлечь к реализации композитов и полимеров малые инновационные предприятия затруднительно из-за не определенного перечня инновационной продукции. Преодолеть некие противоречия может разработка территориальных программ, предполагающая направление финансов на необходимую сферу научных разработок и внедрение композитных материалов.

Разработка территориальных программ

С точки зрения экспертов, программа по реализации стратегий применения композиционных и полимерных материалов должна строиться на:

1) создании регионального каталога полимерных композитов, конструкций и изделий из них, пригодных для применения и рекомендуемых к использованию на территории Москвы при возведении, ремонте и реконструкции объектов капитального строительства за счет средств федерального, региональных и муниципальных бюджетов;

2) реализации НИОКР, направленных на разработку полимерных композитов, конструкций и изделий из них, предназначенных для применения в строительном комплексе и обеспечивающих снижение стоимости владения и увеличение сроков безремонтной эксплуатации зданий и сооружений, конструкций

и изделий, построенных, отремонтированных или произведенных с применением полимерных композитов;

3) реализацию пилотных проектов по внедрению полимерных композитов, конструкций и изделий из них, пригодных для применения и рекомендуемых к использованию в строительном комплексе;

4) строительстве (реконструкции, ремонте, капитальном ремонте) опытных (референтных) объектов для внедрения полимерных композитов, конструкций и изделий из них.

Анализ имеющихся региональных программ (подпрограмм) показал, что абсолютное большинство из них предполагает мероприятия, направленные на обеспечение информационно-методической и ярмарочно-выставочной деятельности в рамках лимитов уже действующих на территории регионов смежных программ, направленных на развитие кластерных инициатив или поддержку малого и среднего предпринимательства.

Меры поддержки производителей инновационной продукции, разработанные субъектами, не могут решить основные проблемы: например, отсутствие сырья, наличие финансовых ресурсов для проведения испытаний и разработок.

Технологии, применяемые субъектами РФ

Опыт внедрения композитной продукции показал, что в настоящих условиях без организации применения этих изделий и материалов на экспериментальных (пилотных) участках строительства и сетей ЖКХ нельзя полноценно решить задачу внедрения инновационных материалов и технологий, осуществить существенное и скорейшее расширение масштабов применения композитов.

Прорывными оказываются те субъекты, которые опытным путем разрабатывают стандарты и нормы исходя из собственного опыта, решая проблему ограниченности информационного ресурса. «Инновационной витриной» традиционно считаются Москва, Татарстан, где не только внедряют технологии, но и разрабатывают документацию, осуществляют инкрементальные шаги в целевом направлении, реализуя пробные проекты на практике для выявления возможных проблем и дальнейшего улучшения документации, разработок, условий внедрения. Вследствие вышеперечисленного разрыв между субъектами в развитости сферы применения композиционных и полимерных материалов усиливается.

Таким образом, развитие данной отрасли возможно при плотном взаимодействии с химической, нефтехимической отраслями, поэтому те субъекты, где хорошо развиты вышеупомянутые отрасли, показывают высокий уровень развития и внедрения новых материалов.

По нашему мнению, главной проблемой, которую возможно преодолеть собственными силами, является информационный разрыв между регионами. Его преодоление возможно с помощью создания неких общедоступных центров удаленного доступа в сети «Интернет» в качестве базы знаний и центра стандартизации и сертификации.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Распоряжение Правительства Российской Федерации от 24 июля 2013 г. № 1307-р «Об утверждении плана мероприятий «Развитие отрасли производства композитных материалов».
2. Шинкевич А. И. Диффузия инноваций: модели и технологии управления: монография / А. И. Шинкевич, М. В. Леонова. – КНИТУ, 2014. – 123 с.
3. Программа Федерального дорожного агентства по внедрению композиционных материалов (композитов), конструкций и изделий из них на 2015–2020 гг.

ГОСУДАРСТВЕННОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ СФЕРЫ МАЛОГО И СРЕДНЕГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА: ПРАКТИКА ПЕРМСКОГО КРАЯ

Богатов А. А.

Пермский государственный национальный исследовательский университет

Сектор малого и среднего предпринимательства является одним из важнейших источников роста экономики России в целом и Пермского края в частности. К его преимуществам стоит отнести создание новых рабочих мест, налоговые отчисления в бюджет, возможность быстрой переориентации в зависимости от экономической ситуации. Именно поэтому государственное регулирование сферы малого и среднего предпринимательства играет огромную роль: от этого зависит, насколько комфортно себя будет чувствовать бизнес.

Под государственным регулированием предпринимательской деятельности понимается деятельность государства в лице его органов власти, направленная на реализацию государственной политики в сфере осуществления предпринимательской деятельности.

Государственное регулирование предпринимательства выполняет следующие цели: обеспечение реализации публичных интересов общества и государства, а также создание благоприятных условий для развития предпринимательства [1].

Говоря о регулировании предпринимательской деятельности в Пермском крае, следует рассмотреть органы власти, которые имеют к этому отношение (см. табл. 1).

Таблица 1 – Органы, регулирующие сферу малого и среднего предпринимательства в Пермском крае

Название органа	**Направление деятельности**
Законодательное Собрание Пермского края	Осуществляет законодательное регулирование отношений в сфере развития малого и среднего предпринимательства [2]
Правительство Пермского края	Обеспечивает исполнение законов Пермского края, регулирующих отношения в сфере развития малого и среднего предпринимательства [3]
Министерство промышленности, предпринимательства и торговли Пермского края	Обеспечивает разработку и реализацию краевых целевых программ [4]
Министерство экономического развития Пермского края	Участвует в формировании благоприятного инвестиционного климата в Пермском крае [5]
Совет по предпринимательству при губернаторе Пермского края	Разрабатывает совместно с органами исполнительной власти Пермского края эффективные механизмы поддержки и конкретные меры по развитию предпринимательства во всех сферах экономики края [6]

Политика в сфере регулирования деятельности субъектов малого и среднего предпринимательства реализуется через инструменты, к которым относятся: субсидии, консультационные услуги, услуги по обучению предпринимательству, поручительства и другие. В Пермском крае существует определенная инфраструктура поддержки (см. табл. 2).

Таблица 2 – Инфраструктура поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства

Название органа	**Направление деятельности**
Пермский фонд развития предпринимательства	Предоставление субсидий, грантов, формирование положительного образа предпринимателя, повышение предпринимательской грамотности [7]
Пермский гарантийный фонд	Предоставление поручительств по обязательствам субъектов малого и среднего предпринимательства [8]
Пермский центр развития предпринимательства	Предоставление микрозаймов субъектам малого и среднего предпринимательства, оказание консультационных услуг по микрофинансированию [9]

Продолжение таблицы 2

Название органа	Направление деятельности
Опорная Региональная Лизинговая компания «ПермРегионЛизинг»	Предоставление услуг лизинга для модернизации производства [10]
Евро инфо консультационный центр	Содействие субъектам малого и среднего предпринимательства в выходе на межрегиональные и международные рынки [11]
Пермская торгово-промышленная палата	Оказание консультационных услуг по таким направлениям как государственные закупки, юридический консалтинг, а так же проведение экспертиз: таможенной, экономической, финансовой, бухгалтерской [12]
Венчурный фонд Пермского края	Развитие инфраструктуры венчурного финансирования [13]

Исходя из вышеприведенных данных, можно сделать вывод, что в Пермском крае для развития рассматриваемой сферы органами власти предпринимаются конкретные меры.

Рассмотрим, как эти меры отразились на субъектах малого и среднего предпринимательства. Для этого воспользуемся данными статистики за 2010-2014 гг. по следующим ключевым критериям: количество субъектов, оборот субъектов и объем инвестиций в основной капитал[14] (см. табл. 3).

Таблица 3 – Общее число субъектов малого и среднего предпринимательства в Пермском крае

Год	2010	2011	2012	2013	2014
Количество	80439	114378	116306	113230	110517

Как видно из табл. 3, в последние годы количество субъектов малого и среднего предпринимательства снижается (см. табл. 4).

Таблица 4 – Оборот предприятий и ИП (млрд руб.)

	2010	2011	2012	2013	2014
Микропредприятия	115,1	207,1	223,6	228,1	228,1
Малые предприятия	321,7	416,3	431,7	456	484,6
Средние предприятия	129,3	94,1	81,5	86,5	80,2
ИП	121,1	245,7	269,2	298,5	313,8

По данному критерию наблюдается устойчивая тенденция к росту по всем группам, кроме средних предприятий (см. табл. 5).

Таблица 5 – Объем инвестиций в основной капитал (млрд руб.)

	2010	**2011**	**2012**	**2013**	**2014**
Микропредприятия		1,5	2,1	3,2	3,3
Малые предприятия		3,9	5,2	7,2	9,4
Средние предприятия	3,5	5,8	5,3	5,3	2,2

Как видно из табл. 5, объем инвестиций в основной капитал имеет тенденцию к росту по всем группам, кроме средних предприятий.

Таким образом, ситуация в регионе складывается двояко: с одной стороны, наблюдается снижение количества субъектов малого и среднего предпринимательства, а с другой – рост оборота и объема инвестиций. Следовательно, деятельность органов власти должна быть направлена на повышение количества субъектов, но при этом важно сохранить тенденции роста по обороту и инвестициям, т.к. снижение оборота может привести к снижению инвестиций в основной капитал, что не позволит переходить предприятиям на качественно новый уровень развития и оставаться конкурентоспособными в современных условиях. Только системный подход к проблеме поможет ее решить, сохраняя текущие плюсы и ликвидируя минусы нынешней ситуации.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Батычко В.Т. Предпринимательское право / В.Т. Батычко. – Таганрог, 2011. 130 с.

2. Законодательное собрание Пермского края [Электронный ресурс]. URL: www.zsperm.ru (дата обращения: 28.10.2016).

3. Правительство Пермского края [Электронный ресурс]. URL: www.permkrai.ru (дата обращения: 28.10.2016).

4. Министерство промышленности, предпринимательства и торговли Пермского края [Электронный ресурс]. URL: www.minpromtorg.permkrai.ru (дата обращения: 28.10.2016).

5. Министерство экономического развития Пермского края [Электронный ресурс]. URL:www.economy.permkrai.ru (дата обращения: 28.10.2016).

6. О создании Совета по предпринимательству при губернаторе Пермского края: указ Губернатора Пермского края от 21.11.2012г. № 95 [Электронный ресурс]. URL: www.docs.cntd.ru/document/911538933 (дата обращения: 29.10.2016).

7. Пермский фонд развития предпринимательства [Электронный ресурс]. URL:www.frp59.ru (дата обращения: 29.10.2016).

8. Пермский гарантийный фонд [Электронный ресурс]. URL:www.pgf-perm.ru (дата обращения: 29.10.2016).

9. Пермский центр развития предпринимательства [Электронный ресурс]. URL:www.pcrp.ru (дата обращения: 29.10.2016).

10. ПермРегионЛизинг [Электронный ресурс]. URL:www.pgf-perm.ru/dengi/lizing (дата обращения: 29.10.2016).

11. Евро инфо консультационный центр [Электронный ресурс]. URL:www.euroinfocenter.ru (дата обращения: 29.10.2016).

12. Пермская торгово-промышленная палата [Электронный ресурс]. URL:www.permtpp.ru (дата обращения: 29.10.2016).

13. Венчурный фонд Пермского края [Электронный ресурс]. URL:www.vfpk.ru (дата обращения: 29.10.2016).

14. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]. URL: www.gks.ru (дата обращения: 29.10.2016).

РАЗВИТИЕ МОЛОДЕЖНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В НИЖЕГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ

Веретенникова О.Е.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Открывать собственное дело в России не просто, особенно когда начинающий предприниматель еще не имеет опыта в силу своего молодого возраста. На его пути встречается ряд трудностей: значительные финансовые затраты, наличие конкурентов. Ему приходится самостоятельно принимать важные решения. Но те люди, которые однажды решились попробовать себя в роли бизнесменов, вряд ли в будущем захотят работать на кого-то еще, кроме себя.

Молодым предпринимателям, впервые начинающим собственный бизнес, при его открытии необходима помощь «сверху»! В последнее время развитие малого бизнеса является одним из ведущих направлений формирования экономических отношений в России в целом. Помимо помощи государства, молодежному предпринимательству требуется и другая значительная поддержка, которая должна выражаться в совершенствовании законодательной базы по развитию молодежного предпринимательства, в том числе и на уровне регионов, так как многие используют термины «молодежное предпринимательство», «молодежный бизнес», но правовое определение данных понятий отсутствует. Только в Москве принято отдельное постановление «О молодежном предпринимательстве», существует специальная комиссия и оказывается финансовая помощь.

На сегодняшний день молодежь имеет значительные перспективы для занятия предпринимательской деятельностью. Это обусловлено тем, что молодежная среда ориентирована на успех и качества, присущие современным молодым людям, которые соответствуют социальным и психологическим требо-

ваниям рынка. Это такие качества как: инициативность, мобильность, смелость, склонность к риску, способность к быстрому обучению и переобучению, открытость инновациям, готовность к переменам. Молодежная предпринимательская инициатива может стать одним из основных факторов, с помощью которого можно повысить инновационный уровень российской экономики.

Одной из форм поддержки молодежного предпринимательства являются бизнес-инкубаторы, помогающие молодым предпринимателям начать свое дело. Для этого со стороны молодых людей необходима бизнес-идея и желание начать предпринимательскую деятельность.

Одним из приоритетных направлений работы Правительства Нижегородской области является развитие молодежного предпринимательства. На данный момент на территории Нижегородской области действует постановление, утвержденное Правительством Нижегородской области от 29.04.2016 г. «О порядке предоставления субсидий автономной некоммерческой организации «Агентство по развитию кластерной политики и предпринимательства Нижегородской области» на реализацию мероприятий в рамках подпрограммы «Развитие предпринимательства Нижегородской области» государственной программы «Развитие предпринимательства и туризма Нижегородской области». Согласно этому постановлению Агентству предоставляются субсидии на организацию мероприятий, направленных на содействие развитию молодежного предпринимательства – вовлечение, повышение предпринимательской компетенции и сопровождение проектов молодых предпринимателей. Реализация данных мероприятий осуществляется при методическом и информационном взаимодействии Правительства Нижегородской области с федеральным органом исполнительной власти, который осуществляет функции по оказанию государственных услуг и управлению государственным имуществом в сфере государственной молодежной политики, реализации мероприятий, которые направлены на обеспечение здорового образа жизни молодежи, нравственного и патриотического воспитания и на реализацию молодежью своих профессиональных возможностей, определенным в соответствии с постановлением Правительства Российской Федерации от 29 мая 2008 года № 409 «О Федеральном агентстве по делам молодежи» [5].

Показателями результативности реализации мероприятий, направленных на содействие развитию молодежного предпринимательства, являются: количество вновь созданных рабочих мест субъектами малого и среднего предпринимательства, получившими государственную поддержку; количество человек в возрасте до 30 лет, вовлеченных в реализацию мероприятия; количество чело-

век в возрасте до 30 лет, прошедших обучение; количество субъектов малого предпринимательства, созданных лицами в возрасте до 30 лет из числа лиц, прошедших обучение.

По распоряжению Председателя Правительства РФ Д.А. Медведева от 9 июля 2016 года, Нижегородской области в 2016 г. полагались денежные средства в размере около 7 млн рублей на развитие молодежного предпринимательства. Деньги предоставлялись по итогам проведённого Федеральным агентстовм по делам молодежи (Росмолодёжь) конкурсного отбора субъектов РФ в рамках подпрограммы «Развитие малого и среднего предпринимательства« государственной программы «Экономическое развитие и инновационная экономика« [6].

1 августа 2016 года состоялось заседание Торгово-промышленной палаты Нижегородской области. На заседании, в том числе, обсуждалась реализация проекта «Развитие молодежного предпринимательства в Нижегородской области». На базе Торгово-промышленной палаты предлагалось создать место притяжения владельцев малого и среднего бизнеса и создать среду, способную взрастить новое высокоэффективное поколение предпринимателей.

«По данным наших опросов, в настоящее время около 20% старшеклассников хотели бы открыть свое дело», – отметила Валентина Соболева. Основные задачи сообщества молодых предпринимателей при ТПП НО – это поддержка и запуск новых конкурентных субъектов малого и среднего бизнеса и упрощение участия молодых предпринимателей в государственных программах и проектах за счет создания «службы одного окна» на базе ТПП [7].

Молодежное предпринимательство имеет важнейшее значение для экономики страны: оно представляет собой инструмент преодоления одной из остро стоящих проблем – безработицы среди молодого поколения. Развитие молодежного предпринимательства позволит снизить ее показатели. Помимо этого возникновение малого бизнеса приведет к увеличению налоговых поступлений в бюджеты на всех уровнях власти.

Для обеспечения полноценного развития молодежного предпринимательства требуется комплексное регулирование законодательства, дополнительная поддержка со стороны государства с учетом важности и специфики вопроса, специальная работа по вовлечению молодежи в предпринимательскую деятельность. Необходимо создать такие механизмы, которые простимулируют предпринимательскую активность у молодежи и позволят, тем самым, привлечь большое количество молодых предпринимателей.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Власов Г.Ю. Развитие молодежного предпринимательства на современном этапе / Г.Ю. Власов // Российское предпринимательство. – 2011. – С. 11–16.
2. Государственная программа «Развитие предпринимательства и туризма Нижегородской области» 2015–2020 гг.
3. Раковская О.А. Социальные ориентиры молодежи: тенденции, проблемы, перспективы / О.А. Раковская. – М.: Наука, 1993. – 192 с.
4. Чупров В.И. Российская молодежь в нестабильном обществе: интеграция или социальное исключение? / В.И. Чупров, Зубок Ю.А. // Наука. Политика. Предпринимательство. – 2006. – №1–2.
5. Электронный ресурс: http://docs.cntd.ru/document/465534733
6. Электронный ресурс: http://government.ru/docs/23756/
7. Электронный ресурс: http://tpprf.ru/ru/news/regional/146946/

УСЛОВИЯ, ПОДДЕРЖКА И ПЕРПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА В РАЗНЫХ СТРАНАХ

Виткалова Х.В.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Интенсивный путь развития экономики является основным критерием надежности данной системы. В последнее время многие эксперты выделяют предпринимательство как наиболее значимый показатель экономического развития страны. Нельзя не заметить, что сегодня проблема малого и среднего предпринимательства выходит на первый план. Важность данной области в экономике подчеркивает и Всемирный банк. Специалисты, проведя исследования, доказали, что если в стране на малый и средний бизнес приходится менее 40% ВВП, то инвестиции и любые другие вложения в экономику данной страны не приводят к необходимому экономическому эффекту. Все это еще раз говорит о необходимости поддержки малого и среднего бизнеса. Особое место в данном секторе экономики отводится молодежному предпринимательству. В данной статье рассматривается поддержка и развитие предпринимательской деятельности на базе таких стран как Канада, Италия и Россия. Какие же платформы существуют в мире, на основе которых формируется и разворачивается малый и средний бизнес?

В современных условиях активную поддержку предпринимательству оказывают достаточно большое количество международных организаций, что го-

ворит о положительной динамике развития данного сектора экономики. На сегодняшний день успешно осуществляет свою деятельность Международная молодежная палата JCI (Junior Chamber International), которая представляет собой Всемирную организацию Молодых Людей с Активной Жизненной позицией в возрасте от 18 до 40 лет.

На базе стран Азиатско-Тихоокеанского региона сформирована Конфедерация торгово-промышленных палат – (CACCI) The Confederation of Asia-Pacific Chambers of Commerce and Industry, которая выполняет несколько основных функций: организация мероприятий различного уровня, целью которых является развитие и укрепление предпринимательства в Тихоокеанском регионе; налаживание международных связей путем создания площадки для выстраивания диалога. Конфедерация торгово-промышленных палат стран Азиатско-Тихоокеанского региона выделяет молодежное предпринимательство на особом уровне. В связи с этим в рамках Конфедерации выделяют совет – Группа молодых предпринимателей АТР.

В ряде стран, в которых активно работают торгово-промышленные палаты, наблюдается положительной динамика развития молодежного предпринимательства.

Примером такой организации поддержки малого и среднего бизнеса является Канада. В стране основная нагрузка по данному вопросу лежится на Фонд молодежного предпринимательства. Стоит отметить, что организация является некоммерческим предприятием, осуществляющим свою деятельность на федеральном уровне. Главная задача заключается во всемерном воздействии и оказании всевозможной помощи молодым предпринимателям на начальных этапах развития их бизнеса. Фонд предоставляет достаточно широкий спектр программ финансирования на безвозмездной основе.

Государственная поддержка малого и среднего бизнеса в Канаде осуществляется при участии министерств федерального уровня – Министерства малого предпринимательства и туризма и Министерства промышленности Канады. Решение вопросов, связанных с молодежным предпринимательством, принимает Министерство молодёжи.

В Италии помощь молодым предпринимателям оказывают негосударственные организации – Ассоциации молодых предпринимателей (АМП). Работа Ассоциаций осуществляется автономно, но при вхождении во всеитальянскую Конфедерацию промышленников и предпринимателей (КПП) и выполнении ее Устава.

АМП своей деятельностью способствует продвижению и возвышению предпринимательской культуры и старается расширить спектр ее влияния, подчеркивая тем самым важность данного фактора для развития бизнеса. Также внимание уделяется усовершенствованию теоретической базы и практических навыков в экономическом, политическом, управленческом и социальном аспектах.

Международная практика показывает, что в странах с развитой экономикой существует системная поддержка молодежного предпринимательства, основывающаяся на поддержке государственных учреждений.

В современной российской экономике существует парадокс, который заключается в том, что в законодательстве отсутствует такое понятие как молодежное предпринимательство. В 2007 г. был принят ряд нормативных актов, которые позволили рассматривать молодежное предпринимательство как отдельное направление, выделившееся из малого бизнеса. Введение таких понятий как «молодежное малое предприятие», «молодежный бизнес-инкубатор», «молодежный проект» сформировали более четкое представление о данном спектре экономики в России. Следующим этапом для реализации программы поддержки малого молодежного предпринимательства стало выделение финансовых преференций.

В России молодежное предпринимательство начало формироваться как сфера хозяйственной деятельности только в начале 90-х годов. Но в последующее время интерес у молодежи к данной сфере деятельности стремительно угасал.

При переходе России к рыночной модели экономики мотивационная сторона вопроса существенно изменилась. Если на начальном этапе развития малого бизнеса молодые люди (30–35 лет) начинали заниматься предпринимательством в случае отсутствия альтернатив, то сегодня они руководствуются такими факторами как «самореализация», «амбиции», «новые возможности».

Главной проблемой развития молодежного предпринимательства является ограниченность ресурсов у молодых людей. В таком случае наиболее эффективно будет применение программно-целевого метода.

Прежде всего необходимо привлечь молодых людей к предпринимательской деятельности путем ее популяризации; необходимо обучение и сопровождение предпринимателей на первых этапах их становления.

Основной задачей развития предпринимательской деятельности является ознакомление молодежи с предпринимательской культурой. Именно культурная составляющая является основополагающей в достижении карьерных высот.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Концепция Стратегии развития молодежного предпринимательства в Российской Федерации на период до 2020 года.
2. Власов Г.Ю. Развитие молодежного предпринимательства на современном этапе / Г.Ю. Власов // Российское предпринимательство. – 2011. – № 10. Вып. 2 (194). – С. 11–16. http://www.creativeconomy.ru/articles/13919/
3. Canada Small Business Financing Act http://strategis.gc.ca/CSBFA
4. Community Economic Development Program http://www.inac.gc.ca
5. Левина Е. И. Журнал «Социально-экономические явления и процессы» Выпуск № 2 / 2009. http://cyberleninka.ru/article/n/mehanizmy-gosudarstvennoy-podderzhki-malogo-i-srednego-predprinimatelstva-v-zarubezhnyh-stranah
6. http://pandia.ru/text/77/472/2409.php

ИССЛЕДОВАНИЕ МОДЕЛЕЙ КОММЕРЦИАЛИЗАЦИИ НАУЧНЫХ РАЗРАБОТОК В ПРОЕКТАХ ТЕХНОЛОГИЧЕСКОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

Карпычева С.А.

Национальный исследовательский университет – Высшая школа экономики

Предпринимательство является одним из важных факторов экономического развития страны. Зарубежные исследователи рассматривают феномен предпринимательства в контексте инновационной и конкурентной силы, что критично для экономического развития [1–4]. Разработчики выводят на рынок инновации, обеспечивают развитие новых технологий, способствуют появлению новых отраслей промышленности, увеличивают конкуренцию на разных рынках в стране. Существует положительная и статистически значимая связь между предпринимательством и экономическим ростом на различных уровнях, которая подтверждается многими исследователями. Научные работы зарубежных авторов показывают, что предпринимательство дает больший социальный и экономический вклад в развитие инновационного потенциала страны, чем другие формы предпринимательства. Это обусловлено быстрым ростом малых инновационных компаний, особенно в высокотехнологичной отрасли [1; 2; 5].

В настоящее время в условиях формирования и становления национальной инновационной системы возникает необходимость разработки особых механизмов, позволяющих оптимизировать процесс коммерциализации научных разработок.

В 2014 г. Нижегородская область занимала 4-е место среди субъектов РФ по значению российского регионального инновационного индекса, что является достаточно хорошим показателем [6]. В Нижегородской области на конец 2014 г. в общем числе предприятий региона 14.3% – это организации, осуществляющие технологические, организационные и маркетинговые инновации (в целом по России данный показатель равен 9.9%) [7].

Цель работы – разработать модель коммерциализации научных разработок для технологических проектов ИПФ РАН.

Основные задачи исследовательской работы:

- определить понятие «коммерциализация технологий»;
- провести анализ российского и зарубежного опыта коммерциализации научных разработок;
- выявить существующие модели коммерциализации научных разработок на базе структуры РАН;
- разработать модели коммерциализации научных разработок для технологических инновационных проектов на базе структуры РАН.

Объектом исследования являются технологические инновационные проекты на базе структуры РАН.

Предметом исследования являются модели коммерциализации технологических инновационных проектов.

В исследовании использованы общенаучные подходы (системный и сравнительный анализ); метод кейсов, анализ и синтез первичной и вторичной информации, а также логическое моделирование инновационных процессов в экономике.

Научная новизна данной работы заключается в структурировании информации о существующих на сегодняшний день моделях коммерциализации научных разработок, выявлении особенности коммерциализации научных разработок ИПФ РАН, а также разработке модели коммерциализации для Института прикладной физики Российской Академии Наук.

В работе были проанализированы существующие формы и модели коммерциализации научных разработок в проектах технологического предпринимательства из открытых источников данных.

Также был проведен тщательный анализ существующих моделей коммерциализации научных разработок, которые используются в России и за рубежом. Было замечено, что на данный момент существует 7 основных моделей коммерциализации, которые являются наиболее успешными. Каждая из этих

моделей была подробно рассмотрена, описана как в графическом, так и тестовом формате.

В работе были изучены кейсы наиболее успешных проектов по коммерциализации научных разработок ИПФ РАН. Информация для проведения исследования собиралась из различных источников, в том числе открытая информация в сети интернет, официальные сайты компаний, внутренняя документация компаний, а также интервью с руководителями данных компаний. Были изучены следующие проекты: ЗАО НПП «Гиком», НТК ООО «Медуза» и ООО «Центр научного и технического развития».

В результате данного поискового исследования разработана модель коммерциализации научных разработок для ИПФ РАН, которая позволит не только коммерциализовать имеющиеся и будущие разработки института, а также развиваться этим разработкам в рамках новой компании. Для реализации разработанной модели коммерциализации было предложено создать отдельное структурное подразделение в рамках ИПФ РАН – Центр трансфера технологий, для которого в работе была прописана концепция создания, а также план мероприятий на 2016–2018 гг.

Полученные результаты могут быть использованы для дальнейших исследований моделей коммерциализации научных разработок проектов технологического предпринимательства в других регионах. Кроме того, разработанная модель коммерциализации научных разработок для сотрудников ИПФ РАН поможет осуществлять успешный трансфер их технологий и продвигать их на российском и мировом рынке.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Ahlstrom D. Rapid Institutional Shifts and the Co-evolution of Entrepreneurial Firms in Transition Economies / D. Ahlstrom and G.D. Bruton // Entrepreneurship: Theory and Practice. – Baylor University, 2010. May. P. 531–554.

2. Audretsch D.B. Technology transfer in a global economy / D.B. Audretsch, E.E. Lehmann and M. Wright // The Journal of Technology Transfer. – 2012. – P. 1–12.

3. Audretsch D.B. Capitalism and Democracy in the 21st Century: From the Managed to the Entrepreneurial Economy / D.B. Audretsch and A.R. Thurik // Journal of Evolutionary Economics. – 2000. – P.17–34.

4. Carree M. The Impact of Entrepreneurship on Economic Growth / M. Carree, A. Martin, and A.R. Thurik // Handbook of Entrepreneurship Research. – 2010. – P. 557–594.

5. Lin Y. Influences of cross-functional collaboration and knowledge creation on technology commercialization: Evidence from high-tech industries / Y. Lin, Y. Wang and Kung L. // Industrial marketing management. 2015. – № 49. – P. 128–138.

6. Singer S. Global entrepreneurship monitor 2014 Global report / S. Singer, J.E. Amoros and D.M. Arreola // GERA, 2015. Официальный сайт федеральной службы государственной статистики [Электронный ресурс]. – Код доступа: http://www.gks.ru/.

ОЦЕНКА УРОВНЯ РАЗВИТИЯ ПАТЕНТНОЙ СИСТЕМЫ НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ В КЕМЕРОВСКОЙ ОБЛАСТИ

Кислицын Е.В.

Кемеровский государственный университет,
Институт экономики и менеджмента

Патентная система налогообложения (ПСН) – это один из инструментов экономического регулирования малого бизнеса. Патентная система является молодым и динамично развивающимся специальным налоговым режимом.

Основные задачи введения ПСН:

- стимулирование развитие малого бизнеса (за счет снижения налогового бремени и упрощения ведения налогового учета);
- легализация бизнеса «теневого» сектора экономики;
- увеличение налоговых доходов муниципальных бюджетов;
- упрощение и удешевление процедуры налогового контроля;
- поддержание приоритетных направлений бизнеса в сфере услуг путем дифференциации величины потенциально возможного дохода на уровне регионов.

Согласно официальным данным, представленным на сайте Федеральной налоговой службы, по состоянию на 01.01.2015 г. в России из 3550981 предпринимателей патентную систему применяли лишь 99037, или 2.8%.

В Кемеровской области на 50545 предпринимателей по состоянию на 01.01.2016 г. было зарегистрировано 2082 патента. Данный показатель также является весьма низким, однако следует обратить внимание на динамику ПСН, представленную на рис. 1 [1].

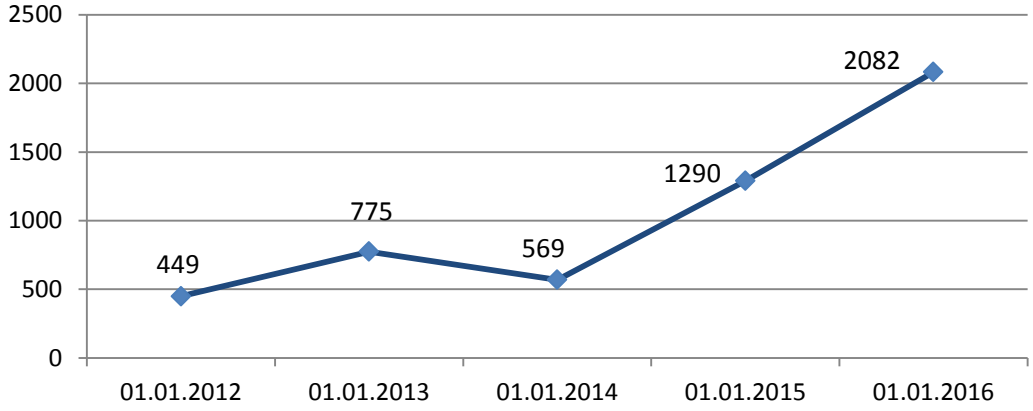


Рис. 1 – Количество патентов, выданных в Кемеровской области

Патентная система налогообложения в современном виде была введена 1 января 2013 г., а до этого существовала как разновидность упрощенной системы налогообложения и не пользовалась особой популярностью среди налогоплательщиков. После того как ПСН была выделена в качестве самостоятельного спецрежима, начиная с 2014 г. наметился рост ее популярности среди предпринимателей Кемеровской области. За два года число выданных патентов выросло в 3.7 раза при одновременном сокращении количества зарегистрированных предпринимателей.

Снижение числа выданных патентов за 2013 г. по сравнению с предыдущим годом может быть связано с двумя основными причинами: во-первых, осторожностью предпринимателей при переходе на новый налоговый режим, во-вторых, общероссийским снижением числа предпринимателей, вызванным отменой в 2013 г. льготы по освобождению малого бизнеса от уплаты страховых взносов.

На рис. 2 представлены темпы роста числа индивидуальных предпринимателей в России и Кемеровской области.

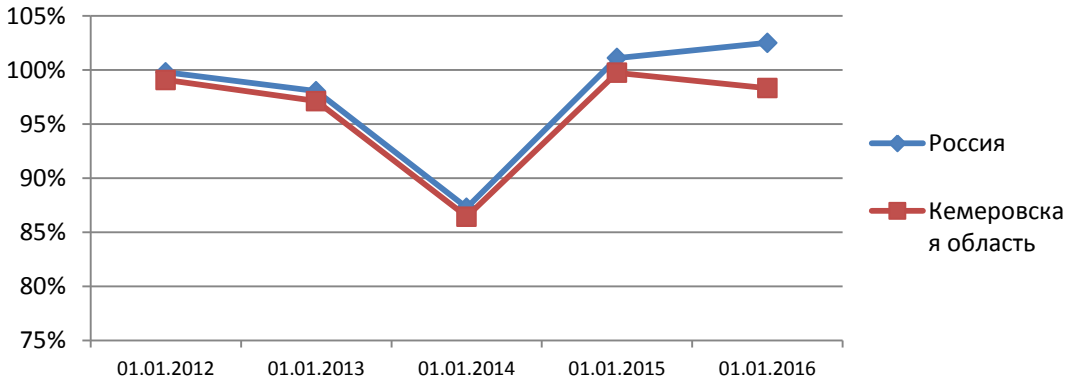


Рис. 2 – Темп роста числа зарегистрированных индивидуальных предпринимателей

в России и Кемеровской области

За 2013 г. произошло значительное сокращение количества индивидуальных предпринимателей – на 13% и 14% в России и Кемеровской области соответственно. Всего в стране число предпринимателей после отмены преференции по социальным выплатам и страховым взносам сократилось практически на полмиллиона человек. Проблема страховых взносов за последние годы стала центральной для индивидуальных предпринимателей. Величина взносов для предпринимателей «за себя» в 2016 г. составит минимум 23153.33 руб., а за сотрудников – 20% от фонда оплаты труда. В таких спецрежимах как УСН (доходы) и ЕНВД, предусмотрена возможность уменьшения величины налога на величину начисленных страховых взносов, а в патентной системе такая возможность не предусмотрена, что значительно увеличивает налоговое бремя в сравнении с вышеупомянутыми спецрежимами.

По состоянию на 01.01.2016 г. в России ЕНВД применяли 49% индивидуальных предпринимателей, а УСН – 38%. При этом есть ряд регионов, где ЕНВД не действует, а патентная система применяется (например, в Москве) [1].

У индивидуального предпринимателя не возникает обязанности предоставления декларации по патенту, однако он должен предоставлять отчетность по страховым взносам в Пенсионный фонд России, а также выступать налоговым агентом по НДФЛ (при использовании труда наемных работников). Данный факт дискредитирует основное преимущество ПСН – ее простоту.

Перечень видов деятельности, который доступен для применения патентной системы, представлен в НК РФ. Региональные власти вправе устанавливать дополнительный перечень видов деятельности, относящихся к бытовым услугам в соответствии с Общероссийским классификатором услуг населению. Используя данное право, в 2016 г. власти Кемеровской области расширили перечень для применения патента, включив в него следующие услуги: изготовление мебели; строительство жилья и других построек; услуги бань, душевых и саун; услуги копировально-множительные; услуги ландшафтного дизайна, услуги по организации фейерверков [2].

По состоянию на 01.01.2016 г. выдано 43 патента по видам деятельности, добавленным региональными властями, что составило 2% от всего количества выданных патентов в Кемеровской области. Такая ситуация свидетельствует о необходимости дальнейшего расширения вышеупомянутого перечня.

Также обратим внимание, что у физических лиц, не имеющих статуса индивидуального предпринимателя, нет возможности применения патента. Кроме

этого, патент предполагает авансовую систему оплаты, что означает наличие у предпринимателя свободных денежных средств до начала деятельности [3].

Вышеуказанные недостатки проявились сразу после начала действия патентной системы. Спецрежим претерпел некоторые изменения и доработки. В конце января 2016 г. Министерство экономического развития России направило в Правительство РФ антикризисный план, в котором предусмотрены меры поддержки и развития малого бизнеса. Среди прочего в данный план были включены следующие инициативы:

1. Увеличение порога применения спецрежимов до 120 млн руб.
2. Введение моратория на повышение коэффициента дефлятора.
3. Предоставление предпринимателям «на патенте» права вычитать сумму страховых взносов из стоимости патента.
4. Введение патента для самозанятых граждан, ведущих свою деятельность без статуса ИП, с возможностью его уплаты в электронном виде [4].

Проработка данных изменений станет позитивным моментом в развитии патентной системы налогообложения, позволит ликвидировать часть ее недостатков. Наличие возможности уменьшать сумму налога на величину страховых взносов повысит конкурентоспособность ПСН относительно других спецрежимов, а повышение величины предельного дохода и введение патента для самозанятых граждан без статуса ИП значительно расширит аудиторию патента и будет способствовать выводу доходов самозанятого населения в официальную сферу.

Помимо планируемых изменений, повлиять на развитие патентной системы могла бы дифференциация доходности по видам деятельности в зависимости от территорий применения и особенностей физического показателя (кадастровая стоимость кв.м, ставка аренды, грузоподъемность транспорта и прочее). Также целесообразно интегрировать уплату страховых взносов в стоимость патента, чтобы в большой мере упростить ведение деятельности. Еще одним способом совершенствования ПСН может стать предоставление региональным властям права расширения перечня видов деятельности (помимо приведенных в ОКУН) перспективными направлениями ведения бизнеса, требующими поддержки в конкретном регионе.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Официальный сайт ФНС России [Электронный ресурс]. URL: https://www.nalog.ru/rn42/related_activities/statistics_and_analytics/forms/ (дата обращения: 02.11.2016);

2. Закон Кемеровской области № 101-ОЗ от 02.11.2012 г. «О введении патентной системы налогообложения и о признании утратившими силу некоторых законодательных актов

Кемеровской области» (ред. от 25.11.2015 № 104-ОЗ) [Электронный ресурс]. URL: https://www.nalog.ru/rn42/about_fts/docs/5077387/ (дата обращения: 20.10.2016);

3. Фомина М.В. Плюсы и минусы патентной системы налогообложения // Экономика и менеджмент инновационных технологий. 2014. № 5 [Электронный ресурс]. URL: http://ekonomika.snauka.ru/2014/05/5161 (дата обращения: 20.10.2016);

4. Серегин В. Правительство вспомнило о малом бизнесе после обвала экономики. Сайт РБК. [Электронный ресурс]. URL: http://www.rbc.ru/ins/economics/27/01/2016/56a8ad7a9a7947182c57c32d5161 (дата обращения: 20.10.2016).

ФОРМИРОВАНИЕ БЛАГОПРИЯТНОГО ИНВЕСТИЦИОННОГО КЛИМАТА В МУНИЦИПАЛЬНОМ ОБРАЗОВАНИИ (НА ПРИМЕРЕ ГОРОДСКОГО ОКРУГА – ГОРОДА АРЗАМАС)

Кошелева В.В.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского, Арзамасский филиал

В период экономической неустойчивости пополнение муниципального консолидированного бюджета возможно только с помощью инвестиций. Этот процесс позволяет укрепить конкурентоспособность муниципального образования, раскрыть инвестиционный потенциал сформировать благоприятный инвестиционный климат.

Инвестиционная деятельность муниципального образования является важной составляющей его экономической системы и играет огромную роль в функционировании его социально-экономических процессов. От уровня ее развития зависит объем общественного производства, структура экономики занятость населения, доходы бюджета [2].

Важно отметить, что администрации муниципальных образований играют существенную роль в поддержке и стимулировании инвестиционной деятельности на своих территориях. Реализация планов социально-экономического развития муниципальных образований, а также отдельных целевых программ требует привлечения инвестиций. Муниципальная власть заинтересована в привлечении инвестиций на свою территорию. Кроме решения конкретных задач инвестиционного проекта, инвестиции обеспечивают занятость населения и местного бюджета. Деятельность органов местного самоуправления по привлечению и наиболее эффективному использованию средств, вкладываемых на

территории муниципального образования, составляет суть муниципальной инвестиционной политики.

Администрацией города Арзамас утверждена Программа развития производительных сил городского округа город Арзамас Нижегородской области на 2013–2020 гг. (ПРПС), конечной целью которой является создание эффективной конкурентоспособной экономики и повышение инвестиционной привлекательности территории городского округа город Арзамас [2].

Важная составляющая города – это наличие развитой транспортной инфраструктуры, что способствует беспрепятственному перемещению товаров и услуг. Наличие транспортных развязок, как железнодорожных, так и автомобильных, ставит город в выгодное географическое расположение, что является предпосылкой к его перспективному экономическому развитию.

Экономика города представлена в основном промышленным сектором, на долю которого приходилось 86,5 % общего объема отгруженной продукции по городскому округу. Сегодня промышленный комплекс городского округа насчитывает 19 крупных и средних предприятий и 95 малых. Ведущее место в промышленности занимают машиностроение и приборостроение [3].

Важно отметить, что город имеет прочный запас трудовых ресурсов. Численность населения города составляет 104831 человек, из них:

- трудоспособное население – 62,6 тысяч человек;
- моложе трудоспособного возраста – 16,9 тысяч человек [4].

На сегодняшний день в городе действуют 8 инвестиционных площадок, которые могут быть использованы под различные виды производств. Каждая из них имеет транспортную и инженерную инфраструктуру, имеются запасы мощности по теплоснабжению, энергоресурсам, электричеству и природному газу, подготовлены анкеты площадок. Большинство участков находятся на окраинах города в промышленных зонах, их целесообразнее использовать под организацию различных производств и малоэтажной жилой застройки.

Начиная с 2012 г. на мероприятия Программы развития производительных сил приходится 48% всех инвестиций. Основой программы являются мероприятия, направленные на развитие реального сектора экономики (промышленности, потребительского рынка и услуг) через реализацию следующих задач:

1. Модернизация экономики.
2. Обеспечение занятости населения, в т.ч. за счет создания новых рабочих мест.
3. Повышение доходной части бюджета.

4. Создание благоприятных условий для инвесторов, в том числе реализующих проекты, направленные на производство импортозамещающей продукции [5].

Таким образом, формирование благоприятного инвестиционного климата в муниципальном образовании является одной из наиболее важных задач, решение которой позволит достичь динамичного социально-экономического развития территории. Инвестиционная политика муниципального образования напрямую зависит от политики местной власти. Политика органов местного самоуправления и деятельность бизнес-структур существенно влияют на уровень инвестиционной активности и темпы экономического роста территорий. Инвестиционная и в целом хозяйственная деятельность во многом зависит от ряда объективных факторов и условий, в т. ч. от инвестиционного потенциала муниципальных образований. Так, важнейшим условием повышения инвестиционного потенциала муниципального образования выступает наличие инфраструктурно обустроенных площадок под строительство или размещение объектов инвестирования, которые требуют взаимоувязанной работы региональных органов власти и органов местного самоуправления; развитие и содержание транспортной инфраструктуры, особенно в части состояния дорог; наличие профессионального кадрового потенциала; активное участие органов местного самоуправления в создании и реализации не только собственных инвестиционных проектов, но проектов региона; постоянное совершенствование инвестиционного паспорта муниципального образования.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Саак А. Э. Инвестиционная политика муниципального образования. / А. Э. Саак, О. А. Колчина. – СПб.: Питер, 2011. – 336 с.

2. Постановление администрации города Арзамаса от 10.12.2012 г. № 2422 (в редакции постановления администрации города Арзамаса от 25.06.2015 г. № 807) «Об утверждении программы развития производительных сил городского округа город Арзамас Нижегородской области на 2013-2020 годы»

3. Официальный сайт Департамента экономического развития Администрации города Арзамас [Электронный ресурс] – Режим доступа - http://invest.arzamas.org/

4. Официальный сайт Администрации города Арзамас [Электронный ресурс] – Режим доступа – http://arzamas.org/

5. Постановление администрации города Арзамаса от 10.12.2012 г. № 2422 (в редакции постановления администрации города Арзамаса от 25.06.2015 № 807) «Об утверждении программы развития производительных сил городского округа город Арзамас Нижегородской области на 2013-2020 годы».

ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ МУНИЦИПАЛЬНОЙ ПОДДЕРЖКИ И РАЗВИТИЯ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В г. АРЗАМАС

Лукова Ю.А.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского, Арзамасский филиал

Актуальность проблемы эффективной поддержки и развития малого бизнеса (МБ) обусловлена тем, что его становление происходит именно на муниципальном уровне, поэтому внимание в первую очередь должно быть обращено именно туда. От того, насколько активно местная власть участвует в создании благоприятных условий для ведения бизнеса, зависит и сама социально-экономическая ситуация города.

Вопрос о поддержке и развитии малого предпринимательства возникает сегодня в России на всех уровнях: федеральном, региональном и муниципальном. В его разрешении видится возможность ускорения процесса модернизации российской экономики – перехода на инновационный путь развития, а вместе с тем и вывода из кризисной ситуации [4]. Самое оптимальное решение – нахождение наиболее эффективных моделей поддержки малого и среднего предпринимательства (МСП).

Для оценки эффективности муниципальной поддержки малого предпринимательства необходимо исследовать инфраструктуру, провести анализ динамики МБ в муниципальном образовании городской округ город Арзамас Нижегородской области.

Ситуация в малом бизнесе города Арзамас относительно стабильна. По состоянию на 01.01.2016 г. число субъектов МСП составило 4323 ед., что составляет 98.8% от уровня 2014 года. Свою деятельность осуществляют 11 средних предприятий, 1080 малых предприятий, что на 12 малых предприятий больше, чем в 2014 г., 3232 предпринимателя без образования юридического лица, что на 65 человек меньше, чем в 2014 г.[6].

Из года в год (2010–2015 гг.) прослеживается четкая тенденция сокращения числа малых предприятий в городе. Причин тому довольно много: это и неэффективная государственная политика, и непосильная налоговая нагрузка (особенно тяжело молодым предпринимателям), и высокая ставка кредитования для МБ, что делает предложение кредитов непривлекательным. Все эти проблемы заслуживают отдельного внимания, тщательного анализа и немедленного решения.

Одним из направлений стимулирования МП муниципалитетом является реализация программы «Развитие малого и среднего предпринимательства и торговли в городском округе город Арзамас Нижегородской области на 2015–2017 гг.», которая финансируется из различных источников. Подавляющая часть доходов с территории Арзамаса забирается в федеральный и областной бюджеты, поэтому в таких условиях городскому бюджету проблематично выделить большие суммы на поддержку малого бизнеса. Это подтверждают и цифры муниципальных программ развития и поддержки малого предпринимательства. Из местного бюджета на реализацию программы 2011–2015 гг. было выделено 2277 тыс. руб., финансирование программы 2015–2017 гг. составило 2120 тыс. руб.[2, 3].

Прослеживается четкая тенденция как снижения доли средств муниципального бюджета на мероприятия в рамках программ развития малого предпринимательства, так и снижения вливаний из федерального и регионального уровней. Это наводит на мысль, что данная функция перестает быть значимой в рамках текущего муниципального развития г. Арзамас.

На территории города действует инфраструктура поддержки МСП, состоящая из организаций:

– Автономная некоммерческая организация «Арзамасский Центр развития предпринимательства»;

– Общественная организация «Союз предпринимателей и промышленников г. Арзамаса»;

– Совет по развитию предпринимательства при главе муниципального образования – мэре города Арзамас [6].

Основная цель инфраструктуры – оказание предпринимателям комплекса услуг: информационных, обучающих, консультационных, правовых, финансовых, юридических, бухгалтерских.

Таким образом, бюджетная и налоговая политика в России осуществляется так, что у муниципальных властей просто исчезла финансовая заинтересованность в проведении эффективной работы по развитию и поддержке малого бизнеса.

Сегодня как для города, так и для всей России насущной проблемой является ведение предпринимателями своего дела «в тени», увеличение числа «надомников», от чего бюджет города недополучает значительное число налогов, а соответственно не хватает собственных средств для финансирования муниципальных программ по развитию малого предпринимательства.

Муниципалитет компенсирует отсутствие выделения финансов на развитие МБ предоставлением, в основном, консультационных, юридических и образовательных услуг. Арзамасской власти необходимо пересмотреть и расширить меры по созданию и развитию условий, улучшающих местный предпринимательский климат.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Федеральный закон от 24.07.2007 г. № 209-ФЗ »О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации».

2. Городская целевая программа «Развитие малого и среднего предпринимательства в городском округе город Арзамас на 2011–2015 годы».

3. Муниципальная программа «Развитие малого и среднего предпринимательства и торговли в городском округе город Арзамас Нижегородской области на 2015 – 2017 годы»

4. Ладыгин В.В. Поддержка малого бизнеса на муниципальном уровне в России: основные этапы и тенденции / В.В. Ладыгин // Вопросы государственного и муниципального управления. 2010. № 4. – М., 2010. – С. 32–49.

5. Официальный сайт Территориального органа Федеральной службы государственной статистики по Нижегородской области [Электронный ресурс] – Режим доступа – http://nizhstat.gks.ru/

6. Официальный сайт Администрации города Арзамас [Электронный ресурс] – Режим доступа – http://arzamas.org/

ВЛИЯНИЕ ИННОВАЦИОННОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА НА РАЗВИТИЕ РЕГИОНА

Новиков А.С.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

В настоящее время в России активно развивается инновационная предпринимательская деятельность. На ее развитие расходуются значительные ресурсы, так как предпринимательство является неотъемлемой частью рыночной экономической модели. Развитие этой экономической деятельности влияет на такие экономические показатели, как уровень занятости населения, уровень безработицы, внутренний валовый продукт и другие. Поэтому поддержка предпринимателей как материальными, так и информационными ресурсами является одной из приоритетных задач государства. Стоит отметить, что комплекс мероприятий, проводимых государством, положительно подействовал на предпринимательскую деятельность. Но несмотря на это есть ряд нерешенных про-

блем, а именно в сфере кредитования, налогообложения и уплаты налогов, высоких тарифов на транспортировку товаров [1].

В данной статье рассматриваются существующие способы поддержки малого и среднего предпринимательства. Основную функцию по обеспечению предпринимательской деятельности выполняют государственные органы. Например, опорой для предпринимателей в Нижегородской области является Министерство промышленности, торговли и предпринимательства. Целью данного министерства является осуществление единой стратегии по развитию и укреплению предпринимательского сектора экономики, регулированию и координации в сфере развития предпринимательства. Именно этот орган исполнительной власти создал необходимую инфраструктуру для реализации идей бизнесменов. Это бизнес-центры, бизнес-инкубаторы, технопарки и другие виды учреждений. При помощи государственных органов поддержку оказывают некоммерческие организации в виде гарантийных фондов. Их основной целью является обеспечение субъектам предпринимательства доступа к кредитным и иным финансовым ресурсам. Задачей таких фондов является развитие системы гарантий и поручительств по обязательствам. В связи с этим выделяют основные виды деятельности гарантийных фондов:

- предоставление поручительств по кредитам для субъектов малого и среднего предпринимательства;
- разработка финансовых моделей систем гарантий и поручительств по кредитам для субъектов малого и среднего предпринимательства;
- консультация субъектов малого и среднего предпринимательства;
- взаимодействие с кредитными организациями и субъектами малого и среднего предпринимательства с целью оптимизации процедур получения кредитов, уменьшения процентных ставок под поручительство Фонда;
- сбор и анализ фактов нарушений условий договоров финансирования ранее обеспеченных поручительством Фонда обязательств субъектами малого и среднего предпринимательства.

Примером организации, которая оказывает содействие государственным органам, является бизнес-инкубатор [2, с. 136].

В российском законодательстве бизнес-инкубатор трактуется как организация, решающая задачи, ограниченные проблемами поддержки малых, вновь созданных предприятий и начинающих предпринимателей, которые хотят, но не имеют возможности начать своё дело, связанные с оказанием им помощи в создании жизнеспособных коммерчески выгодных продуктов и эффективных производств на базе их идей.

Помимо государственных органов поддержку оказывают частные инвесторы. В настоящее время в источниках информации они обозначаются словом «бизнес-ангелы», вытеснившим слово «меценат». Такие инвесторы оказывают финансовую и информационную помощь начинающим компаниям с целью получения впоследствии прибыли за счет акций предприятия или продажи этих самых акций. В основном такой тип инвесторов представляют состоятельные люди, которые добились определенных результатов в своей сфере деятельности, имеют опыт и знания, необходимые для определения перспективных проектов. Бизнес-ангелы обладают налоговыми льготами, если деятельность организации, по мнению правительства, направлена на выполнение приоритетных направлений.

Таким образом, в статье была выявлена роль предпринимательства в экономике страны, важность этой экономической деятельности для страны. В связи с этим рассмотрены основные виды поддержки малого и среднего предпринимательства, а также кем оказывается помощь. Основную функцию выполняют государственные органы, которые оказывают материальное и информационное содействие. Некоммерческие фонды обеспечивают доступ к кредитным и финансовым ресурсам, представляют собой гарант по поручительствам и обязательствам. Начинающим предпринимателям помогают частные инвесторы, которые рассчитывают на получение прибыли в будущем от своих вложений.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Брылев В.В. Инновационные процессы малых и средних предприятий в Российской Федерации / В. В. Брылев // Экономические науки. – 2015. – № 11. – С. 56–61.

2. Соменкова Н.С. Управление стратегическо-инновационной деятельностью промышленных предприятий: диссертация кандидата экономических наук: 08.00.05 / Н.С. Соменкова. – Нижний Новгород., 2010. – 167 с.

ИННОВАЦИОННЫЕ ПРЕДПРИЯТИЯ В МАЛОМ БИЗНЕСЕ

Носов Н.В.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского, Арзамасский филиал

При изучении предпринимательской деятельности в промышленно-развитых странах был сделан вывод, что существуют две разные модели предпринимательства:

1. классическая;

2. инновационная.

Под классическим предпринимательством понимается деятельность, направленная на максимизацию прибыли при помощи максимально эффективного использования имеющихся ресурсов, продуманного управления объемами производства, а также поиска внутренних резервов.

Классическое предпринимательство консервативно, предприниматель идет на точно продуманный риск, хорошо зная все условия рынка, в котором он работает.

Инновационная деятельность здесь присутствует. Но она имеет не главное, а второстепенное значение. Новые технологии и новаторские решения используются только для поддержания конкурентоспособности на рынке.

Под инновационным предпринимательством понимается деятельность, целью и содержанием которой становятся инновации. Такое предприятие старается превратить инновацию в коммерчески выгодный продукт с дальнейшим получением прибыли от его реализации.

Для инновационного предпринимательства характерен новаторский тип хозяйствования, в основе которого лежит постоянный поиск инноваций. Предприниматель берет на себя ответственность за востребованность и значимость нововведения [2].

Важную роль играет интеграция в системе малого инновационного предпринимательства. Так как инновационная деятельность сопряжена с возможностью рисков, необходимостью первоначальной поддержки при старте проекта (возникает ситуация, когда работа выполнена, а коммерчески готовый продукт еще не реализован), интеграция дает возможность снизить негативные факторы и помочь инновационным предприятиям успешно функционировать.

Особо важную роль играет интеграция инновационных предприятий с государством и частными структурами.

Государство предоставляет инфраструктуру, которая представлена технопарками. За счет того, что технопарком обычно пользуется большое количество малых инновационных предприятий, стоимость арендной платы оказывается небольшой. Кроме того, для стимулирования инновационной деятельности технопарки могут снижать аренду (в некоторых случаях почти до нуля). Обязательным требованием для технопарков является наличие в составе учредителей высших учебных заведений [1].

Частные структуры предоставляют денежный капитал в форме венчурных фондов. Вкладываясь в инновационные идеи и рискуя, владельцы капитала получают прибыль, а предприятия – деньги, необходимые на начальных этапах деятельности.

Из опыта развитых стран наиболее эффективным способом считается сочетание обоих видов интеграции, когда предприятия получают как государственную поддержку, так и поддержку со стороны частных структур. Кроме того, интеграция должна быть гибкой, не ограничивая деятельность предпринимателей [3].

Несмотря на интеграцию с частными структурами и государством у малых инновационных предприятий в России есть много проблем, преодоление которых сможет значительно улучшить их положение. Среди них можно выделить:

1) бюрократизация экономики;
2) ограниченное участие в международной кооперации;
3) отсутствие заинтересованности крупного предпринимательства в партнерстве с малыми и средними предприятиями;
4) неразвитость институциональной среды [4].

Таким образом, инновационное предпринимательство играет важную роль в экономике. Для России выработка инновационной политики играет важную роль, потому что большая часть российской промышленности имеет показатель наукоёмкости существенно ниже, чем в США и ЕС [1]. Создание благоприятных условий и решение существующих проблем при активном участии государства позволит вывести инновационное предпринимательство в России на новый качественный уровень.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Гершанок Г.А. Основы инновационного предпринимательства: учеб. пособие / Г.А. Гершанок, Н.А. Молодчик, В.Л. Попов, А.Ф. Палкин, Д.Г. Шишкин, Д.А. Томчук; под ред. Г.А. Гершанока. – Пермь: Изд-во Перм. нац. исслед. политехн. ун-та, 2012. – 167 с.
2. Горфинкель В.Я., Поляк Г.Б. Предпринимательство: учебник для студентов вузов, обучающихся по экономическим специальностям, специальности «Коммерция (торговое дело)» / под ред. В.Я. Горфинкеля, Г.Б. Поляка. – 5-е изд., перераб. и доп. – М.: ЮНИТИ-ДАТА, 2010. – 687 с. – (Серия «Золотой фонд российских учебников»).
3. Тихонова Е.О. Классификация форм интеграции в системе малого и среднего предпринимательства / Е.О. Тихонова // Влияние науки на инновационное развитие: сборник статей Международной научно-практической конференции. – Уфа: Аэтерна, 2016. – С. 137.
4. Тихонова Е.О. Пути развития малого инновационного бизнеса / Е.О. Тихонова // Влияние науки на инновационное развитие: сборник статей Международной научно-практической конференции. – Уфа: Аэтерна, 2016. – С. 139.

РЕСУРСНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

Суходоев Н.Д.

Все более талантливые люди приходят в предпринимательство. Сознание предпринимателей трансформируется в прогрессивную инновационную стратегию оптимального использования ресурсов. Это реакция на усиливающуюся конкуренцию, традиции лидеров производства и качества труда.

В порядке гипотезы можно высказать соображение, что в восточных странах произошел переход от экономической парадигмы управления бизнесом к гуманистической парадигме. В ней человек становится центральным субъектом коммерческого взаимодействия в ресурсном пространстве и профессиональным объектом управленческих взаимодействий [3]. Он в этой ситуации становится созидательным элементом системы получения прибыли, а не просто ресурсным инструментом. Предпринимательство рассматривается как необходимый элемент существования человека в организации.

При реализации ресурсов по традиционным схемам покупатель имеет возможность выбора ресурсов с помощью визуальных форм контроля, связанных с различными аспектами деятельности торговых точек, пользоваться результатами деятельности органов, контролирующих качество ресурсов в системе реального взаимодействия [1].

Возможность оптимизации коммерческих взаимодействий связана с созданием централизованной национальной оперативной базы контроля качества ресурсов. В виртуальном информационном пространстве, имеющем технические возможности сбора оперативной информации, получаемой от государственных органов, общественных организаций и заинтересованных лиц, с одной стороны, а с другой – от конечных потребителей, можно найти поставщиков более качественных ресурсов.

Высокие технологии позволяют решать инновационные задачи в реализации коммерческих взаимодействий различных государств [2]. Инновационность технологий использования ресурсов является мощным рычагом преодоления кризиса и насыщает рынок импортозамещающей продукцией. Данный этап развития характеризуется созданием условий модернизации коммерческих взаимодействий, приносящих прибыль в различных областях предпринимательства.

Мониторинг качества ресурсов – это комплекс наблюдений и исследований, определяющих изменения в окружающей среде и влияющих на совокупность свойств товара, удовлетворяющего потребности потребителя. Однако даже такая система контроля недостаточно оптимальна из-за отсутствия стати-

стики общественного мнения. В большинстве случаев при определении ресурсной базы основную роль играют представители бизнес-структур, которые создают это мнение. Здесь появляется фактор субъективности и невозможно достаточно объективно оценить ресурсный потенциал.

Характеристикам ресурсов в системе оперативного мониторинга качества должно уделяться первостепенное значение**.** Это обеспечивает обратную связь при совершенствовании ресурсного потенциала и структурной части базы информирования субъектов по имеющимся ресурсам.

Инновационная инфраструктура предпринимательства включает:

- оптимизацию ресурсного потенциала регионов;
- внедрение инновационных методов использования ресурсов;
- свободное получение информации о качестве ресурсов;
- увеличение числа каналов взаимодействий между коммерческими субъектами;
- создание ассортимента ресурсов для коммерческого использования.

Реализация программы общественного мониторинга инновационных ресурсов позволяет вывести качество ресурсов на устойчивый уровень гуманистических взаимодействий предпринимательских структур по использованию ресурсного потенциала.

Эти изменения в современном коммерческом взаимодействии свидетельствуют о необходимости реализации в предпринимательстве оптимальной модели распределения всех видов ресурсов. Параллельно с этим необходимо закрепить получение качественной информации о ресурсах не только за государственными органами, но и за конкретными потребителями.

Предпринимательство эффективно развивается только с помощью координации оптимальных коммерческих взаимодействий по формированию и использованию ресурсов. Оно обеспечивается всеми предпринимательскими субъектами рынка, которые приобретают инновационные технологии и создают конкурентоспособность товара на международном рынке.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Суходоев Д.В. Макроэкономическая оценка ресурсного потенциала региона / Д.В. Суходоев, Т.В. Стожарова, Л.Ф. Суходоева // Международный научно-исследовательский журнал. – 2015. – № 8-1 (39). – С. 80–82.

2. Суходоев Д.В. Направления повышения эффективности управления промышленными предприятиями региона / Д.В. Суходоев // Сегодня и завтра российской экономики. 2012. – № 56. – С. 163–166.

3. Суходоев Д.В. Инновационное развитие региона на основе его ресурсного потенциала / Д.В. Суходоев // В сборнике: Актуальные проблемы современной науки; Отв. ред. А.А. Сукиасян. – 2013. – С. 241–244.

ЛИЗИНГ НЕДВИЖИМОСТИ В ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Титов А. Б.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Эффективность предпринимательской деятельности во многом зависит от использования различных вариантов финансирования. Базисными инвестициями являются вложения в объекты недвижимости. Они требуют значительных финансовых ресурсов. Оптимизация этих процессов предполагает включение современных механизмов финансирования.

Стремление предпринимателя к приобретению объектов недвижимости в собственность объясняется тем, что владение объектами недвижимости придает стабильность и устойчивость бизнесу, обеспечивает его большую конкурентоспособность. Высокая надежность инвестиций в недвижимость обеспечивается самим объектом, т.к. здания и сооружения являются долговечными конструкциями, земельные участки сохранны абсолютно. Получение кредитных ресурсов значительно упрощается, если предприниматель является собственником недвижимости. Известно, что вложения и доходы на рынке недвижимости относительно защищены от инфляции. Кроме того, собственность на недвижимость открывает возможность альтернативных вариантов предпринимательской деятельности. Это может быть создание и развитие производства какой-либо продукции или услуг, а также получение доходов от сдачи объектов недвижимости в аренду. Приобретение объектов недвижимости в собственность возможно разными способами. Самым простым является покупка. Однако ее реализация требует значительного капитала и для начинающего предпринимателя зачастую неосуществима.

Представляет интерес анализ организации лизинговых сделок на отечественном рынке недвижимости. Лизинг – это совокупность экономических и правовых отношений, в соответствии с которой лизингодатель обязуется приобрести в собственность указанное лизингополучателем имущество у определенного им продавца и предоставить лизингополучателю это имущество за плату во временное владение и пользование с правом последующего выкупа [1]. К

предмету лизинга предъявляются требования об использовании его исключительно для предпринимательских целей, что соответствует задачам коммерческого договора.

Схема любой лизинговой сделки представляет собой взаимодействие трех сторон: лизингодателя, лизингополучателя, продавца. Лизинговая компания покупает предмет лизинга у продавца, берет себе на баланс, затем передает его лизингополучателю по договору финансовой аренды. По окончании договора лизинга лизингодатель передает предмет лизинга лизингополучателю в собственность [2].

По своей сути лизинговая сделка по приобретению недвижимости не отличается от передачи в финансовую аренду транспорта или оборудования. Клиент выплачивает лизинговые платежи, а по окончании срока лизинга получает в собственность здание, уже полностью амортизированное либо по минимальной остаточной стоимости. Это уменьшает величину налога на недвижимость по приобретаемому объекту. При этом лизингополучатель не является прямым плательщиком налога на имущество (балансодержателем чаще всего выступает лизингодатель), а выплачивает его в составе лизинговых платежей. Причем все эти платежи лизингополучатель относит на себестоимость продукции (работ, услуг), чем достигается экономия по налогу на прибыль.

Механизм проведения сделок по лизингу недвижимости имеет некоторые особенности. Перед закупочной процедурой по выбору лизингодателя лизингополучатель выбирает объект недвижимости, собирает определённый пакет документов и направляет запросы минимум в три лизинговые компании для получения технико-коммерческих предложений (ТКП). Крупные лизингополучатели рассчитывают начальную максимальную дисконтированную цену (НМДЦ) для экономии своих денежных средств и определения границ. Специалисты лизинговой компании проводят оценку данной недвижимости и принимают решение о возможности предоставления лизинга и покупки объекта недвижимости. Так же лизингодатели направляют запрос лизингополучателю о финансовом состоянии компании.

В расчете НМДЦ и ТКП учитываются такие данные, как ставка страхования, группа амортизации, индикативная ставка заимствования (лизинговая премия). Недвижимость является десятой – максимальной группой амортизации (до 30 лет). Лизинг позволяет быстрее амортизировать приобретенное здание – благодаря механизму ускоренной амортизации с коэффициентом до трех, т.е. получается до 10 лет (120 месяцев). Таким образом, лизингополучатель стано-

вится собственником здания по минимальной остаточной стоимости. При кредите ускоренной амортизации имущества не происходит.

На этапе разработки и подписания договора лизинга недвижимого имущества клиент и лизинговая компания согласовывают все существенные условия договора лизинга. Именно на этом этапе клиент и лизинговая компания определяют порядок пользования недвижимым имуществом, согласовывают вопросы обеспечения электроэнергией и водоснабжением, а также телекоммуникациями, так как при смене собственника необходимо подписывать эти договоры заново.

Преимущества лизинговой сделки:

1. При заключении договора лизинга размеры лизинговых платежей согласовываются заранее. Следовательно, по окончании договора лизинга лизингополучатель выкупает недвижимость по заранее установленной цене.
2. На стадии действия договора лизинга недвижимость находится в собственности у лизингодателя, а не в залоге, тем самым лизинговая сделка более надежная, чем ипотека.
3. При лизинговой сделке не требуется открывать расчетный счет.
4. Недвижимость находится на балансе у лизингодателя, данный фактор не ухудшает финансовых показателей лизингополучателя. Тем самым лизингополучатель может привлекать дополнительные кредитные ресурсы.
5. Все взаимодействие с контрагентами, разработку проекта договора лизинговая компания берет на себя, вследствие чего лизингополучатель экономит значительное количество времени и средств [3].

Одной из главных особенностей лизинговой сделки недвижимости является законодательное требование о неразрывной связи зданий с землей. Лизинг земли запрещен законом, следовательно, кроме договора лизинга заключается договор аренды земли с правом выкупа. Стороны, участвующие в сделке, стараются заключить договор лизинга и договор аренды земли параллельно с одинаковым сроком действия, так, чтобы по окончании срока действия договоров земельный участок и здание были переданы в собственность лизингополучателя одновременно.

В заключение хотелось бы сравнить лизинговые услуги и ипотечный кредит. Приобретение в лизинг недвижимого имущества для предпринимательских целей, на наш взгляд, выгоднее, чем ипотечный кредит:

1. Можно сэкономить на налоге на имущество и на налоге на прибыль.
2. Все риски на себе несет лизинговая компания, т.к. объект недвижимости находится в ее собственности.

3. Механизм лизинга дает право применять эффект ускоренной амортизации объекта недвижимости.

4. Лизинговая компания принимает дисконт к оценке недвижимого имущества ниже, чем при ипотечном кредите.

5. Банки неохотно предоставляют кредит на срок более трех лет, а при лизинге возможно заключение договора на срок 5–7 лет, а в отдельных случаях и до 10 лет [4].

Использование лизинговых операций в предпринимательской деятельности повышает ее эффективность и дает определенные преимущества для развития бизнеса. «Рыночные механизмы должны соответствовать современным тенденциям реального сектора экономики, создавать условия для достижения новых результатов при минимизации общественных затрат» [5, с. 171]. Однако необходимо теоретически осмыслить особенности этих операций, механизмы их реализации на рынке недвижимости. Это позволит избежать принятия нерациональных решений и оптимизировать инвестиционные процессы в бизнесе.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. http://hr-portal.ru/article/lizing-vse-chto-stoit-znat-o-lizinge (дата обращения 12.11.2016).
2. Лапыгин Ю. Н. Лизинг. Учебное пособие для вузов / Ю. Н. Лапыгин, Е. В. Сокольских. – М.: Альма Матер, 2013. – 432 с.
3. http://fingeniy.com/lizing-nedvizhimosti-dlya-fizicheskix-lic/ (дата обращения 13.11.2016).
4. http://www.credits.ru/articles/4091/ (дата обращения 14.11.2016).
5. Подорова Т.П. Роль государства в инновационных процессах рынка недвижимости / Т.П. Подорова, Н.Г. Титова // Вестник Нижегородского университета им. Н.И.Лобачевского. – 2011. – № 5–2. – С. 171–174.

ПОВЫШЕНИЕ РОЛИ МОЛОДЕЖНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В СОЦИАЛЬНОЙ СФЕРЕ

Шишагина А. А.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Молодежное предпринимательство – это предпринимательская деятельность граждан в возрасте до 30 лет, а также юридических лиц (субъектов малого и среднего предпринимательства), средний возраст штатных работников которых, а также возраст руководителя не превышают 30 лет либо в уставном

(складочном) капитале которых доля вкладов лиц не старше 30 лет превышает 75% [1].

Молодежное предпринимательство – это особый вид предпринимательства. Оно, как и все другие разновидности предпринимательства, имеет свои определенные признаки, а также сильные и слабые стороны.

Сильные стороны молодёжного предпринимательства: высокая мобильность; неординарное мышление; гибкость подходов; быстрота реакции по освоению новых рынков; высокая инновационная активность; предрасположенность молодёжи к риску; возможность систематического обновления своих предпринимательских знаний и навыков в соответствии с изменяющимися требованиями производства и рынка; потенциальная способность молодых людей выдерживать повышенные трудовые и нервные нагрузки, которые сопровождают предпринимательскую деятельность, особенно на её стартовом этапе.

Слабые стороны молодежного предпринимательства: отсутствие деловой репутации; малое количество личных контактов в сфере бизнеса, а также во властно-управленческих структурах; формирование стартового капитала является проблемой для молодежного предпринимательства; нет значительного социального опыта; практические навыки применения экономических законов и механизмов очень незначительны; незащищённость от воздействия бюрократических структур.

Молодежный бизнес играет ведущую роль в решении социально-экономических проблем. Например: сокращение уровня безработицы, а также создание новых рабочих мест, немаловажным является и подготовка квалифицированных кадров. Ведь усиление влияния молодежного предпринимательства и расширение возможностей является необходимостью использования его потенциала.

Исследователи российского предпринимательства отмечают, что молодежное предпринимательство имеет ряд характерных проблем: отсутствие федеральной законодательной базы, которая регулирует молодежное предпринимательство; недолжным образом развита система государственной поддержки молодежного предпринимательства, которая включает финансовые элементы. Ежегодный отток целеустремленной молодежи из России только в 2015 г. составил 357535 человек в возрасте от 20 до 24 лет; нет эффективной работы инфраструктуры в поддержки и развитии молодежного предпринимательства; недостаточная информационная поддержка молодежного предпринимательства; отсутствие знаний и основ предпринимательства; сильное налоговое бремя; нет достаточного уровня защиты интеллектуальной собственности [2].

Нужно законодательно закрепить цели и задачи молодежного предпринимательства для развития и поддержки молодежного предпринимательства в России.

С целью поддержки и помощи молодежи, на наш взгляд, необходимо открывать больше бизнес-инкубаторов, а также способствовать созданию бизнес-инкубаторов не только при ВУЗах, но и при школах. Молодежное предпринимательство – один из факторов развития экономики страны, поэтому имеет место крайняя необходимость привлечения молодежи в предпринимательство.

Ведущую роль в реализации государственной политики по поддержке молодежного предпринимательства играют Международная и Российская молодежные палаты, Молодежная общественная палата, Российский центр содействия молодежному предпринимательству, Ассоциация молодых предпринимателей России. Основополагающей целью по поддержке молодежного предпринимательства является подготовка для страны поколения молодых предпринимателей, совершенствование предпринимательской и личностной компетенции молодых предпринимателей при их взаимодействии в плане обмена опытом.

Особое значение в развитии молодежного предпринимательства и повышении уровня самосознания, росте социальной ответственности и патриотизма молодежи имеет поддержка социального предпринимательства. В этом вопросе Россия, несмотря на рост интереса к нему и на федеральном, и на региональном уровне (в рамках конференций, консультаций, социальных форумов, изучения опыта известных социальных предпринимателей), значительно отстает как в реализации государственной поддержки социального предпринимательства, так и в общей информированности об этом явлении.

Социальный предприниматель обладает нужными для развития общества качествами. Как считает Герасикова Е.Н., он практик с инновационным подходом, добивающийся широкомасштабных, систематических и устойчивых социальных перемен, двигатель перемен, амбициозен и настойчив, поэтому способен реально оценить ситуацию и принять необходимые решения по социальным вопросам, не оставляя нужды общества на рассмотрение государства или бизнес-сектора. Поэтому в развитии молодежного социального предпринимательства видится возможность вовлечения молодого поколения в решение социальных проблем, повышение его самосознания и гражданской активности, социальной ответственности и профессионализма [3].

Для того чтобы деятельность социального предпринимателя стала популярной среди молодежи, нужно разработать на государственном (региональном, муниципальном) уровне программы развития молодежного социального

предпринимательства, включающие в себя: проведение плановых игровых мероприятий и тренингов, олимпиад по предпринимательству для учащихся образовательных учреждений всех уровней; организацию образовательных курсов, профильного обучения с целью привития навыков ведения социального бизнеса; выпуск литературы, формирующей позитивное отношение к социальному предпринимательству. Хочется подчеркнуть роль социальной рекламы, которая пропагандирует социально ответственного предпринимателя – основы экономического и социального прогресса страны; информирование молодежи о методах государственной поддержки социальных предпринимателей; информирование молодежи о проводимых конкурсах бизнес- и социальных проектов; организацию обмена опытом через встречи с успешными социальными предпринимателями, представителями бизнеса и власти, проведение экспертных сессий в форме собеседований с ними.

Системный подход в решении всех этих вопросов и проблем развития молодежного социального предпринимательства позволит более четко определить стратегию вовлечения молодых людей в социальную предпринимательскую деятельность во всех субъектах Федерации, повысить эффективность пропаганды социального предпринимательства в молодежной среде, привлечь молодежь и помочь ей в реализации социальных бизнес-проектов.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Распоряжение Правительства РФ от 29.11.2014 № 2403-р «Об утверждении Основ государственной молодежной политики Российской Федерации на период до 2025 года».

2. Концепция Стратегии развития молодежного предпринимательства в Российской Федерации на период до 2020 года.

3. Герасикова Е.Н. Молодежное социальное предпринимательство в решении социальных проблем общества: сущность, роль и практика реализации//Сборник статей конференции: XXXIX Международной научно-практической конференции «Научное сообщество студентов XXI столетия. ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ». – Новосибирск, 2016.

ПРОБЛЕМЫ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОДДЕРЖКИ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РЕСПУБЛИКЕ МАРИЙ ЭЛ

Щеглова И. О.

Марийский государственный университет

В последние несколько лет в Российской Федерации, как и во множестве других стран с хорошо развитой рыночной экономикой, происходит активная

деятельность государства, направленная на поддержку малого бизнеса (предпринимательства), так как именно этот сектор экономики является основным рычагом развития экономического потенциала страны в целом.

Малое предпринимательство в Республики Марий Эл является одной из важнейших составляющих в экономике региона. Развитие малого бизнеса на территории Республики способствует повышению ее инвестиционной привлекательности, а также дает возможность увеличить количество рабочих мест и тем самым решить проблемы, связанные с занятостью населения.

Одной из наиважнейшей задач государственной политики в настоящее время является поддержка малого предпринимательства.

Поэтому целесообразно проанализировать динамику развития малых предприятий (в том числе микропредприятий) на территории Республики Марий Эл.

Основные экономические показатели деятельности малых предприятий (с учетом микропредприятий) за 2011–2015 гг. показаны в табл. 1.

Таблица 1 – Основные экономических показатели деятельности малых предприятий (с учетом микропредприятий) за 2011–2015 гг.

Показатели	**2011 г.**	**2012 г.**	**2013 г.**	**2014 г.**	**2015 г.**	**Изменение 2015 г. к 2011г.,%**
1	2	3	4	5	6	7
Число малых предприятий, ед.	6996	7603	8706	9467	10353	148
В том числе:						
микропредприятий, ед.	6114	6684	7764	8508	9372	153,29
Удельный вес микропредприятий в общей структуре малого предпринимательств, %	87,4	87,9	89,2	89,9	90,5	-
Средняя численность работников, чел.	50692	51516	51823	51474	51194	101
Оборот малых предприятий, млн руб.	78431,9	86487,9	100200,3	106980,4	123058,9	156,9
Средний оборот одного малого предприятия, млн руб.	11,21	11,38	11,51	11,3	11,89	106,07
Инвестиции в основной капитал по малым предприятиям (без микро-	976,832	3042,919	3232,747	3228,333	3812,449	390,29

предприятий), млн руб.						

Проведенный анализ статистических данных по основным экономическим показателям деятельности малых предприятий Республики Марий Эл за период 2011–2015 гг. позволил сделать вывод о том, что в регионе прослеживается тенденция умеренного развития предпринимательской деятельности. За 5 лет количество малых предприятий (в том числе микропредприятий), располагающихся на территории Республики, увеличилось на 148%, оборот предприятий – на 156,9%, среднесписочная численность работников – на 101%, а инвестиции в основной капитал малых предприятий – на 390,29%. Такой рост инвестиционной активности способствует подъему промышленного производства в Республике Марий Эл. Средний оборот одного малого предприятия в 2015 г. по сравнению с 2011 г. вырос на 6,07%.

Статистические данные показывают, что основная часть малых предприятий – это микропредприятия, число которых в 2015 г. по сравнению с 2011 г. увеличилось на 53,29%.

Наиболее наглядно состав малого предпринимательства по Республике Марий Эл на 2015 г. представлен на рис. 1.

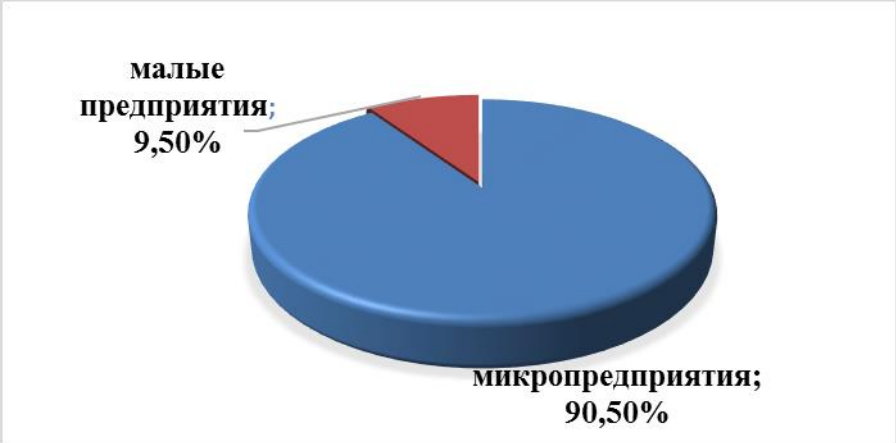


Рис. 1 – Состав малого предпринимательства в Республике Марий Эл за 2015 г.,%

Из диаграммы видно, что в 2015 г. 90,5% всего малого предпринимательства приходится на долю микропредприятий, а 9,5% – на малые предприятия.

Стоит отметить, что к микропредприятиям в большей степени относятся ИП (индивидуальное предпринимательство), годовой оборот которых значительно меньше, нежели у малых предприятий, к которым можно отнести коммерческие организации, потребительские кооперативы и т.д.

Несмотря на рост малого и микро-бизнеса, в Республике Марий Эл (РМЭ) все еще существует ряд проблем, препятствующих более динамичному развитию малого предпринимательства.

Среди таких проблем наиболее выделяются такие как:

- недостаточный объем денежных средств, выделяемых из бюджетов муниципальных образований РМЭ на поддержку малого и среднего предпринимательства;

- нехватка залогового обеспечения для привлечения банковских кредитов в необходимых объемах;

- недостаточное развитие организаций, образующих инфраструктуру поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства [1, с. 149].

В настоящий момент на территории РМЭ существует Фонд поддержки предпринимательства Республики Марий Эл.

Деятельность данного фонда заключается в осуществлении следующих операций, направленных на поддержку малого и среднего предпринимательства:

- предоставление микрозаймов субъектам предпринимательства;
- предоставление гарантий (поручительств) субъектам предпринимательства для возможности получения ими необходимых кредитов;
- оказание помощи субъектам предпринимательства в привлечении инвесторов.

Кроме того, в РФ для малого бизнеса, с целью поддержки, установлены налоговые льготы.

Существенным плюсом налоговых льгот для малого предпринимательства является то, что они напрямую уменьшают сумму налогов, подлежащих к уплате в бюджет. В настоящее время в Российской Федерации существуют четыре специальные системы налогообложения с низкими налоговыми ставками, которыми могут воспользоваться исключительно субъекты малого и микробизнеса: упрощенная система налогообложения (УСН); единый налог на вмененный доход (ЕНВД); патентная система налогообложения (ПСН) и единый сельхозналог (ЕСХН).

Кроме того, с 2016 г. введены «налоговые каникулы» для субъектов малого предпринимательства, которые регламентируются Федеральным законом № 477-ФЗ от 29.12.2014 «О внесении изменений в часть вторую Налогового кодекса Российской Федерации». В рамках данного закона предусматривается возможность предоставления двухлетних «налоговых каникул» впервые зарегистрированным индивидуальным предпринимателям, которые в течение 2-х

лет с момента регистрации в качестве индивидуального предпринимателя перешли на УСН или ПСН.

Таким образом, можно утверждать, что на территории Республики Марий Эл система поддержки малого и микробизнеса имеет свои плюсы и недостатки.

Поэтому государству следует направить свои усилия на усовершенствование политики поддержки и стимулирования малого предпринимательства как в РФ в целом, так и ее субъектов.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Гумарова Ф.З. Развитие малого предпринимательства как индикатор конкурентной среды Республики Марий Эл /Ф.З. Гумарова // Актуальные проблемы экономики современной России. – Йошкар-Ола.: Мар. гос. ун-т, 2014. – Вып.2 1. – С. 148–156.
2. Гумарова Ф.З. Развитие малого бизнеса как основа устойчивости экономики региона / Ф.З. Гумарова //Актуальные вопросы совершенствования технологии производства и переработки продукции сельского хозяйства. – Йошкар-Ола.: Мар. гос. ун-т, 2014. – Вып. 16. – С. 374–378.
3. Федеральный закон «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» от 24.07.2007 № 209-ФЗ (действующая редакция, 2016).

Секция 2. ЭКОНОМИЧЕСКАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ СТРАНЫ, РЕГИОНОВ, ПРЕДПРИЯТИЙ: ТЕНДЕНЦИИ, ПРОБЛЕМЫ, ПЕРСПЕКТИВЫ

УПРАВЛЕНИЕ КРЕДИТОРСКОЙ ЗАДОЛЖЕННОСТЬЮ КАК ЭЛЕМЕНТ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Ведерникова Е.А.

Нижегородский государственный университет им. Н. И. Лобачевского

Актуальность проблемы управления кредиторской задолженностью предприятия обусловлена тем фактом, что в настоящий момент в экономике наибольший удельный вес приобретает финансирование деятельности организации за счет заемных средств, к которым можно отнести средства, которые принадлежат поставщикам различных ресурсов и которые они дали в кредит организации [1].

Организации, получившие в долг различные ресурсы, формируют у себя в бухгалтерском учете кредиторскую задолженность. Чаще всего кредиторская

задолженность – это спонтанный источник финансирования, так как появляется вследствие обычной операционной деятельности. Наличие кредиторской задолженности позволяет организации получить определенные преимущества, так как это достаточно гибкая форма финансирования деятельности, объем которого зависит от ряда факторов.

Имея постоянные источники финансирования в виде кредиторской задолженности можно повысить экономическую безопасность организации [2]. Это позволит организации оставаться конкурентоспособной длительное время. Кроме кредитных ресурсов поставщиков, организация может воспользоваться устойчивыми пассивами, величина которых возникает периодически и в постоянном объеме.

Кредиторская задолженность обеспечивает определенный приток денежных средств в будущем, а ее анализ позволяет руководству организации получить следующую информацию:

- изменение величины долговых обязательств по сравнению с началом года или другого периода;
- оптимальность соотношения дебиторской и кредиторской задолженности;
- риск появления просроченной кредиторской задолженности, ее влияние на финансовые результаты;
- соотношение объема поступления денежных средств от продаж и величины кредиторской задолженности;
- пределы ценовых скидок для ускорения оплаты выставленных счетов с целью повышения объемов поступления денег на счета организации.

Чаще всего кредиторская задолженность возникает из-за несовпадения сроков начисления и сроков оплаты, а также из-за несвоевременности исполнения организацией своих обязательств. И очень часто организации допускают просрочку выплаты кредиторской задолженности из-за изменения условий поставок ресурсов поставщиками и оплаты продукции покупателями.

Руководству организации (менеджеру, бухгалтеру) желательно не допускать возникновения зависимости от одного или двух кредиторов, что может привести к значительным трудностям в текущей деятельности. Например, отсрочки по оплате сырья и материалов часто могут завязываться на объемы поставок, которые удорожают расходы по хранению на складе организации.

Поэтому следует оперативно рассчитывать оптимальное количество закупок и собственных издержек, а также постоянно интересоваться условиями

предоставления поставщиками скидок, которые могут возрастать при предоплате.

Кроме задолженности перед поставщиками организация в качестве источника финансирования может воспользоваться задолженностями перед работниками, бюджетом и внебюджетными фондами, страховыми компаниями и банками [3].

При осуществлении финансового планирования следует обращать внимание на краткосрочную (текущие пассивы) и долгосрочную (долгосрочные пассивы) кредиторскую задолженность. Так, текущие пассивы позволяют организации осуществлять финансово-хозяйственную деятельность в течение текущего года, а долгосрочные – определять финансовую стратегию на длительный период.

Любые виды кредиторской задолженности должны быть правильно оценены. Например, долговые обязательства могут существовать в различных формах, и оценить их величину порой бывает несколько затруднительно, так как информация об условиях и обязательствах может включать процентные ставки, сроки погашения, конверсионные привилегии, возможность досрочного выкупа, условия приоритетности и ограничения, связанные с данным соглашением. Кроме этого, необходимо иметь информацию о предоставленном залоге (с указанием балансовой и рыночной стоимостей), порядке использования выкупного фонда, условиях возобновления кредита и обязательствах по формированию выкупного фонда. Должны быть предоставлены также сведения обо всех возможных нарушениях соглашений, включая невыплату основной суммы и процентов [4].

Так как в бухгалтерском балансе кредиторская задолженность отражается по видам в суммах, которые вытекают из бухгалтерских записей, то при финансовом планировании следует тщательно проверять достоверность этих данных.

Для того чтобы использовать кредиторскую задолженность в качестве источника финансирования, необходимо проводить детальный ее анализ, который позволит повысить эффективность управления. Для анализа состояния кредиторской задолженности используются коэффициенты оборачиваемости кредиторской задолженности. Исходные данные для анализа – показатели отчетности ООО «Д.К. Групп» за 2014-2016гг. представлены в таблице.

Таблица – Показатели эффективности кредиторской задолженности ООО «Д.К. Групп»

Показатели	**2014 г.**	**2015 г.**	**2016 г.**	**2016 г. к 2014 г., %**
Коэффициент оборачиваемости кре-	0.87	0.82	0.91	104.6

диторской задолженности				
Продолжительность одного оборота кредиторской задолженности, дни	425	437	404	95.1

На основе проведенного анализа была выявлена слабая тенденция улучшения состояния показателей, однако было рекомендовано оптимизировать оборачиваемость кредиторской задолженности, с целью которой были разработаны мероприятия по проведению оптимизации кредиторской задолженности в ООО «Д.К. Групп», включающие: увеличение уставного капитала и увеличение резервного капитала.

Использование различных методик анализа позволяет контролировать состояние кредиторской задолженности, что в свою очередь позволяет повышать эффективность ее управления.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Говдя В.В. Калькуляционная концепция развития учетно-аналитических систем экономических агентов рынка / В.В. Говдя, Е.А. Тончу, А.А. Ремезков // Политематический сетевой электронный научный журнал Кубанского государственного аграрного университета. – 2014. – № 98. – С. 1174–1192.

2. Петров А.М. Учет и анализ: учебник / А.М. Петров, Е.В. Басалаева, Л.А. Мельникова. – М.: КУРС; ИНФРА-М, 2013. С. 328.

3. Бычкова Ж.С. Управление дебиторской и кредиторской задолженностью организации / Ж.С. Бычкова // В сборнике: Управление в социально-экономических системах. – Барнаул, 2014. С. 134–137.

4. Емелин В. Н. Управление кредиторской задолженностью организации / В. Н. Емелин, Е. И. Пивкина // Молодой ученый. – 2014. – № 8. – С. 465–467.

ПРОБЛЕМА ТЕНЕВОЙ ЗАНЯТОСТИ (ЧЕРНАЯ З/П)

Дмитриева Е. С.

Нижегородский государственный университет им. Н. И. Лобачевского

Теневая занятость (или *неформальная занятость*) – это вид занятости в неформальной экономике, когда факт установления трудовых отношений между работником и работодателем скрывается от официальных властей. Обычно эти отношения скрываются по инициативе работодателя или работника для того, чтобы не платить налоги или обойти тот или иной закон. В этом случае рас-

чёт обычно производится наличными, зачастую работодателя не интересует прошлое работника и его документы [1].

Некоторые причины, которые могут склонить работника или работодателя к такой работе [1, 2]:

- более дешёвая рабочая сила, желание избежать законов о минимальной зарплате;
- нецелесообразность официального трудоустройства (например, из-за низких зарплат в официальной занятости);
- отсутствие рабочих мест (безработица) в официальной занятости (в сельской местности, в небольших населенных пунктах, из-за закрытия предприятий);
- нежелание оплачивать государству:
  - налоги;
  - страховые взносы (в России – обязательные страховые отчисления в Пенсионный фонд);
  - алименты;
- нежелание терять пособие по безработице или инвалидности;
- статус человека, скрывающегося от закона..

Наиболее распространенные примеры теневой занятости, скрываемые от государства[1, 3]:

- оказание услуг (наемная работа по дому, присмотр за детьми, ремонт, общественное питание, доставка);
- работа таксистом;
- мелкая уличная торговля с лотков;
- временные или сезонные наемные работы (строители, сборщики овощей и фруктов);
- нелегальная иностранная трудовая миграция;
- различные типы неформальной самозанятости (сдача жилья и прочей недвижимости в аренду, продажа урожая с личного подсобного хозяйства)

Принуждение к теневой занятости

Очень часто работа без официального оформления трудовых отношений ведётся по инициативе работодателя, даже если работник того не хочет. Выявить факты такой деятельности сложно, так как из-за безработицы и конкуренции за рабочие места у работника зачастую нет альтернативы, поэтому работодатели обычно уходят от ответственности. Основную выгоду от теневой занятости получает работодатель, которому не требуется платить подоходный

налог с зарплаты работника, обязательных страховых отчислений государству за работника (пенсионные, страховые медицинские и социальные отчисления).

В то же время, учитывая масштабы теневой занятости в России, благодаря ей формируются доходы у значительной части населения. В связи с ростом цен, спадом экономики, нестабильностью и низким уровнем оплаты в формальной занятости, для многих граждан России теневая занятость – это единственный доступный источник дохода, считают эксперты РАН.

Если раньше работа без договора предполагала для работника более высокие доходы, то в последнее время теневая занятость в России превратилась в альтернативу безработице, особенно для работников со средним и средним профессиональным образованием, считают эксперты Центра макроэкономических исследований «Сбербанка РФ» в 2014 г.

Широкое распространение в России имеет и частичная теневая занятость (так называемая «*серая зарплата*»), когда работодатель в трудовом договоре указывает зарплату работника не больше официального прожиточного минимума в России, с которого платит государству минимальные налоги, а всю остальную зарплату выплачивает наличными («*в конверте*»), чтобы уйти от налогов. По оценкам «РБК», объем «серых» и «черных» зарплат, скрываемых работодателями от уплаты налогов государству, может составлять до 40% фонда оплаты труда в 2016 г.

Ответственность за принуждение к теневой занятости

Необоснованное уклонение работодателя от заключения трудового договора с работником в России является нарушением Трудового кодекса РФ, за которое предусмотрена административная и уголовная ответственность работодателя. В законодательстве РФ также предусмотрена административная и уголовная ответственность работодателя за неуплату подоходного налога, административная ответственность работодателя за неуплату обязательных страховых отчислений в государственный пенсионный фонд за работника [2]. В то же время в законодательстве РФ для работника не предусмотрены прямые механизмы контроля за уплатой обязательных страховых отчислений работодателем государству, кроме опосредованного контроля своего индивидуального лицевого счета в Пенсионном фонде РФ через сайт «Gosuslugi.ru» [3].

Пытаясь переложить ответственность на неработающих граждан в России, «Роструд» в мае 2015 г. предложил ввести обязательный «социальный платеж» для всех трудоспособных категорий россиян, которые не работают, не учатся и не состоят на учете в центре занятости в качестве безработных, т.е. заочно признав их всех преступниками по статье 198 УК РФ уклоняющимися от

уплаты налогов [4]. Пока законодательно такое решение не было принято из-за противоречий с Конституцией РФ. Директор Института проблем глобализации Михаил Делягин считает введение «налога на бедность» нарушением прав человека: *С бухгалтерской, утилитарной точки зрении, соцплатеж выглядит так же абсурдно, как и с точки зрения соблюдения прав человека. Предположим, мы обкладываем всех налогом, исходя из убеждения, что если человек не работает, то он является преступником, потому что обязательно занят в теневом секторе.*

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. https://ru.m.wikipeia.org/wiki/Теневая занятость
2. Трудовой кодекс Российской Федерации: часть первая – Федеральный закон от 30.12.2001 № 197-ФЗ (ред. от 03.07.2016) (с изм. и доп., вступ. в силу с 03.10.2016).
3. Федеральный закон от 03.12.2012 г. № 242-ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации по вопросам выплат за счет средств пенсионных накоплений».
4. Уголовный кодекс Российской Федерации: часть вторая – Федеральный закон от 13.06.1996 № 63-ФЗ(в ред. Федерального закона от 08.12.2003 № 162-ФЗ) (статья 198).

НАПРАВЛЕНИЯ МОДЕРНИЗАЦИИ РОССИЙСКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

Звонова Я.А.

Нижегородский государственный университет им. Н. И. Лобачевского

Актуальность выбранной темы обусловлена тем, что современное состояние российского промышленного сектора вызывает большое количество вопросов и нареканий. События последних лет, происходящие в стране, доказали практически 100%-ную несостоятельность такого могущественного государства обеспечить своих граждан элементарными товарами народного потребления, продуктами питания, современной техникой, новым оборудованием, отвечающим мировым стандартам. Данное положение дел почти во всех отраслях привело к полной зависимости от импорта либо к использованию крайне низких и устаревших товаров и технологий. Следствием этого стало снижение экономического роста по стране, кризис ряда производственно образующих регионов, экономика страны превратилась в «торговую» лавку импортных товаров (услуг) – что, безусловно, крайне плохо отразилось на жизнеспособности страны в целом и её развитии как мировой державы.

Поэтому важность оценки модернизации российской промышленности является не просто ценным материалом для будущих теоретических исследований, но главное, что данное исследование позволит реально оценить ситуацию в отраслях, и возможно это послужит базисом для нового поколения российских предпринимателей и промышленников, которые смогут сделать вклад в развитие общего благосостояния страны.

Сегодня практически во всех отраслях наблюдается явное отставание наших производителей от мировых лидеров. Большинство образцов современного высокотехнологичного оборудования не может быть воспроизведено силами отечественных разработчиков.

Модернизация промышленности должна сегодня ориентироваться не на завоевание лидерства, а на возможность сохранения и умножения имеющихся секторов, добиться этого можно несколькими способами: это и приобретение технологий (лицензий), и копирование образцов техники; приобретение специалистов, которые смогут разработать новинки для той или иной отрасли; самостоятельная организация производства; привлечение инвесторов – обладателей технологий; приобретение зарубежных предприятий с уже имеющимися технологиями и налаженными линиями. Большая часть этих мероприятий уже сегодня активно апробирована нашими предприятиями. Важным моментом является обучение квалифицированных кадров, предоставление рабочих мест студентам, что позволит повысить привлекательность промышленной сферы. Совершенствование транспортной инфраструктуры также повысит производительность, затраты на перевозку продукции высоки, но если связать все предприятия страны одним транспортным путем – затраты значительно снизятся.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Гордеев Д. Российская промышленность в 2014 г.: основные тенденции / Д. Гордеев, Г. Идрисов, А. Каукин, Ю. Пономарев, С. Судаков, Е. Филичева // Оперативный мониторинг экономической ситуации в России. Тенденции и вызовы социально-экономического развития. – 2015. – № 2. – С. 22–27.

2. Гулин К.А. К вопросу о социально-экономической модернизации российских регионов / К.А. Гулин // Экономическая политика. – 2015. – № 7. – С. 23–25.

3. Дерюгин А. Федеральный бюджет на 2016 г. и трехлетний период: приоритеты экономической политики / А. Дерюгин, Г. Идрисов, А. Мамедов, В. Мау, С. Синельников-Мурылев // Оперативный мониторинг экономической ситуации в России. Тенденции и вызовы социально-экономического развития. – 2015. – № 9. – С. 10–13.

4. Идрисов Г.И. Промышленная трансформация при ухудшении условий торговли Идрисов Г.И. // Экономическое развитие России. - 2016. - № 3. - С. 67-71.

5. Идрисов Г.И., Промышленная политика России в современных условиях / Г.И. Идрисов // Научные труды. № 169 Н. – М.: Ин-т Гайдара, 2016. – 160 с.

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ СТРАНЫ, РЕГИОНОВ, ПРЕДПРИЯТИЙ: ТЕНДЕНЦИИ, ПРОБЛЕМЫ, ПЕРСПЕКТИВЫ

Королев А.М.

Нижегородский государственный университет им. Н. И. Лобачевского

В настоящее время в связи с нестабильной ситуацией в мире проблемы государственной или национальной безопасности выходят на первый план при разработке стратегии развития государства. Стратегия экономической безопасности является важнейшей частью национальной безопасности страны и представляет собой комплекс мер, направленных на стабильное развитие экономики при негативном воздействии внешних и внутренних факторов.

Как показали события последних двух лет (снижение стоимости нефти, обострение внешнеполитической обстановки и т.д.) экономическая безопасность страны находится не в лучшем состоянии. По данным Росстата, только в 2015 г. ВВП России снизился на 3,7%, а уровень инфляции составил 12,9%.

Одной из самых существенных проблем, создающих угрозу национальной безопасности, является ориентация нашей страны на вывоз первичного сырья. В частности речь идет об углеводородном топливе, экспорт которого в основном осуществляется без переработки на внутреннем рынке России, около 50 % ВВП РФ зависит от экспорта сырья. Другой существенной проблемой, негативно влияющей на экономическую безопасность страны, является усиление неравномерного экономического развития регионов. Россия – страна, которая обладает огромными территориями. Однако в центральной части страны и на юго-западе сконцентрировано около 70% всего населения, при этом на Крайнем Севере и Дальнем Востоке сосредоточено не более 30 % населения. Для решения этого вопроса в настоящее время предлагаются льготные условия получения гражданства РФ для лиц, имеющих статус беженцев с Украины. Следует отметить, что данная ситуация лишь частично решается, при этом необходимо разрабатывать политику популяризации отдаленных округов за счет стимулирующих мероприятий (повышения заработной платы, выдачи субсидий на проживание, премий и прибавок). Также к проблемам, создающим угрозу национальной безопасности, следует отнести следующее:

- «утечка мозгов» из России связана с наиболее низким финансированием научной деятельности, низкими зарплатами по сравнению с другими странами;

- высокая доля импорта в ключевых отраслях экономики, а также наличие импорта в военно-промышленной отрасли (закупка импортных комплектующих и производство своих комплектующих за рубежом);

- сокращение количества и качества трудовых ресурсов. Считается, что к 2025 г. число трудоспособных граждан в стране уменьшится на 14–15 млн человек, а количество пенсионеров, наоборот, увеличится на 5–7 млн человек. По прогнозам, к 2050 г. в России произойдет резкий демографический спад, вследствие чего количество трудоспособных граждан сократится на 40–42%, это примерно 39 млн человек.

Затрагивая проблемы, связанные с экономической безопасностью нашей страны, необходимо отметить тенденции к улучшению сложившейся ситуации. О необходимости укрепления государственной безопасности в целом и экономической безопасности в частности говорит указ Президента РФ № 37 от 12 мая 2009 г. «О Стратегии национальной безопасности Российской Федерации до 2020 г.», утративший силу, и вступивший в силу новый указ № 683 от 31 декабря 2015 г., «О Стратегии национальной безопасности Российской Федерации». В нем отражены основные, предполагаемые угрозы национальной безопасности, а также основные задачи, направления, принципы по обеспечению государственной экономической безопасности РФ. Документ носит национальный характер, а также является одним из определяющих развитие нашей страны, так как заключает в себе приоритетные направления формирования внешней и внутренней политики, а также предложения по удовлетворению всех экономических потребностей населения и надежной защищенности от внутренних и внешних угроз.

В целом решение проблем, связанных с укреплением экономической безопасности страны, позволяет говорить об укреплении экономической безопасности её субъектов, начиная от регионов и заканчивая отдельными предприятиями. Однако мероприятия по усилению экономической безопасности в регионах требуют определённой специфики. Во-первых, экономическое развитие регионов России проецируется на решение задач обеспечения региональной экономической безопасности и требует определенной модификации используемых показателей, характеризующих экономическую безопасность конкретных регионов в современных условиях. Во-вторых, проблемы обеспечения экономической безопасности регионов РФ рассматриваются с разных методологических позиций, которые зачастую противоречат друг другу. В-третьих, недостаточно

проработана проблема унификации региональных статистических данных, которые используются для оценки уровня региональной экономической безопасности.

Указанные обстоятельства затрудняют выработку общих принципов оценки уровня региональной экономической безопасности, а также выработку конкретных мер обеспечения такой безопасности с учетом специфики экономического развития региона, обусловливающей необходимость модификации целей, мер и конкретных действий органов государственной власти и местного самоуправления. Сказанное свидетельствует об актуальности исследования региональных аспектов обеспечения экономической безопасности и насущной потребности формирования специфических механизмов управления решением задач обеспечения экономической безопасности регионов.

Говоря об экономической безопасности предприятий, необходимо отметить то, что главной целью является обеспечение его продолжительного и максимально эффективного функционирования сегодня и высокого потенциала развития в будущем. Существуют проблемы, угрожающие экономической безопасности любых предприятий, например коррупция, однако существуют и проблемы, угрожающие как отдельным предприятиям, так и целым отраслям, например, низкая конкурентная способность отечественных товаров.

Для экономической безопасности страны, регионов и предприятий существующие меры по укреплению экономической безопасности малоэффективны и требуют большего внимания и больших усилий для достижения необходимого результата.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Государственная стратегия экономической безопасности Российский Федерации от 29 апреля 1996 г. №608. http://www.scrf.gov.ru/documents/23.html

2. Федеральный Закон «О безопасности» от 28 декабря 2010 г. №390. http://svr.gov.ru/svr_today/doc4.html

3. «Стратегия национальной безопасности Российской Федерации до 2020 года» от 12 мая 2009 г. №537. http://www.scrf.gov.ru/documents/99.html

ОСОБЕННОСТИ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ МАЛЫМИ ГОРОДАМИ

Лаптева Н.С.

Нижегородский государственный университет им. Н. И. Лобачевского

В докладе изложены особенности социально-экономического управления малыми городами на современном этапе развития.

Социально-экономическое пространство представляет собой совокупность социальных и экономических отношений, связей, процессов, определяющихся действием экономических и социальных институтов, организующих и регулирующих процесс жизнедеятельности людей и деятельность хозяйствующих субъектов. Присущие структуре социально-экономического пространства дифференцированность и неоднородность обусловлены аналогичными ее свойствами. Появление промышленных видов деятельности, их дальнейшая территориальная концентрация приводят к развитию территориального разделения труда и возникновению новых социально-экономических объектов – городов. Следствием этого становится поляризация социально-экономического пространства, формирование разнородных образований – центра и периферии различного масштаба. На локальном уровне они представлены малым или средним городом.

Статистика подтверждает, что Россия – страна малых городов (с численностью менее 50 тыс. человек). В 2011 г. в них проживало примерно 16,5 млн человек. Расположенные на территории всей страны, малые города и прилегающие к ним сельские территории выполняют роль буферной зоны между крупными городами (агломерациями) и остальной территорией. Малые города являются «опорными точками» своих территорий, местом расположения промышленных предприятий, транспортно-логистическими узлами, научными центрами, центрами культуры и образования. В условиях обширных российских территорий малый город играет значимую роль в развитии жизни сельской местности.

О кризисном состоянии малых городов свидетельствует тот факт, что они не создают и половины производимого в советский период годового ВРП. Отсюда следуют низкий уровень доходов работающих и низкая бюджетная обеспеченность городского хозяйства. Согласно экспертным оценкам, для обеспечения нормального функционирования жилищно-коммунального комплекса малых городов потребуются ежегодные выделения в течение 10 лет по 1,5-2 трлн руб.

В российской системе городского расселения сложилась ситуация, при которой малые города выступают в роли звена, интегрирующего пространство городской и сельской России в социально-инфраструктурном отношении. Любой малый город взаимодействует с окружающей его территорией по четырем направлениям: хозяйство, расселение, население, природная среда.

Выступая в роли местного центра, малый город формирует локальный, чаще всего агропромышленный, народнохозяйственный комплекс. Кроме того, город оказывает разнообразные услуги: материально-техническое, финансовое, культурно-бытовое, медицинское и иное обслуживание и обеспечение населения прилегающих территорий, административное управление. Малый город, вызывая отклонения от равномерного размещения сельского населения за счет усиления его концентрации на ограниченной вокруг него территории, в локальной системе расселения является своего рода «возмутителем спокойствия».

Таким образом, малые города и их экономика практически мгновенно оказались, с одной стороны, вне единой государственной системы управления экономическим развитием, но, с другой стороны, никакой альтернативы этой прежней системе, никакого решения, позволяющего предприятиям малых городов постепенно перейти в новую систему рыночных отношений, реформаторами предложено не было. Одновременно все более отягощающим стало то обстоятельство, что большинство малых городов слабо развиты в социально-экономическом отношении. В Нижегородской области ярким примером малых моногородов являются города Выкса, Бор, Дзержинск, где действует одно градообразующее предприятие. Выделяются также города, где одно предприятие является лидером по объему производства, численности занятых и по платежам в бюджет, а остальные по экономической значимости стоят существенно ниже– это города Арзамас, Первомайск, Балахна.

Проблемы этих городов связаны в первую очередь с состоянием градообразующих предприятий. Общей проблемой является то, что большинство инженерных сетей находится в собственности расположенных на их территории предприятий. Это ставит в зависимость от них городские власти и город в целом, что характерно, например, для г. Арзамас. Здесь на территории завода «Арзамасский машиностроительный завод», одного из ведущих предприятий города, находится котельная, которая не только вырабатывает технологическое тепло для завода, но и обогревает часть города.

Важнейшая социальная проблема малых городов – безработица, в том числе скрытая и застойная. Ограниченная емкость рынка труда, отсутствие или крайняя ограниченность предложения труда в иных сферах в сочетании с неразвитостью рынка жилья и возможностью смены места жительства усугубляют ситуацию с получением места работы. Примером может служить город Горбатов (самый маленький город Нижегородской области с численностью населения 2049 чел.), который не имеет крупных промышленных предприятий, а население занимается сельскохозяйственными работами.

Нужно отметить, что развитие малых городов совершенно не предполагает их превращения в крупные промышленные центры, так как строительство крупных промышленных предприятий в малых городах экономически неэффективно. Малые города могут выступать как площадки для выноса части промышленных предприятий из крупных городов. Более целесообразно усиливать значение этих городов как «столиц» низовых районов или постепенно превращать их в центры отдыха, культуры, туризма. Умеренное развитие промышленности может способствовать укреплению таких особенностей малого города, как переработка местного сырья, обслуживание местных потребностей. Но при этом необходимо проводить серьезную работу по подбору таких предприятий, которые по профилю и размерам соответствовали бы росту малого города и его положению в системе расселения.

Как известно, оценка экономической стабильности является одним из главных направлений финансового анализа, однако единого подхода, как и при определении самого понятия, в современных изданиях нет, что негативно сказывается на точности и достоверности оценочной информации. Далее можно классифицировать «стабильность» на: управленческую, техническую и финансово-экономическую. Управленческая стабильность функционирования города подразумевает такую структуру управления в городах, при которой обеспечивается отсутствие текучести кадров, четкость и последовательность принимаемых управленческих решений, распределения ответственности, контроль за их исполнением, постоянство партнеров и поставщиков, высокие объемы производства и т.д. Нормальный характер городского развития – это, прежде всего, нормальное состояние и динамика социальной сферы города, ее соответствие необходимым социальным нормам и стандартам.

Оценка возможности влияния каждого города на устойчивость развития его экономики и государства в целом приобретает в настоящее время особое значение.

Степень влияния на устойчивость развития экономики реализуется через систему количественных показателей – индикаторов, которые можно условно разделить на группы:

- экономические индикаторы (производственно-экономические, структурные, инвестиционные, научно-технический потенциал, внешнеэкономическая деятельность и т.п.);

- социальные индикаторы (жизненный уровень населения, социальная инфраструктура, состояние трудовых ресурсов, здоровье населения, демографическая ситуация и т.п.);

- экологические индикаторы (состояние природной среды, уровень антропогенного воздействия на окружающую среду, использование природных ресурсов, объёмы отходов или вторичных ресурсов и т.п.);

- финансово-денежные индикаторы (приток капитала в город, инфляция экспортно-импортный потенциал и т.п.);

- бюджетные индикаторы (уровень налогообложения, собираемость налогов, трансферты, отношения с региональным и федеральным бюджетами и т.п.).

Индикаторы устойчивости развития города не являются неизменными, раз и навсегда установленными. Они будут меняться по мере стабилизации экономики и обусловливаться сдвигами в социально-экономическом состоянии общества, приоритетах его развития. Рассмотрим более подробно блок экономических индикаторов, характеризующий основные экономические процессы.

Производственно-экономические индикаторы отражают обобщенные технико-экономические результаты и тенденции функционирования хозяйственного комплекса, выявляют потенциальные угрозы в отраслях хозяйства.

Структурные индикаторы характеризуют сложившуюся структуру хозяйственного комплекса в целом и промышленности в том числе, что дает возможность оценить специализацию региона, рациональность структуры на макроуровне с позиций экономической безопасности. Структурные индикаторы призваны сигнализировать об отрицательных сдвигах в макропропорциях хозяйственного комплекса территории.

Инвестиционные индикаторы отражают уровень инвестиционной активности в городе, что само по себе дает представление об интенсивности деловой и производственной деятельности. Инвестиционные индикаторы сигнализируют о появлении угроз падения производства.

Индикаторы внешнеэкономической деятельности свидетельствуют о потере рынков сбыта, конкурентоспособности продукции отраслей народного хозяйства, характеризуют рациональность структуры экспорта и импорта, специализацию региона и эффективность внешнеэкономических связей.

Индикаторы научно-технического потенциала описывают уровень восприимчивости сферы производства к достижениям НТП, тенденции развития научно-технического потенциала, без которого невозможен прогресс и дальнейшее функционирование экономики, а также информируют об угрозе отставания уровня развития производства от мировых достижений.

Исследования устойчивости развития городов и регионов с помощью вышеуказанного комплекса экономических индикаторов позволят государству и региональным органам управления составить представление о состоянии су-

ществующей экономической системы. На этой основе возможно оказывать максимальное воздействие на процессы общественного воспроизводства (макропропорции, отраслевые структуры производства, цены и т.д.) с целью обеспечения устойчивого экономического развития, формирования и регулирования благосостояния населения города.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Игнатова Т.В Социально-экономическое развитие малых городов: понятие, социальная сущность, принципы / Т.В. Игнатова, Т.М. Перевозкин // Среднерусский вестник общественных наук. – 2012. - № 3. – С. 60-65.
2. Раков И.В. Проблемы социально-экономического развития малых городов / И.В. Раков // Проблемы современной экономики (Новосибирск_. 2011. - № 3. – С. 65-169.
3. Региональная экономика: учебник для вузов / Т.Г. Морозова, М.П. Победина, Т.Б. Поляк и др.; под ред.проф. Т.Г. Морозовой. – М.: ЮНИТИ, 2012. – 472 с.
4. Федеральная служба государственной статистики (Росстат) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.gks.ru (дата обращения: 09.11.2016)

ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ НАЦИОНАЛЬНОЙ СИСТЕМЫ КОНТРОЛЯ СОБЛЮДЕНИЯ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА В СФЕРЕ ПОД/ФТ

Назарова Е.В.
Нижегородский государственный университет им. Н. И. Лобачевского

В условиях глобализации и повышения скорости международного денежного потока вероятность отмывания преступных доходов, а также финансирования терроризма растет. Созданные национальные системы контроля в сфере противодействия легализации (отмыванию) доходов, полученных преступным путем, и финансированию терроризма (далее – ПОД/ФТ) работают во всех странах с разным уровнем результативности. Оценка их эффективности позволяет выявлять преимущества и недостатки разработанных правовых актов, взаимодействия государственных органов, достигнутых результатов. На основе полученной информации можно дать действенные рекомендации для улучшения эффективности контроля процессов в сфере ПОД/ФТ в стране.

Целью данного исследования являются рассмотрение имеющихся методик оценки эффективности контроля соблюдения законодательства в сфере ПОД/ФТ и разработка собственного подхода к её анализу.

В контексте ПОД/ФТ эффективность – это степень, в которой финансовая система и народное хозяйство уменьшают риски и угрозы отмывания денег, финансирования терроризма и финансирования распространения оружия массового уничтожения [1, с. 16]. Группа разработки финансовых мер борьбы с отмыванием денег (ФАТФ) разработала наиболее полную и развернутую методологию оценки эффективности национальных систем ПОД/ФТ, которая содержит в себе два основных компонента:

- оценка технического соответствия системы ПОД/ФТ Рекомендациям ФАТФ (как они соотносятся с правовой и институциональной системой страны; как распределены полномочия и процедуры компетентных органов);

- оценка эффективности контроля соблюдения законодательства в сфере ПОД/ФТ, предполагающая оценку достаточности применения Рекомендаций ФАТФ и определяющая степень достижения страной определённого набора результатов, которые являются главными для построения надежной системы ПОД/ФТ.

Полученные результаты эксперты должны обобщить в виде рейтинга, чтобы обеспечить принятие четких и сопоставимых решений. Имеется четыре возможных рейтинга эффективности, которые проставляются в зависимости от достигнутых результатов.

Кроме методологии, разработанной группой ФАТФ, существует международный ежегодный «антиотмывочный» рейтинг Basel Anti-Money Laundering Index, публикуемый Базельским институтом управления (Basel Institute on Governance) с 2012 года. Рейтинг оценивает не сам уровень отмывания денег и финансирования терроризма, а риск их возникновения и развития. Максимальный оценочный коэффициент – 10 баллов, где наименьший балл означает наименьший риск.

Росфинмониторинг одним из основных индикаторов эффективности надзорной деятельности как механизма профилактических и превентивных мер считает рост количества поднадзорных организаций в группе «законопослушности» и снижение их количества в группах «вовлеченности» и «причастности». На 1 января 2016 г. в национальной антиотмывочной системе было задействовано около 150 тысяч организаций, ИП и лиц, осуществляющих операции с денежными средствами и иным имуществом и являющихся субъектами первичного финансового мониторинга [2, с. 8].

Оценка эффективности системы ПОД/ФТ в стране по методологии ФАТФ носит описательный характер. В неё достаточно сложно заложить какие-либо цифры. Кроме того, в целом трудно объективно оценить достигаемый действиями в рамках ПОД/ФТ эффект – это и спасенные жизни вследствие предотвращения терактов, и возвращение в бюджет средств, используемых не по целевому назначению, и раскрытие финансовых преступлений.

Определение эффективности отечественной системы ПОД/ФТ должно основываться на достижении (или недостижении) запланированных результатов. Разработанная в работе балльная система позволяет количественно оценить степень эффективности контроля за соблюдением законодательства в сфере ПОД/ФТ с разных сторон.

Очередная проверка России Группой разработки финансовых мер борьбы с отмыванием денег (FATF) начнется в конце 2018 года [3]. Согласно методике FATF, оцениваются такие параметры, как налаженный обмен и координация действий с финансовыми разведками других стран; адекватность применения банками мер по ПОД/ФТ; наличие у компетентных органов информации о бенефициарах компаний; количество обвинительных приговоров по отмыванию и т.д. По каждому такому пункту оценщики должны присвоить стране рейтинг эффективности.

В зависимости от присвоенного рейтинга FATF требует от страны-участницы различной степени улучшений. При этом конкретных параметров присвоения этих рейтингов FATF не приводит. Пока российская статистика в части реальных наказаний неутешительна. Согласно годовому отчету Росфинмониторинга за 2014 г., по материалам службы возбуждено более 1,2 тыс. уголовных дел, в суд направлено 346 шт., а количество приговоров составило 164 шт., из которых по статьям о «легализации преступных доходов» - всего 57дел [4, с. 19].

С целью улучшения эффективности деятельности «антиотмывочных» контрольных и надзорных органов необходимо внедрять новые разработки. Авторская методика оценки результативности национальной системы контроля соблюдения законодательства в сфере ПОД/ФТ, основанная на расчете показателей с использованием статистических данных и информации из официальных источников, позволит обеспечить недостающее существующим методикам цифровое выражение оценки эффективности, а также учесть множество факторов, не рассматриваемых ранее.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Методология оценки технического соответствия рекомендациям фатф и эффективности систем ПОД/ФТ // ФАТФ, 2013 – URL: http://fedsfm.ru/content/files/documents/fatf/rus%20fatf%20methodology%2022%20feb%202013.pdf (дата обращения: 09.11.2016)

2. Журнал «Финансовая безопасность» за сентябрь 2016 года // Федеральная служба по финансовому мониторингу, 2016 [Электронный ресурс] – URL: http://fedsfm.ru/content/files/%D0%B6%D1%83%D1%80%D0%BD%D0%B0%D0%BB/broshure14_fiinal.pdf (дата обращения: 10.11.2016)

3. Отмывание в четвертом раунде//Газета КоммерсантЪ, 2016 [Электронный ресурс] – URL: http://kommersant.ru/doc/2889632 (дата обращения: 10.11.2016)

4. Публичный отчет о работе Федеральной службы по финансовому мониторингу в 2014 году // Федеральная служба по финансовому мониторингу, 2015 – URL:http://www.fedsfm.ru/content/files/activity/annualreports/%D0%BF%D0%BE%D1%81%D0%BB.%D0%B2%D0%B5%D1%80.%20%D0%BE%D1%82%D1%87%D0%B5%D1%82%202014.pdf (дата обращения: 09.11.2016)

БОРЬБА С КОРРУПЦИЕЙ В СФЕРЕ ГОСУДАРСТВЕННЫХ ЗАКУПОК

Николаева А.З.

Нижегородский государственный университет им. Н. И. Лобачевского

Одной из важнейших проблем Российской Федерации, начиная с 90-х годов XX в., является рост угроз экономической безопасности страны. Именно данными угрозами и обусловлена необходимость исследования проблем обеспечения экономической безопасности страны. Неблагополучие в этой сфере не позволяет обеспечить необходимый уровень экономического роста, затрудняет реформирование экономики, оказывает тормозящее воздействие на торговую и внешнеэкономическую деятельность страны, а также создает негативный фон для совершенствования бюджетной, налоговой, страховой и иных сфер экономики России.

Анализ практики выявления фактов взяточничества в крупном и особо крупном размерах показал, что основное количество преступлений совершено при получении должностными лицами так называемых «откатов» при заключении или приемке государственных и муниципальных контрактов, заключение

которых проводилось в рамках проведения аукционных или конкурсных процедур.

Вступивший в силу 4 апреля 2013 г. Федеральный закон № 44-ФЗ «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд» стал ключевым нормативным правовым актом Российской Федерации, регулирующим вопросы закупочной деятельности в части планирования и прогнозирования закупок товаров, работ, услуг.

Ресурсом, на котором заказчики размещают извещения о проведении закупок, закупочную документацию, итоговые протоколы по проведенным процедурам, а также информацию о заключенных контрактах, является сайт www.zakupki.gov.ru , который призван обеспечить прозрачность процесса закупок для государственных и муниципальных нужд. На портале размещен реестр недобросовестных поставщиков, реестр жалоб, плановых, внеплановых проверок и их результатов.

Однако несмотря на всю прозрачность участники закупок находят лазейки, ведущие к коррупционным обогащениям.

Практика выявления уголовно наказуемых преступлений в сфере государственных закупок позволяет обособить основные характерные признаки правонарушений, а именно схемы так называемых «серых» закупок.

Конкретный поставщик. В технической документации указывается конкретная торговая марка без указания эквивалента, что ведет к ограничению конкуренции на рынке с небольшим кругом поставщиков. Такая схема часто используется для приобретения предметов роскоши – конкретных зарубежных автомобилей, роскошной мебели и т.д.

Неуказание значимых характеристик. В документации не указываются существенные сведения, такие как подробное техническое задание, регламент поставки, объективно описанные технические характеристики. Так ограничивается конкуренция в пользу того, с кем есть предварительная договоренность, и увеличивается стоимость контракта.

Ограничение для российских производителей. В технических заданиях используются наименования иностранных товаров, однако указывается, что товар можно заменить на аналогичный. Однако под предъявляемые требования не подходит ни один аналогичный товар российского производителя. Таким образом ограничивается конкуренция за счет ограничения доступа отечественных производителей и завышается стоимость заказа.

Сокращение описания задания на крупный заказ. В документации дается краткое (на нескольких страницах) описание контракта на крупную сумму, что не дает полного представления о сути контракта и требуемых работах.

Выдуманный товар. В документации указывается товар или услуга, не существующие на рынке, или потребительские свойства которых невозможны к реализации, с последующей поставкой товара или услуги, не соответствующей заявленным качествам. Это позволяет ограничить конкуренцию в пользу аффилированной компании и завысить цену за счет невозможности сравнения с реальной рыночной ценой. Зачастую схема используется при закупке технически сложных устройств.

Изменения формы проведения закупки. Проведение конкурса вместо аукциона с целью включения дополнительных показателей, ограничения конкуренции и повышения стоимости контракта. Зачастую используется при закупке крупных партий товаров, замаскированных под выполнение социального заказа на реализацию «услуг по поставке».

Зашифрованная документация. Формулировка и оформление документации строится таким образом, чтобы максимально усложнить ее чтение. Например, использование нераспространенных текстовых редакторов и защита документации от чтения паролем. За счет этого ограничивается конкуренция в пользу аффилированных компаний. Выявление заключается в поиске контрактов, в документации которых используется нераспространенные текстовые форматы, попытке ее открытия, а далее, используя пакет OpenOffice, проверить наличие кода доступа. В основном подобный подход используется для небольших заказов, которые не привлекают внимания общественности.

Загроможденность заказа. Документация составляется таким образом, чтобы максимально увеличить возможность технической ошибки при ее заполнении, а также усложнить возможность поиска и копирования информации, что позволяет ограничить конкуренцию в пользу аффилированных заказчиков, которые уже хорошо знакомы с документацией. Здесь зачастую используется графический формат данных (сканированные страницы).

Барьеры при подаче документов на участие. Это может выражаться в физических препятствиях, таких как пропуск в помещения, наличие или отсутствие сотрудника, принимающего документы, и т.д. В основе такой схемы лежит стремление ограничить конкуренцию. С целью выявления существуют несколько характерных признаков – подача заявки только в нарочной форме, заключение контракта с единственной компанией, подавшей заявку.

Готовый заказ. Срок исполнения заказа сокращен настолько, что без готового решения контракт не может быть исполнен. Соответственно, за счет ограничения конкуренции стоимость заказа возрастает, а качество может претерпеть ухудшение. Подобные схемы часто используются в строительстве, при проведении крупных мероприятий.

Комплексный заказ. Большой объем разноплановых товаров, работ или услуг объединяют в один лот, что ограничивает конкуренцию в пользу аффилированного исполнителя, не давая малым, специализированным компаниям участвовать в конкурсах, и повышает стоимость контракта за счет сложной логистики его исполнения.

Отсюда вытекает завышение цены контракта и создание спроса на сертификационные услуги конкретной организации, не имеющего под собой реального обоснования. Схема используется в открытых конкурсах и достаточно сложна к раскрытию.

Проведение конкурса дважды. В первый раз выигрывает аффилированный поставщик, как правило, за счет наиболее низкой цены. Затем контракт расторгается по взаимному согласию заказчика и поставщика, и заказчик передает аффилированному поставщику данные обо всех участниках первых торгов и их ценах.

Закупка одного и того же. В данном случае выставляются идентичные условия и повторно размещаются одинаковые контракты с одним и тем же заказчиком. Таким образом, происходит двукратное увеличение стоимости заказа.

Помимо вышеуказанных схем существуют и такие, которые практически не используются самостоятельно, а идут как дополнения.

Преднамеренные ошибки в документации. Документация по закупке составляется неверно – ошибки в итоговом протоколе, перечне обязательных сведений.

Завышение цены контракта. Начальная (максимальная) цена контракта (НМЦК) формируется без использования принятых методов расчета с целью ее увеличения для возможности получения гонорара от аффилированной компании.

Коррупция в государственных закупках становится средством незаконного перераспределения собственности и капитала, стимулирует развитие криминальной среды, способствует ее проникновению в государственные структуры. Наиболее коррупционными сферами в настоящее время являются государственные закупки, недропользование, земельные отношения и строительство,

таможенная и налоговая сфера, где за последние годы отмечается значительный рост причиненного ущерба.

Подводя итог, можно сказать, что глубинное изучение законодательства и взаимодействие всех уполномоченных в сфере государственных закупок органов позволит более детально и глубоко охватить вниманием коррупционные проявления и сосредоточить внимание на пресечении и профилактике их совершения.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Федеральный закон от 05.04.2013 № 44-ФЗ (ред. от 05.04.2016) «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд» // Справочно-правовая система Консультант Плюс
2. http://fas.gov.ru/ Федеральная антимонопольная служба

АНАЛИЗ ПРИЧИН БАНКРОТСТВ КРЕДИТНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ

Слоева В.С.

Нижегородский государственный университет им. Н. И. Лобачевского

Актуальность анализа причин банкротств банков обусловлена участившимися сообщениями о прекращении деятельности кредитных учреждений.

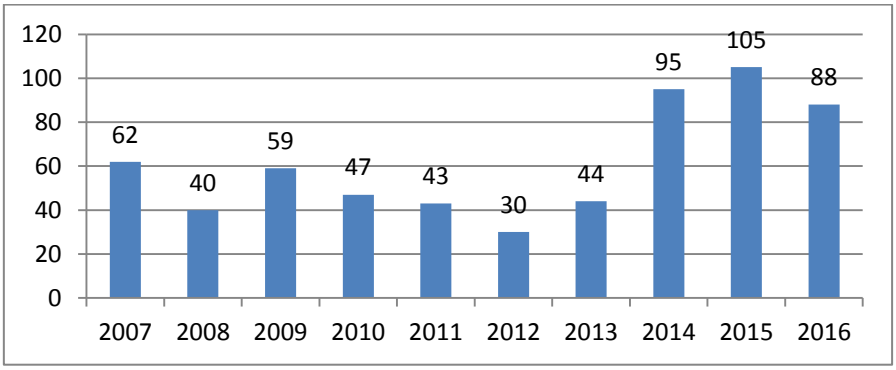


Рис. 1 – Количество закрытых банков с 2007 по 2016 г. (2016 год – по состоянию на 20.10.2016 г.) [1]

На данном графике показана динамика количества кредитных учреждений, которые закрылись в период с 2007 г. по октябрь 2016 года. Наиболее сильный рост наблюдается в 2014 году. Если в 2013 г. закрылось 44 банка, то в 2014 г. закрылось 95 банков, тем самым показав рост в 116 %. В 2015 г. закрылись 105 банков, тем самым темп роста числа закрывшихся банков замедлился.

Прежде чем перечислить основные причины банкротств банков, нужно упомянуть про политику Центробанка в отношении кредитных учреждений. Как только главой Центробанка стала Эльвира Набиуллина, резко сменилась политика в отношении банков. Ужесточился надзор за деятельностью банков и увеличилось количество проверок кредитных учреждений.

«Оставлять их на рынке нельзя, потому что проблемы будут только нарастать. Если такой банк с дырами и с неправильной кредитной политикой финансирования убыточных проектов собственников будет дальше привлекать средства вкладчиков и бизнеса, то, соответственно, в итоге пострадают больше вкладчиков и бизнеса, поэтому нужно такие банки вовремя выводить с рынка», – подчеркнула Набиуллина [2].

Теперь вернемся к основным и наиболее частым причинам, которые позволяют Центробанку отзывать лицензии у банков.

Предоставление недостоверной финансовой отчетности является одной из причин закрытия банков. Все банки направляют финансовую отчетность в Центробанк, где проводят ее анализ, и если оказывается, что отчетность была сфальсифицирована, то для Центробанка это является важным сигналом для наиболее пристального внимания к деятельности банка. Центробанк может ограничиться использованием таких мер, как предупреждение или штраф. Однако если нарушения со стороны банка были неоднократными и масштабы фальсификаций были огромны, то в таком случае Центробанк отзывает лицензию.

Недостаточность капитала представляет собой серьезную причину для закрытия банка. Чтобы проверить наличие достаточного капитала, нужно взглянуть на коэффициент достаточности капитала. Он определяется как отношение собственных средств к рабочим активам. Угроза недостаточности капитала нависает сейчас над многими банками, которые вынуждены выполнять свои обязательства по кредитам в рублях или иностранной валюте. Так, многие российские банки сталкиваются с проблемой дефицита досрочной ликвидности, и такая проблема стоит перед банками всего мира. Также имеется тенденция снижения качества активов отечественных банков. Это может привести к росту просроченных платежей со стороны клиентов, а просрочка платежей в свою очередь может привести к двум негативным последствиям. Во-первых, банкам нужно будет создавать дополнительные резервы по сомнительным долгам, а во-вторых – возникнет потребность в привлечении дорогих депозитов. Эти два фактора, в конечном итоге, тоже приведут к низкой достаточности капитала.

Поводом для прекращения деятельности банка также является рискованная кредитная политика. Такое может случиться, если банк осуществляет прием вкладов клиентов под слишком высокие проценты. Если банк еще и выдает кредиты клиентам под низкие проценты, то Центробанк такую политику может рассматривать как рискованную. Чтобы найти средства для выплаты процентов, нужно выдавать кредиты по более высоким ставкам. Такая задача для многих банков может стать непосильной, если не снизить требования по выдаче кредитов для клиентов. В таком случае возникает риск роста просроченной задолженности и в конечном итоге банк будет вынужден увеличивать резервы.

Для мелких банков одной из главных причин прекращения деятельности является сомнительная кредитная политика. Она заключается в том, что средства вкладчиков банк размещает в определенных компаниях. Довольно распространенной является ситуация, когда владельцы банка являются учредителями или людьми, связанными с такими компаниями. Такое положение дел является причиной однобокой кредитной политики, т.е банк вкладывает все свои средства в компании определенной отрасли. И если случается кризис в данной отрасли, то кризис грозит и банку.

Еще одним «грехом» небольших банков является «отмывание» денег. Российской экономике в сфере бизнеса присуща значительная доля «темных» схем. К сожалению, некоторые банки позволяют себе «отмывание» теневых доходов. В конце концов, для банков подобная деятельность оборачивается либо рискованной кредитной политикой, либо недостоверной финансовой отчетностью. Тогда Центробанк лишает такую организацию лицензии.

Еще одной причиной для прекращения деятельности является отсутствие наличных денег. Причины для этого две: либо проведение банком рискованной политики, либо если большое количество клиентов запросят выдачу наличных денег. Второе может произойти, если вдруг возникнут слухи о проблемах у определенного банка. Клиенты начнут паниковать и массово снимать деньги с банкоматов и просить вернуть вклады.

И, наконец, последней причиной прекращения деятельности банка является множество мелких банков с маленьким размером капитала и с ограниченным числом клиентов. В подобных организациях, как упоминалось выше, могут часто нарушать закон и отмывать капитал. Многие люди после взаимодействия с недобросовестными банками могут начать не доверять всей финансовой системе [3]. К тому же Центробанку легче контролировать деятельность трех сотен средних или крупных банков, чем деятельность восьми сотен мелких бан-

ков. Таким образом, Центробанк придерживается политики сокращения количества банков посредством отзыва лицензий.

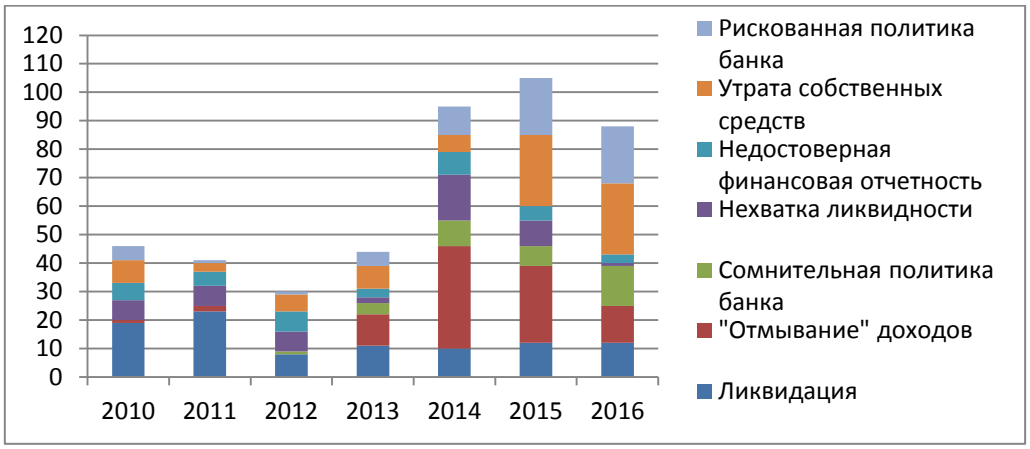


Рис. 2 – Причины отзыва лицензий у банков с 2010 по 2016 г. [1]

В период с 2010 по октябрь 2016 г. в России прекратили свою деятельность 452 банка. На данном графике видно, что в 2014 г. резко увеличилось количество банков, у которых отозвали лицензию за «отмывание» денег. Так, если в 2013 г. по этой причине было отозвано 11 лицензий, то уже в 2014 г. – 36. Можно так же отметить, что с 2011 г. резко уменьшилось количество ликвидированных банков. С 2015 г. резко увеличилось число отзывов лицензий по причине утраты банками собственных средств. Если в 2014 г. их количество составляло 6 банков, то уже в 2015 г. у банков по этой причине было отозвано 25 лицензий. Такое же количество лицензий было отозвано у банков за период по октябрь 2016 года. Эту тенденцию можно связать с ухудшением ситуации экономики в стране и с падением курса рубля. В целом из графика видно, что с 2014 г. Центробанк тщательнее проверяет деятельность банков на предмет всевозможных нарушений в их деятельности.

Стоит учесть, что часто у банков отзывали лицензии по совокупности причин. Например, банки предоставляют недостоверную финансовую отчетность, чтобы или скрыть недостаток собственного капитала, или скрыть факт проведения сомнительных операций по легализации теневых доходов. Также банки могут проводить рискованную финансовую политику, чтобы также отмыть часть доходов. Либо банки могут предоставлять недостоверную финансовую отчетность, чтобы скрыть вложение средств в сомнительные активы.

Есть большая вероятность, что после «очистки» финансовой системы от сомнительных кредитных организаций население начнет больше доверять банкам и это поможет оздоровлению нашей экономики в целом.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Банки.ру – Прекратившие существование кредитные организации // ЭлектронныйресурсИнтернет:http://www.banki.ru/banks/memory/?utm_source=google&utm_medium=cpc&utm_campaign=Spisok_Problemnih_Bankov&source=google_cpc_spisok_problemnih_bankov&PAGEN_1=2
2. Буланов К. Набиуллина пообещала продолжить вывод с рынка банков с дутым капиталом // Электронный ресурс Интернет: http://www.rbc.ru/finances/02/10/2016/57f143d49a79476f7d5c94f7
3. Круг финансового недоверия. Банкир.ру // Электронный ресурс Интернет: http://bankir.ru/novosti/20140719/krug-finansovogo-nedoveriya-10081845/

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ И ПРОДОВОЛЬСТВЕННАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ РОССИИ

Трошин В.А.

Нижегородский государственный университет им. Н. И. Лобачевского

Актуальность данной темы как никогда более остро стоит в нашей стране: геополитические войны, двойные стандарты и лицемерие ряда западных держав создают ощутимые последствия для российской экономики. В первую очередь пострадал сектор продовольствия и пищевой промышленности, объявленное в ответ на западные санкции «продуктовое эмбарго» внесло коррективы в российскую экономику, однако ещё остался целый ряд факторов, не позволяющий должным образом обеспечить безопасность страны в этой сфере [1].

Некоторые эксперты полагают, что главные проблемы, мешающие стабильному росту и развитию отечественных предприятий, кроются не во внешних факторах, а в сугубо внутренних, связанных с финансами и бюрократическим аппаратом [2].

Одной из проблем Современной Российской экономики в продуктовом сегменте некоторые специалисты, например советник Президента России Глазьев Сергей Юрьевич, называют недостаточность наличной массы в обращении и излишне агрессивную политику Центрального Банка России по отношению к предпринимателям и данному сегменту в целом [3].

Следует отметить, что функционирование всей российской экономики имеет свои проблемы и факторы. Наличие тесных связей между секторами нашей экономики создаёт и усиливает действие «эффекта домино», когда про-

вал одного из секторов влечёт за собой ослабление или даже полное фиаско других. Например, нестабильность в нефтегазовом секторе России гарантированно сказывается на всей экономике, так, колебания цены на нефть оказывают прямое воздействие на рынки других товаров и услуг.

Также необходимо отметить присутствие факторов «скрытого внешнего вредительства», таких как нелегальные поставки запрещённых товаров из ЕС, США и Австралии. Существуют огромные незаконные торговые союзы, целью которых является провоз на территорию России товаров, находящихся в списке эмбарго [4]. Это оказывает пагубное влияние на экономику, не только как нейтрализация преимуществ местных производителей, но и как удар по бюджетным поступлениям и непосредственно по медицинской безопасности (в таких продуктах, как правило, нарушены санитарные нормы).

Колоссальных изменений претерпело отношение правительства России к продуктовой безопасности и после «турецкого инцидента»: провезённые в Россию овощи и фрукты не только содержали вредных и паразитических насекомых, но и вредоносную бактерию кишечной палочки [5]. Чтобы избежать повторения подобных инцидентов в будущем, правительство России кардинально пересмотрело требования к ввозимым товарам и ужесточило контроль над импортёрами из стран, которые обеспечивают поставки подавляющего большинства заражённой продукции.

Главной задачей правительства России в сфере экономической безопасности является обеспечение стабильного движения денежных потоков внутри страны и минимальный вывод средств за рубеж. Возможно это при обеспечении стабильной ситуации в стране, что и является нынешним вектором работы соответствующих министерств и законодательных органов [6].

Даже в условиях геополитических войн экономической безопасности России способствует укрепление связей со странами бывшего СССР и развитие отношений с новыми стратегическими экономическими партнёрами, в частности с Индией, Монголией, Китаем, Вьетнамом, странами Латинской Америки и желающими сотрудничать странами Европы [7]. Основными направлениями этой деятельности являются такие союзы, как: ЕАЭС, ШОС, ТС, объединение стран «Нового шёлкового пути», а также всевозможные торговые бизнес-площадки, открывающиеся в разных городах России: Казань, Москва, С.-Петербург, Новосибирск, Сочи и др.

Одним из важных элементов экономической безопасности России является создание ОЭЗ; ЗСТ (особых экономических зон; зон свободной торговли). Так, для этих зон предусмотрен особый порядок законодательства и экономи-

ческого партнёрства. Таких зон считанные единицы, однако уже в ближайшем будущем их количество может существенно возрасти [8].

Неотъемлемой чертой экономической безопасности любой страны является протекционистский элемент в отношениях внешней торговли [9], безусловно, политика фритредерства является экономически обоснованной и в определённых условиях более выгодной, однако в современных обстоятельствах – экономических войнах – в России этот способ должен в большей мере заменяться протекционизмом и поддержкой собственных продавцов и производителей товаров. Специалисты Министерства экономического развития России, указывая на членство в ВТО (смысл в которой был утрачен после начавшегося в 2014 г. противостояния санкций и эмбарго), считают, что, несмотря на его правила, политика поддержки отечественных производителей должна осуществляться в ещё большей степени, чем ранее [10].

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Суглобов А.Е. Экономическая безопасность предприятия: Учебное пособие для студентов вузов / А.Е. Суглобов, С.А. Хмелев, Е.А. Орлова. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2013. – 173–200 с.

2. Стратегия национальной безопасности Российской Федерации до 2020 года: указ Президента РФ от 12 мая 2009 г. № 537. - Информ.- правов. система «Эксперт-Гарант». - Версия от 10.11.16.

3. Глазьев С. Экономическая безопасность России: необходимые меры [Электронный ресурс]. - URL: http:// politobzor.net/show-28866-ekonomicheskaya-bezopasnost-rossii-neobhodimye-mery.html (дата обращения 19.12.2014).

4. Манохина Н.В. Экономическая безопасность: Учебное пособие / Н.В. Манохина, М.В. Попов, Н.П. Колядин, И.Э. Жадан; Под ред. Н.В. Манохиной. – М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. – 25-200 с.

5. Новости дня. Бизнес // Газета.т. - URL: http: //www. gazeta.ru/ business/news/2015/01/13/n_6817885.shtml. (дата обращения 13.11.2016)

6. Зиозетдинова А.Б. О современном состоянии общественного контроля в России / А.Б. Зиозетдинова, Р.Ф. Кутлиярова // Экономика и социум. – 2015. – №2(15). – 544–546 с.

7. Гулин К. Импортозамещение как инструмент активизации социально-экономического развития территорий / К. Гулин, Е. Мазилов, А. Ермолов // Проблемы развития территории. – 2015. – № 3. – С. 7–25.

8. Фальцман В. Импортозамещение в отраслях экономики России / / В. Фальцман // Проблемы прогнозирования. – 2015. – № 5. – С. 52–62.

9. Матвеева Е. Политика импортозамещения в России: проблемы и преимущества / Е. Матвеева // Экономика и предпринимательство. – 2015. – № 10-2. – С. 396–399.

10. Кравченко Л. Экономические санкции против России: вызовы и угрозы [Электронный ресурс]. - URL: http:// rusrand.ru/events/ekonomicheskie-sanktsii-protiv-rossii-vyzovy-i-ugrozy (дата обращения 12.11.2016).

ОСНОВНЫЕ ПРИНЦИПЫ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ИНФОРМАЦИОННОЙ БЕЗОПАСНОСТИ СТРАНЫ

Шарова Ю. А.
Нижегородский государственный университет им. Н. И. Лобачевского

Национальная безопасность всегда была, остается и будет необходимым оплотом для существования любого государства. Под ней принято понимать безопасность, которая обеспечивает целостность государства, совершенствование его законодательных, исполнительных структур, разрешение различного рода конфликтов [6].

В современном обществе одной из приоритетных государственных задач национальной безопасности выступает защита информации. Поэтому на протяжении нескольких десятков лет и на сегодняшний день актуально понятие «информационная безопасность».

Многие ученые по-разному трактовали понятие информационной безопасности. Например, один из крупных ученых в области методологии науки и техники А. Д. Урсул понимал под ней состояние защищенности основных сфер жизнедеятельности по отношению к опасным информационным воздействиям. Исследователь Г.Г. Феоктистов вкладывал такой смысл в рассматриваемое понятие: получение максимальной информации о потенциальных действиях своих оппонентов и минимальная утечка информации о своих планах.

Дорожкин А.В. и Ясенев В.Н. под обеспечением информационной безопасности подразумевают взаимосвязанное решение двуединой задачи: с одной стороны, защита информации от ее разрушения и несанкционированного обращения с нею, с другой – защита людей и информационно-управляющих систем от разрушающего воздействия информации [3, с. 812].

Целью данной статьи является анализ принципов обеспечения информационной безопасности страны. В Доктрине информационной безопасности Российской Федерации под информационной безопасностью понимают состояние защищенности ее национальных интересов в информационной сфере, определяющихся совокупностью сбалансированных интересов личности, общества и государства [1].

Мещеряков И. В. отмечает, что информация в настоящее время является одним из наиболее важных ресурсов в системе государственного управления.

Государственная информационная политика является неотъемлемой категорией внешней и внутренней политики страны [5, с. 53]. Успехи или неудачи информационной политики воздействуют на все сферы жизни общества и государства. По мнению Бельских И.Е., на фоне всевозрастающей интенсивности развития информационной инфраструктуры и интеграции в мировое информационное пространство с каждым днем эффективность функционирования политических и экономических институтов социума все больше зависит от качества информационной среды [2, с. 299].

Как пишет Мещеряков И.В., в условиях современного развития электронных коммуникаций и всевозрастающего потока данных обеспечить защиту информации становится все сложнее. Развиваются технологии, повышающие информационную и идеологическую уязвимость политических систем, на контроль за которыми государство направляет массу усилий [5, с. 54].

В этих условиях особое внимание нужно уделить классификации возможных угроз безопасности. В законе РФ «О безопасности» угрозы подразделяются на внешние и внутренние. К внешним источникам угроз относят прежде всего действия иностранных разведывательных структур, которые ставят перед собой различные цели в похищении информации: военные, космические, ядерные разработки и другое. Внутренние источники – это неблагоприятная криминальная обстановка в стране, незащищенность интересов граждан и низкий уровень правоприменительной практики.

Кандидат юридических наук А. Ю. Кирьянов выделил несколько, по его мнению, главных задач по защите национальных интересов в области информационной безопасности. Вот некоторые из них [4, с. 42]:

1. Формирование долгосрочной программы для выхода на новый уровень, сравнимый с международным в области информационных технологий.

2. Формирование гражданского общества, развитие науки и культуры путем свободы получения и распространения информации гражданами.

3. Формирование федеральных и законодательных центров сертификации систем элементов информационной защиты и др.

В доктрине информационной безопасности РФ рассматриваются такие принципы информационной безопасности [1]:

1. Соблюдение Конституции Российской Федерации, законодательства Российской Федерации, общепризнанных принципов и норм международного права при осуществлении деятельности по обеспечению информационной безопасности Российской Федерации.

2. Открытость в реализации функций федеральных органов государственной власти, органов государственной власти субъектов Российской Федерации и общественных объединений, предусматривающая информирование общества об их деятельности с учетом ограничений, установленных законодательством Российской .

3. Правовое равенство всех участников процесса информационного взаимодействия вне зависимости от их политического, социального и экономического статуса, основывающееся на конституционном праве граждан на свободный поиск, получение, передачу, производство и распространение информации любым законным способом.

4. Приоритетное развитие отечественных современных информационных и телекоммуникационных технологий, производство технических и программных средств, способных обеспечить совершенствование национальных телекоммуникационных сетей, их подключение к глобальным информационным сетям в целях соблюдения жизненно важных интересов Российской Федерации.

В статье российского политолога И. Л. Морозова выделяются нижеследующие виды информационно-психологического оружия, которое направляется против конкретного государства:

1. Системы дистанционного искажения или уничтожения информации: компьютерные вирусы, логические бомбы;

2. Системы хищения информации: электронные шпионы.

3. Системы комплексного воздействия на психику пользователей: мультимедийные сайты.

Государство может и должно защищаться свою информационную безопасность. Мерами противодействия информационному оружию являются контрдействия со стороны государства. М. Либицки предложил классификацию форм информационного противоборства:

1. Борьба с системами управления: предусматривает их физическое уничтожение и отсечение командных структур противника;

2. Информационно-разведывательные операции: предполагают оперативный сбор, обработку и доведение до конечного пользователя максимально полной информации о противнике в режиме реального или близком к реальному времени;

3. Электронная борьба: представляет собой снижение информационных возможностей противника. В соответствии с этим она подразделяется на радиоэлектронную (в частности, путем постановки активных и пассивных

помех), которая считается главным направлением, криптографическую (искажение и ликвидация собственно информации) и борьбу с коммуникационными системами противника;

4. Психологические операции: представляют собой комплекс мероприятий по распространению специально подготовленной информации для воздействия на эмоциональное состояние, мотивацию, аргументацию действий, принимаемые решения и поведение оппонентов в благоприятном для заказчика направлении;

5. Хакерская борьба: представляет собой действия с применением программных средств (программно-математическое воздействие на информационно-коммуникационные сети), направленные на использование, искажение, подмену или уничтожение информации, содержащейся в базах данных компьютеров и информационно-коммуникационных сетей, а также на снижение эффективности функционирования либо вывод из строя самих компьютеров и компьютерных систем;

6. Кибернетическая борьба: охватывает полный комплекс проблем и аспектов (организационные, доктринальные, стратегические, тактические, технические) ведения информационных операций ив настоящее время становится все более актуальной именно в

7. военной сфере;

8. Экономическая борьба: представляет собой комплекс методов и средств информационного воздействия в экономической сфере.

Представленный комплекс мер должен быть использован государством симметрично возникающим угрозам.

На наш взгляд, для достижения хорошего уровня безопасности в сфере информационных технологий необходимо постоянно проводить изучение и выявлять слабые места в системе обеспечения информационной защиты. Необходимы разработка эффективной системы получения информации, а также ужесточение законодательной базы, связанной с кибермошенничеством. Важна развитая система мониторинга состояния информационной безопасности для своевременного выявления угроз национальной безопасности. Необходимо создать механизм, который быстро будет выявлять нарушения в работе какого-либо субъекта, например предприятия.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Доктрина информационной безопасности Российской Федерации (утв. Президентом РФ 9 сентября 2000 г. № Пр.-1895) // Российская газета. – 2000. – № 187.

2. Бельских И. Е. Коммуникации в промышленном бизнесе: в поисках инновационной национальной стратегии / И. Е. Бельских // В сборнике: Информационная экономика: институциональные проблемы Материалы Девятых Друкеровских чтений. Под ред. Р. М. Нижегородцева. – М., 2009. С. 299–307.

3. Дорожкин А.В. Информационная безопасность как инструмент обеспечения экономической безопасности хозяйствующего субъекта / А.В. Дорожкин, В.Н. Ясенев// Экономика и предпринимательство. – 2015. – № 5 (ч. 1). С. 812–816.

4. Кирьянов А. Ю. Сущность информационного аспекта национальной безопасности Российской Федерации / А. Ю. Кирьянов // Международное публичное и частное право. – 2005. – № 3. – С. 42.

5. Мещеряков И. В. Государственная информационная политика как элемент системы национальной безопасности / И.В. Мещеряков // Молодой ученый. – 2016. – №1. – С. 553–556.

6. Нуждин Ю.Ф. Национальная безопасность в контексте современного политического процесса России: Теория и политика обеспечения: дис. … д-ра полит. наук / Ю.Ф. Нуждин. – М., 2002.

Секция 3. ПРОБЛЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ФИНАНСАМИ В СОВРЕМЕННЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ УСЛОВИЯХ

АНАЛИЗ ДЕТЕРМИНАНТ ДИВИДЕНДНОЙ ПОЛИТИКИ РОССИЙСКИХ КОМПАНИЙ

Бердинская А. А.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Одной из важнейших составных частей политики большинства крупных современных компаний является дивидендная политика, так как она влияет на инвестиционную привлекательность фирмы.

В корпоративных финансах политика выплат собственникам считается одним из наиболее спорных вопросов, поэтому она занимает важное место в исследованиях как зарубежных, так и отечественных ученых. Существует множество традиционных теорий дивидендной политики, в рамках которых чаще всего рассматривают влияние финансовых показателей на дивидендную политику организаций. Некоторые ученые анализируют, как сама дивидендная политика влияет на состояние и деятельность компании. Многие исследователи пытаются раскрыть особенности политики дивидендных выплат и их динамику, однако до сих пор не могут точно объяснить причины наблюдаемого поведения фирм. Таким образом, можно сказать, что до сих пор не существует согласованного мнения, касающегося формирования и реализации политики выплат собственникам.

Обращаясь к статистике в России, доля компаний, производящих дивидендные выплаты, как отмечает Александр Зальцман (Зальцман, 2015), сократилась с 95% (в 2003–2004 г.) до 48% в 2008 г. и в настоящее время находится в промежутке 47-49% (рис. 1) [1]. Среди компаний, чьи активы на декабрь 2013 г. превышали 10 млрд руб., число плательщиков дивидендов сократилось до 106, что наблюдалось в 2006 году.

Все вышеуказанные особенности и статистика свидетельствуют об актуальности исследования дивидендной политики компаний, торгующихся на российском фондовом рынке.

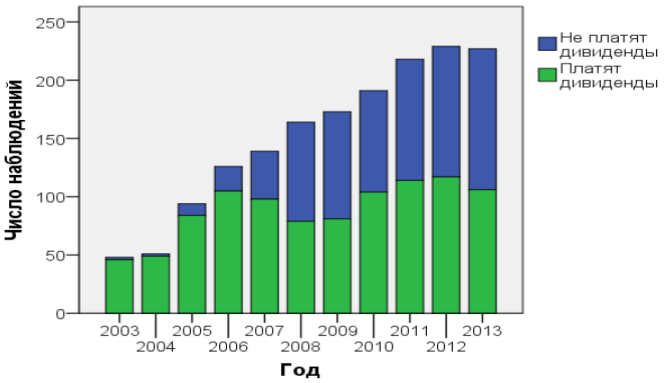


Рис.1 – Динамика соотношения количества российских фирм, которые платят и не платят дивиденды (источник: составлено автором на базе собственных расчетов)

Целью данной работы является анализ детерминант дивидендной политики российских компаний. В связи с поставленной целью были сформулированы следующие задачи: рассмотреть исследования российских и зарубежных авторов, касающиеся аспектов дивидендной политики и, создав выборку из российских компаний, выплачивающих дивиденды, определить, какие факторы ока-

зывают влияние на выплаты, и сделать выводы. Говоря о традиционных теориях дивидендных выплат, к наиболее распространенным относятся теория Модильяни-Миллера, теория налоговых предпочтений, сигнальная теория, агентская теория, модель Дж. Линтнера, теория жизненного цикла и др. Большинство из них основываются на двух предпосылках: рациональность экономических агентов и эффективность рынка, что не соответствует реальной ситуации.

Как утверждает И.В. Ивашковская, «…консенсус в вопросе формирования и реализации дивидендной политики до сих пор не достигнут» [2]. Одним из основных вопросов, интересующих одновременно и академическое сообщество, и топ-менеджеров компаний, является размер дивидендных выплат. Поэтому ученые и управляющие бизнеса изучают факторы, оказывающие влияние на выплаты акционерам [3-11].

Изучив традиционные теории и проанализировав эмпирические исследования, касающиеся дивидендной политики, было решено проверить влияние 6 факторов на дивидендную политику российских компаний:

ln(Div) – натуральный логарифм дивиденда на одну обыкновенную акцию;

Cover – коэффициент покрытия;

ln(Assets) – натуральный логарифм суммарных активов;

Profit – прибыль на одну акцию;

MCTE – отношение рыночной капитализации к собственному капиталу;

ROE – рентабельность капитала;

Lev – уровень финансового рычага.

Таким образом, модель будет иметь следующий вид:

$$Ln(Div)_{it} = const + a_1*Cover_{it} + a_2*ln(Assets)_{it} + a_3*ln(Profit)_{it} + a_4*MCTE_{it} + a_5*ROE_{it} + a_6*Lev_{it} + \varepsilon \quad (1)$$

Для анализа дивидендной политики российских компаний был выбран временной период с 2011 г. по 2014 г. Выбор промежутка именно с 2011 г. объясняется тем, что большинство подобных исследований проводилось для 2006-2010 гг., и имеет смысл рассмотреть более поздние данные.

Таким образом, в выборку попали 35 публичных компаний, которые производили дивидендные выплаты (дивидендные выплаты больше нуля) в период с 2011 г. по 2014 г., что составило 101 наблюдение. Вся информация о компаниях была найдена в базе данных «Руслана» (Ruslana).

Оценки при коэффициентах были найдены с помощью МНК, модель была протестирована на наличие автокорреляции и гетероскедастичности. Регрес-

сия оказалась значимой (Prob(F-statistic) = 0), R^2 составил 93%. Результаты представлены в табл. 1.

$$Ln(Div) = 2{,}452 - 0{,}004*Cover - 0{,}265*ln(Assets) + 0{,}875*ln(Profit) + 0{,}131*MCTE + 0{,}353*ROE - 0{,}176*Lev \quad (2)$$

Таблица 1 – Параметры разработанной модели

Зависимая переменная: натуральный логарифм дивиденда на акцию			
Показатель	**Коэффициент**	**t-statistic**	**Вероятность**
Const	2.452	2.972	0.004
Коэффициент покрытия	-0.004	-0.214	0.831
Натуральный логарифм активов	-0.265	-3.795	0.0001
Натуральный логарифм прибыли на акцию	0.875	21.738	0.0001
Отношение рыночной капитализации к собственному капиталу	0.131	5.158	0.0001
Рентабельность капитала (ROE)	0.353	2.197	0.031
Финансовый рычаг	-0.176	-2.185	0.031

Анализируя результаты построения регрессии, представленные в табл. 1, можно сделать вывод, что на дивидендную политику оказывают влияние 6 факторов (показатели значимы на 5% уровне значимости): суммарные активы (ln(Assets)), показатель прибыли на акцию (ln(Profit)), отношение рыночной капитализации к собственному капиталу (MCTE), рентабельность капитала (ROE), уровень финансового рычага (Lev).

Незначимость коэффициента покрытия в данном исследовании согласуется с результатами работы А. Ремана и Х. Такуми [4], которые исследовали рынок Карачи. Обратим внимание на коэффициенты при значимых факторах. На дивидендную политику положительно влияет показатель прибыли на акцию, отношение рыночной капитализации к собственному капиталу и показатель рентабельности капитала. Это означает, что при прочих равных условиях, чем больше прибыль предприятия, тем больше будут выплаченные дивиденды; чем больше отношение рыночной капитализации к собственному капиталу, тем больше выплаты акционерам; более рентабельные компании производят более высокие дивидендные выплаты. Данные результаты являются логичными и согласуются с рядом работ [3–10].

Однако, согласно полученным результатам, на дивидендную политику отрицательно влияют суммарные активы и финансовый рычаг. Знак «минус» при переменной натуральный логарифм активов можно объяснить тем, что все компании в выборке, за исключением ПАО «Северсталь», наращивали свои ак-

тивы за рассматриваемый период 2011–2014. Увеличение активов происходит как раз за счет прибыли, то есть фирмы имели меньше возможностей тратить большие суммы денежных средств на выплаты акционерам.

Отрицательный коэффициент при показателе финансовой леверидж подтверждает наличие финансовых ограничений, влияющих на дивидендную политику. Чем больше долг фирмы, тем большие проценты она должна выплачивать, а, значит, остается меньше денежных средств на дивиденды. Ряд ученых [3-8] в своих исследованиях также выявили отрицательную взаимосвязь между дивидендной политикой и финансовым рычагом. Важно отметить, что прибыль на акцию оказывает наибольшее влияние на размер дивидендных выплат (коэффициент при переменной натуральный логарифм прибыли на акцию 0.875).

Таким образом, дивидендная политика остается одним из наиболее обсуждаемых вопросов в корпоративных финансах. Причиной тому является множество мнений насчет факторов политики выплат акционерам и размера дивидендов. В данном исследовании было идентифицировано влияние 6 факторов на политику выплат собственникам капитала российских публичных акционерных обществ. Однако было бы также интересно посмотреть, как отличается дивидендная политика компаний из разных отраслей. Это могло бы стать продолжением работы, ведь каждый сектор экономики обладает определенными специфическими характеристиками, которые могут оказывать влияние на дивидендную политику.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Зальцман А.А. Финансовые и нефинансовые детерминанты дивидендного выбора : автореф. дис….канд. экон. наук: 08.00.10/ А. А.Зальцман; НИУ ВШЭ, Москва, 2015 – 204 с.

2. Ивашковская, И.В. Корпоративные финансовые решения. Эмпирический анализ российских компаний: (корпоративные финансовые решения на развивающихся рынках капитала). – М.: ИНФРА-М, 2012. – 280 с.

3. Aivazian, V., Booth, L., Cleary, S., 2003. Do Emerging Markets Firms Follow Different Dividend Policies from the U.S. Firms? Journal of Financial Research, Vol. 26, No. 3 (2003), pp. 371-387.

4. Rehman, A., Takumi, H., 2012. Determinants of Dividend Payout Ratio: Evidence from Karachi Stock Exchange (KSE). Journal of Contemporary Issues in Business Research, 2012, 1(1), pp. 20-27.

5. Al-Twaijry A.A., 2007. Dividend policy and payout ratio: evidence from the Kuala Lumpur stock exchange. The Journal of Risk Finance, 2007, 8 (4).

6. Amidu M., Abor J., 2006. Determinants of dividend payout rations in Ghana. The Journal of Risk Finance, No. 7 (2006).

7. Hafeez A., Attiya Y.J., 2010. Ownership Structure and Dividend Payout Policy in Pakistan. International Journal of Business Management and Economic Research, 2010, No. 1.

8. Fama, E.F., French, K.R., 2001. Disappearing Dividends: Changing Firm Characteristics or Lower Propensity to Pay? Journal of Financial Economics, 2001, 60 (1), pp. 3–43.

9. Omran, M., Pointon, J., 2004. Dividend Policy, Trading Characteristics and share prices: Empirical evidence from Egyptian firms. International Journal of Theoretical and Applied Finance, 2004, 7 (2), pp. 121–133.

10. Naceur, S., Goaied, M., Belanes, A., 2005. A Re-examination of Dividend Policy: A Dynamic Panel Data Analysis. Working Paper, Institut des Etudes Commerciales, 2005.

11. Naceur, S., 2006. On the Determinants and Dynamics of Dividend Policy. International Review of Finance, 2006, 6 (1–2), pp. 1–23.

БЕСКОНТАКТНЫЕ NFC-ПЛАТЕЖИ КАК НОВЫЙ ВИД УСЛУГ НА РОССИЙСКОМ РЫНКЕ

Вилкова Э. А.

Алтайский государственный университет

Актуальность данной работы заключается в том, что современную жизнь трудно представить без обычной пластиковой карты, ставшей своего рода электронным кошельком, упрощающим жизнь его пользователю. Однако, как отметил зампредседателя управления Сбербанка Лев Хасис, эра пластиковых карт подходит к концу [1]. Подтверждением этому служит современный рынок информационных технологий, предлагающий ряд мобильных платежей, удобством которых является процесс совершения покупки мгновенно, без бумажника или пластиковой карты с риском забыть пин-код. В реализации этой задачи упор сделан на использование телефонов (и иных гаджетов) для совершения быстрых и безопасных платежей с применением NFC-технологии.

NFC (Near Field Communication) – это технология, позволяющая обмениваться данными между устройствами на малых расстояниях до 10 сантиметров. Технология позволяет с помощью NFC-гаджетов оплачивать покупки и услуги бесконтактным способом, получать дополнительную информацию о товарах и т.п.

По оценкам маркетинговой исследовательской компании рынка Markets and Markets, в 2014 г. оборот бесконтактных платежей в мире по системе NFC составил около $4.9 млрд, а к 2018 г. ожидается его приближение к $10 млрд, причем 2016 г. станет переломной точкой, после чего количество POS-терминалов с поддержкой NFC в мире начнет резко расти и к 2018 г. составит 74.9 млн ед., а количество пользователей увеличится до 166 млн человек (в 2014 г. данный показатель составил 28 млн человек) [2].

В нашей стране NFC система впервые появилась в 2010-2012 годах. За реализацию этой инновации взялся крупный сотовый оператор МТС, протестировав оплату проезда в московском метро, одновременно к проекту присоединились Билайн и Мегафон. Сейчас система такого рода оплаты в московском метро активно функционирует. Для оплаты проезда достаточно поднести сотовый телефон, поддерживающий NFC, к считывающему устройству турникета. Для процесса оплаты потребуется SIM-карта со специальным приложением — «электронный кошелек», который можно загрузить через Интернет. Перед проходом в метро пользователь открывает приложение и прикладывает телефон к турникету, после чего со счета «электронного кошелька» SIM-карты пользователя списывается стоимость поездок, оплаченных по тарифу карты «Тройка». Услуга NFC-оплаты доступна в Москве на всех станциях метро, на всем наземном транспорте, пригородных электричках, в московском зоопарке, а также в крупных торговых центрах.

Первым банком, решившим реализовать новую технологию, был «Тинькофф банк», который разработал и сертифицировал в MasterCard собственное решение по подключению услуги бесконтактной оплаты в мобильном банке [3].

Первые пользователи мобильных NFC-платежей отметили положительные моменты технологии, которая позволяет: совершать мгновенные платежи. Достаточно поднести телефон к точке на POS-терминале, предварительно предупредив продавца о желании оплатить, дождаться светового и звукового сигнала и получить чек. Представители MasterCard отмечают, что покупки на сумму до 1000 рублей не потребуют дополнительной авторизации, но при оплате на большую сумму потребуется подпись на чеке [4]; оплачивать разные счета, используя один инструмент, имея единый центр платежей; совершать перевод средств между абонентами, что означает возможность передачи, например, денежных средств между двумя устройствами (планшетами, ноутбуками и т.д.); не беспокоиться о безопасности, так как безопасность операций осуществляется при помощи защищенного модуля (SE) – устойчивого к взлому чипа, который служит защищенным хранилищем данных пользователя и отвечает за совершение платежных операций, кроме этого специальная система Security защищает устройство от хакерских атак. Невозможно совершить оплату с одного устройства два раза, так как для повторной оплаты требуется вводить специальный код; система охватывает полную сферу обслуживания: метро, АЗС, авто-, авиа-, железнодорожные кассы и т.д.

Для банков выгоды от внедрения NFC-технологий очевидны и значительны: это повышение престижа банка, его конкурентоспособность на рынке без-

наличных платежей; внедрение банками в NFC-решений по облачной модели HCE серьезно улучшит показатели безналичного оборота; рост комиссионных доходов; расширение активной клиентской базы путем предоставления новой и удобной технологии.

Несмотря на то что технология имеет много положительных сторон для клиентов и для банков, имеются и отрицательные стороны. Во-первых, это цена смартфона, поддерживающего данную технологию, который стоит на порядок выше обыкновенного сотового телефона.

Во-вторых, менять пин-код приложения нужно раз в три месяца, чтобы обезопасить от несанкционированного взлома системы, которая уязвима для вирусов. Данные соцопросов показали, что из-за высокого уровня мошенничества на территории РФ пользователи не считают подобные платежи совершенно защищенными. В Санкт-Петербурге 67% респондентов имеют опасения в отношении безопасности, в Москве – 59%, 22% твердо отказываются использовать смартфон в качестве платежного средства именно из-за уверенности в небезопасности такого способа платежа [5].

В-третьих, нужно иметь при себе запасной телефон, чтобы в случае потери или кражи телефона с NFC-функцией была возможность связаться с банком и заблокировать карту.

В-четвертых, сумма платежа ограничивается платежной системой: владельцам карт MasterCard позволяется совершать NFC-операции не более чем на 1000 рублей за один раз.

В-пятых, NFC-технология только начала свое развитие на территории всей России, пользователи некоторых крупных городов могут ею воспользоваться пока в единичных местах.

Актуальной проблемой является внедрение NFC-терминалов на российский рынок банками и переоборудование уже действующих, так как это достаточно затратный проект. Кроме того, на рынке NFC-технологий действует еще одно главное заинтересованное лицо – это операторы связи, от которых в первую очередь зависит передача данных клиента. Поэтому для успешного массового внедрения бесконтактных платежей и операторам, и банкам стоит найти консенсус и создать стратегический альянс [6].

Чтобы распространение мобильных NFC-платежей на российском рынке было эффективным, нужно повышать информированность населения в этом вопросе. Несмотря на то что данная технология вовсе не нова для рынка, очень небольшой процент россиян когда-либо слышал о ней. Согласно исследованиям, проведенным в Москве компанией J’son and Partners Consulting, 41% опро-

шенных респондентов в возрасте от 18-35 лет слышали о мобильных NFC-платежах, а в Алтайском крае среди респондентов такого же возраста 90% о данном виде платежей ничего не знают. С другой стороны, респонденты показали осведомленность о возможности оплаты товаров и услуг с помощью телефона, но с технологией NFC они данные действия не связывают, что говорит о частичном отсутствии понимания связи между этими понятиями. Сами молодые люди заинтересованы в применении данного вида платежа, выдвигают на передний план простоту использования и экономию времени, а на второй – поощрительные бонусы при совершении покупок с помощью NFC.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Сбербанк: заканчивается эра банковских карт [Электронный ресурс]. URL: http://politpuzzle.ru/14956-sberbank-zakanchivaetsya-era-bankovskih-kart/ (дата обращения: 15.02.2016)
2. NFC mobile payment users worldwide from 2012 to 2018 (in millions). [Электронный ресурс]. URL: http://www.statista.com/statistics/461512/nfc-mobile-payment-users-worldwide (дата обращения: 18.02.2016)
3. Тинькофф Банк реализовал функцию NFC-платежей в мобильном банке [Электронный ресурс]. URL: http://www.plusworld.ru/daily/tinkoff-bank-realizoval-funkciu-nfc-platejey-v-mobilnom-banke/ (дата обращения: 21.02.2016)
4. Настоящий NFC-кошелек появился в России [Электронный ресурс]. URL: http://kiosksoft.ru/news/2013/06/03/3162.html (дата обращения: 11.01.2016)
5. Gemalto: 40% российской молодежи предпочли бы NFC-платеж с телефона использованию карты [Электронный ресурс]. URL: http://www.plusworld.ru/daily/gemalto-40-rossiyskoy-molodeji-predpochli-bi-nfc-platej-s-telefona-ispolzovaniu-karti/(дата обращения: 21.02.2016)
6. Резниченко А. NFC-революция на пороге? / А. Резниченко // Аналитический банковский журнал. – 2011. – № 5–6 (191). – С. 84– 67.

О СОВРЕМЕННОЙ МОДЕЛИ ФИНАНСОВОГО НАДЗОРА

Климова А. А.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Регулирование и надзор в банковской сфере выступают основным условием и фактором обеспечения финансовой стабильности.

Цели банковского надзора:

- поддержание финансовой стабильности и принятие мер по финансовому оздоровлению и санированию банков;

- обеспечение эффективности деятельности банков путем установления нормативов и требований к качеству активов и капитала;
- защита интересов населения, т.е. вкладчиков. Осуществление надзора за банками, которые не могут выполнить свои обязательства по отношению к вкладчикам.

С самого начала банковский надзор представляет собой совокупность действий, которые осуществляются органом банковского надзора. Банковский надзор также включает оценку внутреннего контроля, качества управления рисками, оценку финансового состояния банка.

На данный момент можно определить 4 модели организации банковского надзора. Первая модель основана на закреплении за центральными банками исключительных полномочий в области надзора и регулирования банковской сферы. Исторически эта модель была доминирующей. На данный момент она утратила свои позиции, однако по-прежнему используется.

Вторая модель, «Смешанная», где функции контроля и надзора выполняются специализированными органами при участии центрального банка и Министерства финансов.

Третья модель характеризуется тем, что контроль и надзор за банковской деятельностью осуществляется независимыми органами во взаимодействии с Министерством финансов и при опосредованном участии центрального банка.

Четвертая модель основана на решении о создании мегарегулятора на рынке финансовых услуг. Органы надзора здесь отделены от центрального банка.

Анализ типов и форм организации надзора и контроля банковской сферы показывает, что центральным является вопрос о характере и степени участия в данном процессе центральных банков.

В современном мире проявляется тенденция к созданию в развитых странах мегарегулятора и концентрации в нем надзорных функций. В современной мировой практике не существует единой модели мегарегулятора как со стороны норм регулирования, так и со стороны структуры, необходимой для их применения. Кроме того, существуют и разногласия по поводу необходимости создания независимого надзорного органа (рис. 1).

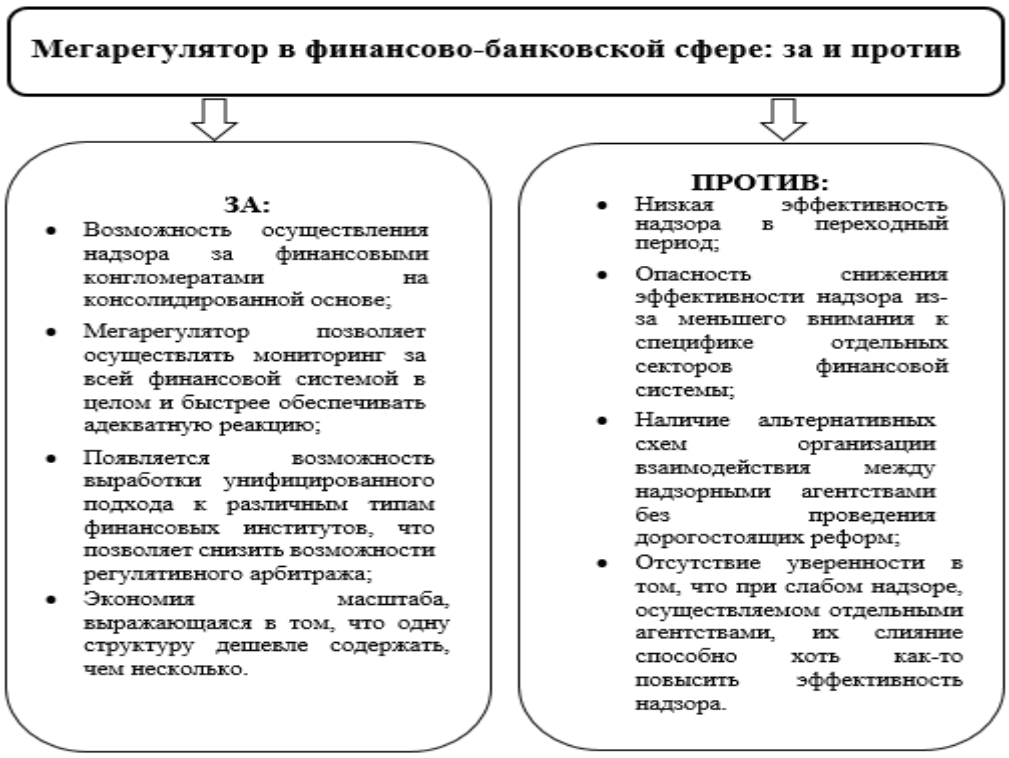


Рис. 1. – Мегарегулятор в банковской сфере: за и против
(источник: составлено автором на базе [1])

Переход к мегарегулятору поднял вопрос о роли центральных банков в новой модели финансового надзора. Характер взаимодействия между центральными банками и едиными надзорными органами не имеет однозначной оценки и трактовки.

Можно выделить 3 модели взаимодействия центрального банка и единого надзорного органа: английскую, немецкую и ирландскую.

Английская модель характеризуется существенным ослаблением полномочий Банка Англии после создания Управления Финансовых Услуг (Financial Services Authority, УФУ). Взаимодействие УФУ и Банка Англии координируется Комитетом по финансовой стабильности (Standing committee).

Немецкая модель характеризуется сохранением, а в некоторых случаях и усилением роли центрального банка в процессе надзора и регулирования рынка финансовых услуг. Немецкий мегарегулятор выносит предупреждения институтам рынка финансовых услуг или принимает решения об их закрытии. Центральный банк Германии занимается оперативной деятельностью в области надзора.

Ирландская модель характеризуется существованием мегарегулятора внутри центрального банка. Несмотря на то, что мегарегулятор остается частью

центрального банка, он имеет обособленный Совет директоров, который назначается министерством финансов.

В сущности, мегарегулятор не может быть полностью отделен от центрального банка. Любой кризис в банковской сфере неизбежно приведет к обращению к функциям центрального банка. Таким образом, между центральным банком и мегарегулятором существуют тесные взаимоотношения.

В заключении стоит затронуть целесообразность создания мегарегулятора в Российской Федерации. На данной момент в России слабо развиты и интегрированы между собой финансовые рынки и институты. Кроме этого, для России могут оказаться актуальны формы финансового регулирования и надзора, которые основаны на неформальном соглашении между регуляторами о взаимодействии и выработке политики, направленной на достижение общих приоритетов.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Фролова М.М. Влияние финансовых рынков на экономическую безопасность государства / М.М. Фролова, К.А. Ганкевич, К.И. Колесов // Экономическая безопасность России: проблемы и перспективы. – 2015. – С. 209–213.
2. Ганкевич К.А. Методологические аспекты управления рисками: оценка рисков / К.А. Ганкевич, К.И. Колесов //Актуальные вопросы экономики, менеджмента и инноваций. – 2015. – С. 113–116.
3. Ганкевич К.А. Методологические аспекты управления рисками / К.А. Ганкевич, А.С. Узбекова // Актуальные вопросы экономики, менеджмента и инноваций. – 2015. – С. 116–118.

ОСОБЕННОСТИ ИНВЕСТИЦИОННОГО РАЗВИТИЯ ПЕРМСКОГО КРАЯ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Ксенофонтов М. А.

Пермский государственный национальный исследовательский университет

Инвестиции являются одним из основных условий роста и развития экономики как на микроуровне, то есть на уровне конкретных предприятий, так и на макроэкономическом уровне региона.

На сегодняшний день к современным условиям, определяющим экономическое развитие региона и процесс привлечения в него инвестиций, можно отнести экономический кризис и действие экономических санкций. В этой связи считаем целесообразным выявить особенности инвестиционного развития

Пермского края в современных условиях, на основании которых необходимо разрабатывать дополнительные меры государственной поддержки производств и выстраивать политику конкретного предприятия.

Необходимо отметить, что в Пермском крае к основным отраслям экономики относятся машиностроительная, нефтехимическая, металлургическая и пр., которые в большей или меньшей степени зависимы от изменения кризисных условий и действия экономических санкций. Проанализировав данные по Пермскому краю, мы можем сказать, что вклад в ВРП от промышленных предприятий основных отраслей составляет порядка 55%, что говорит об индустриальной направленности экономики края в целом.

Так, в 2014 г. отмечено замедление темпов инвестиционной деятельности организаций в Пермском крае. Кроме того, закрытие иностранных рынков капитала снизило ресурсную базу пермских банков, а кредитные организации, которые попали под действие экономических санкций, лишились доступа к среднесрочному и долгосрочному финансированию. Темпы прироста инвестиций в основной капитал с начала года достаточно быстро снижались и в конце 2014 г. колебались уже в отрицательной области: минус 19.6% в четвертом квартале. Объем инвестиций в основной капитал по итогам 2014 г. составил 93.6 млрд. руб., или 103.1% к уровню 2013 года. По итогам 2015 г. наблюдается снижение объема капитальных вложений предприятий и организаций города Перми до 15%. Объем инвестиций в основной капитал составляет около 79.7 млрд руб., что на 30% ниже значения Прогноза 2015-2017 гг.[1].

Для сравнения, объём инвестиций в экономику Пермского края в 2013 г. был почти 220 млрд рублей. По приросту инвестиций Пермский край был абсолютным лидером в Приволжском федеральном округе [1].

Говоря о государственных инвестициях, необходимо отметить, что оборонная промышленность края в 2015 г. привлекла более 38 млрд руб. из государственного бюджета. По итогам 2015 г. восемь предприятий края получили федеральную поддержку в объеме 7.8 млрд руб. и ещё 1 млрд руб. – запланированными субсидиями. Всего в промышленности края реализуется 20 крупных инвестиционных проектов. Общая сумма инвестиций 185 млрд руб. [3].

Говоря о воздействии экономического кризиса на инвестиционное развитие Пермского края, необходимо подчеркнуть, что данный фактор оказал как положительное влияние (в виде возможности развития внутренних рынков) (см. табл. 1), так и отрицательное воздействие в форме закрытия доступа к иностранным финансовым рынкам.

Таблица 1 – Воздействие экономического кризиса на инвестиционное развитие Пермского края

Вид инвестиций	Положительное влияние	Отрицательное влияние
Частные инвестиции	- развитие внутреннего рынка (межрегионального и внутрирегионального)	- закрытие доступа к иностранным финансовым рынкам
Государственные инвестиции	- развитие государственно-частного партнерства	- сокращение финансирования государственных программ

Применительно к государственным инвестициям необходимо отметить дополнительные возможности для развития государственно-частного партнерства: в условиях постоянного сокращения бюджетного финансирования регион вынужден искать дополнительные источники финансирования.

Экономические санкции, в свою очередь, определили переориентацию финансовой деятельности предприятий на рынки Китая и Евразийского экономического союза, стран БРИКС (см. табл. 2); а также необходимость разработки дополнительных мер государственной поддержки для предприятий (например, в виде налоговых льгот для бизнеса через субсидирование и пр.) [2].

Таблица 2 – Воздействие экономических санкций на экономическое развитие Пермского края

Вид инвестиций	Положительное влияние	Отрицательное влияние
Частные инвестиции	- переориентация на рынки Китая и Евразийского экономического союза, а также стран БРИКС; - отсутствие конкуренции со стороны западных инвесторов	- отказ инвесторов из США, Канады, стран Евросоюза от вложений в проекты, реализуемые на территории края; - закрытие иностранных рынков капитала для банковского сектора
Государственные инвестиции	- налоговые льготы для бизнеса через субсидирование	- общее сокращение инвестиционных вложений в связи с сокращением государственного бюджета

Необходимо сказать и об отрицательном влиянии данного фактора: а именно, отказе инвесторов из США, Канады, стран Евросоюза от вложений в проекты, реализуемые на территории края; недоступность иностранных рынков капитала для банковского сектора, а также общее сокращение инвестиционных вложений в связи с сокращением государственного бюджета.

На основании вышеизложенного нам представилось целесообразным предложить некоторые меры, которые могут способствовать активизации инвестиционной активности предприятий и повышению уровня инвестиционного развития края в целом (см. табл. 3).

Необходимо также отметить, что инвестиционное развитие края определяется также целым рядом внутренних причин, которые носят комплексный ха-

рактер и достаточно сложно определить степень и характер их влияния на инвестиции в крае.

Таблица 3 – Перспективы инвестиционного развития Пермского края

Вид инвестиций	**Государственные меры поддержки**	**Действия частных компаний и организаций**
Частные инвестиции	- развитие института государственно-частного партнерства в Пермском крае (например, строительство Аэропорта и пр.)	- расширение региональных связей; - освоение муниципальных рынков; - кооперативная работа с вузами в рамках договоров о взаимодействии с целью привлечения высококвалифицированных кадров
Государственные инвестиции	- перераспределение средств в пользу основных отраслей экономики; - разработка мер налоговой поддержки; - локализация основных видов производств (например, сосредоточение ОАО Протон-ПМ в г. Звездный и пр.); - развитие наукоемких производств за счет взаимодействия с вузами, научными институтами.	- в условиях отсутствия иностранных конкурентов участие в реализации крупных государственных проектов

Тем не менее, к основным мерам государственной поддержки в современных условиях можно отнести развитие института государственно-частного партнерства в Пермском крае (например, строительство Аэропорта и пр.); перераспределение средств в пользу основных отраслей экономики; разработку мер налоговой поддержки; локализацию основных видов производств (например, сосредоточение ОАО Протон-ПМ в г. Звездный и пр.); развитие наукоемких производств за счет взаимодействия с ВУЗ-ми и научными институтами.

Увеличить инвестиционную активность предприятий может расширение региональных связей за счет муниципальных рынков, а также кооперативная работа с вузами в рамках договоров о взаимодействии с целью привлечения высококвалифицированных кадров.

Пермский край имеет большой потенциал, который можно и нужно реализовать, но остаётся ряд проблем и преград, мешающих развитию экономики края и привлечению инвестиций – санкции, низкая цена на нефть и маленький процент инновационной продукции.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Пермский край в цифрах. 2015: Краткий статистический сборник / Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Пермскому краю. – Пермь, 2015.
2. Проект Концепции промышленной политики Пермского края до 2020 года. Министерство промышленности, предпринимательства и торговли Пермского края, г. Пермь 2014. Официальный сайт торгово-промышленной палаты Пермского края [Электронный ресурс]. URL: http://permtpp.ru/upload/iblock/f05/kontseptsiya-promyshlennoy-politkii.pdf (дата обращения 16.03.2016)
3. Инвестиционный портал города Перми [Электронный ресурс]. URL: http://invest.gorodperm.ru/ (дата обращения 21.10.2016).

ПРОБЛЕМА УПРАВЛЕНИЯ ФИНАНСАМИ ГОРОДСКОГО ОКРУГА г. АРЗАМАС В СОВРЕМЕННЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ УСЛОВИЯХ

Проняева К. А.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

В бюджетной системе Российской Федерации местные бюджеты являются самыми многочисленными. Они выполняют существенную роль в финансировании местных потребностей, в обеспечении защиты населения, проживающего на данной территории [1]. Таким образом, проблема финансового обеспечения местного самоуправления остается актуальной и в настоящее время. Исследование влияния местного бюджета на экономику страны в целом всегда волновало, этому посвящено достаточное количество трудов ученых, среди которых наибольший вклад внесли В.П. Кузнецов, И. Озерова и др.

Бюджетом муниципального образования (местным бюджетом) называется формирование и расходование денежных средств в течение финансового года. Данные средства предназначены для решения задач и выполнения функций местного самоуправления через исполнение расходных обязательств соответствующего муниципального образования.

С помощью местных бюджетов обеспечивается финансирование здравоохранения, формирование, утверждение и исполнение местных бюджетов, контроль за их исполнением осуществляется органами муниципальных образований самостоятельно [2].

В основе бюджетного процесса лежит Бюджетный кодекс РФ (ст. 9), а также нормативные акты, принятые органами местного самоуправления [1].

Особенности бюджетного процесса проявляются в процессе его исполнения в доходной и расходной части. Доходы муниципальных образований в соответствии с Бюджетным кодексом РФ формируются за счет собственных доходов и доходов в виде отчислений от федеральных и региональных регулирующих налогов и сборов [1].

Расходами местного бюджета являются средства, выделяемые из местного бюджета для решения задач по осуществлению государственных полномочий, переданных органам местного самоуправления; на обеспечение решения задач местного значения и развития [3].

Формирование и исполнение местного бюджета, его особенности на современном этапе рассмотрим на примере городского округа города Арзамас (табл. 1).

Таблица 1 – Доходы бюджета городского округа города Арзамас [4]

Виды доходов	**Сумма**	**Структура, %**
Налоговые доходы	668432.4	35.6
Неналоговые доходы	185750.3	9.9
Безвозмездные поступления	1021659.6	54.4
Итого	1875842.3	100

Структура, планируемая по статьям доходов бюджета, показала, что основные поступления ожидались по статье безвозмездные поступления. 35.6% из всех поступлений налоговые, а неналоговых около 10%.

Сравнение фактической структуры доходов бюджета городского округа города Арзамас за 2015 год (табл. 2) с планируемыми показателями позволило сделать ряд выводов. Структура фактическая отклонялась от планируемой. Удельный вес налоговых доходов ниже на 0.9% плановой величины, неналоговые – на 1.7 %, а безвозмездные поступления почти на 3% были выше запланированной доли и составили 57.3%.

Таблица 2 – Структура доходов бюджета городского округа г. Арзамас за 2015 г.

Виды доходов	**По плану, %**	**Фактически, %**	**Отклонения, %**
Налоговые доходы	35.6	34.5	-0.9
Неналоговые доходы	9.9	8.2	-1.7
Безвозмездные поступления	54.4	57.3	2.9
Итого	100	100	-

Невыполнение налоговых поступлений может говорить о снижении деловой активности налогоплательщиков, снижении объемов в структуре доходов. Также снижение налоговых поступлений было вызвано, в силу объективных обстоятельств, некоторым снижением объемов деятельности градообразующих предприятий ПАО «АМЗ» и АО «АПЗ» и, соответственно, уменьшением уплаченных ими суммы налогов.

К соответствующему периоду прошлого года отмечается рост поступления доходов на 10776.3 тыс. руб., или на 2.8%. Уровень исполнения к уточненному годовому плану по доходам 2015 г. составляет 22,2%, что ниже уровня исполнения за 2014 г., когда он составил 23.6%.

В сравнении с аналогичным периодом прошлого года наблюдается увеличение налоговых доходов на 26142.4 тыс. руб., или 23.4%. Данное увеличение обусловлено увеличением на 26269.9 тыс. руб., или на 39.1% налога на доходы физических лиц за счет увеличения норматива отчисления НДФЛ с 23.3% в 2014 г. до 29.7% в 2015 году. Также уменьшены Министерством финансов Нижегородской области дотации и субсидии на выплату зарплаты работникам бюджетной сферы. В связи с этим изменилась структура доходов.

Отклонение фактической структуры доходов от запланированной дополнено исследованием структуры расходов (табл. 3) [4].

По факту исполнения местного бюджета за 2015 г. в структуре расходов городского бюджета наибольший удельный вес занимают разделы:

- образование 62.9%
- жилищно-коммунальное хозяйство 9.7%
- общегосударственные расходы 8.5%.

Таблица 3 – Структура расходов бюджета городского округа г. Арзамас за 2015 г.

Виды расходов	**Структура расходов, %**		**Отклонения, %**
	Планируемая	**Фактическая**	
1. Общегосударственные вопросы	9.6	8.5	-1.1
2. Национальная безопасность и правоохранительная деятельность	0.9	0.7	-0.2
3. Национальная экономика	4.7	4.7	0
4. Жилищно-коммунальное хозяйство	13.4	9.7	-3.7
5. Охрана окружающей среды	0	0	0
6. Образование	56.9	62.9	6

7. Культура и кинематография	5.9	6.1	0.2
8. Социальная политика	3.0	1.7	-1.3
9. Физическая культура и спорт	3.7	3.6	-0.1
10. Средства массовой информации	0.3	0.3	0
11. Обслуживание государственного муниципального долга	1.6	1.8	0.2
Итого расходов	100	100	

Анализ общей суммы доходов и расходов показал, что по итогам фактического исполнения бюджета городского округа город Арзамас за 2015 г. расходы превысили доходы. В результате дефицит бюджета составил 47846.3 тыс. руб.

Таким образом, по сокращению дефицита местного бюджета в 2016 г. и на дальнейшие годы можно предложить следующие меры:

1. Организационно-управленческие меры:

Взаимодействие органов исполнительной власти области и органов местного самоуправления при рассмотрении вопросов исполнения местного бюджета на протяжении финансового года. В процессе взаимодействия предлагаются на муниципальном уровне следующие мероприятия:

- корректировка планов мероприятий по повышению поступлений налоговых и неналоговых доходов;
- увеличение ставок и отмены льгот по земельному налогу, уплачиваемому организациями, начиная с 2016 года.

2. Административно-директивные меры:

- сокращение кредиторской задолженности местных бюджетов;
- оптимизация расходов местных бюджетов, повышение эффективности расходов местного бюджета с дальнейшим внесением изменений в нормативные правовые акты о местных бюджетах.

3. Контрольные меры: усиление контроля по недопущению принятия органами местного самоуправления города бюджетных обязательств, необеспеченных назначениями, предусмотренными решениями о местном бюджете.

Подобные меры по управлению бюджетным дефицитом в условиях необходимости финансовой стабилизации территорий позволят обеспечить сбалансированность бюджета и умеренную долговую нагрузку с постепенным выходом на бездефицитный бюджет муниципального образования.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Бюджетный кодекс Российской Федерации (БК РФ) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://base.garant.ru (дата обращения: 2.11.2016).

2. Дементьев Д.В. Бюджетная система Российской Федерации: учебник / Д.В. Дементьева. - М.: КноРус, 2013. – 354 с.

3. Мысляева И.Н. Государственные и муниципальные финансы: учебник/ И.Н. Мысляева. – М.: Инфра-М, 2014. – 368 с.

4. Официальный портал органов местного самоуправления города Арзамас [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://арзамас.рф/ (дата обращения 2.11.2016).

ПРОБЛЕМЫ ФИНАНСОВОГО УПРАВЛЕНИЯ НА ПРЕДПРИЯТИИ В СОВРЕМЕННЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ УСЛОВИЯХ

Семеркина Е. В.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

В современном мире от знания проблем финансового управления на предприятии зависит существование каждой организации и в целом благосостояние страны. Управление присуще всем сферам производства, а правильное управление финансами позволит организации быть финансово устойчивыми и финансово независимыми.

Под финансами понимаются экономические взаимоотношения, возникающие в процессе формирования, распределения, перераспределения, использования денежных доходов и накоплений у субъектов хозяйствования и государства [1]. Также необходимо отметить, что финансы обязательно сопровождаются движением наличных и безналичных денежных средств. К движениям денежных средств относятся также перечисление налоговых платежей в доходы государственного бюджета, внесение средств во внебюджетные или благотворительные фонды.

Финансовое управление выполняет три основные задачи:

- финансовый анализ и финансовое планирование;
- обеспечение предприятия финансовыми ресурсами (управление источниками финансовых ресурсов);
- распределение финансовых ресурсов (управление активами и капиталом) [2].

Существует ряд основных проблем в области управления финансами предприятий в современных условиях. Такая проблема, как методология должна стать главной у российских предпринимателей и финансистов на ближайшие пять

лет. У большинства компаний проблемы растут отсюда. Методология сравнима с термином технология в производстве, т.е. как и что работает, по каким принципам и правилам. Если предприниматель воспринимает финансы только через призму бухучета и уплаты налогов, получить максимум от такой системы невозможно, то есть нужно ставить правильные, амбициозные планы, цели и задачи. В каждой компании должны быть свои внутренние стандарты, то есть правила, принципы, формулирующие основные внутренние алгоритмы управления бизнесом (регламенты и положения). Проблема вытекает из неквалифицированного персонала. Для применения методологии нужен качественный финансист-методолог, основной целью которого будет обеспечение комплексного методологического сопровождения всех направлений учета компании (бухгалтерского, налогового, управленческого), позволяющего разрабатывать, контролировать исполнение и оперативно актуализировать учётные политики, инструкции, регламенты работы финансовой дирекции. Он также даст не просто расчёт прибыли, а гарантирует от неправильно расчета прибыли. Исследователи этого вопроса уверены, что в трех случаях из пяти российские компании неправильно считают прибыль. Парадоксально, но факт: оказывается и прибыль можно посчитать неправильно. В обязанности финансиста входят расчет необходимых и ожидаемых затрат в течение определенного периода времени: недели, месяца, квартала, года.

Он должен быть уверен в максимизации финансового результата компании, т.е. необходимо верное и точное формирование себестоимости, оптимальное ценообразование. Сложность финансового управления увеличивается с увеличением масштабов предприятия, отсюда все больше возрастает роль эффективного финансового менеджмента [3].

Одна из ведущих проблем управления финансами предприятий – проблема «оздоровления» финансов. Главным недостатком «оздоровления» финансов является акцентирование только на восстановление платежеспособности предприятия, которое происходит на начальном этапе оздоровления, для недопущения развития ситуации банкротства. Финансовое оздоровление предполагает создание условий для стабилизации его платежеспособности и финансовой устойчивости. Необходим определенный базис поддержания долгосрочной финансовой состоятельности предприятия, который в итоге создаст максимально эффективное использование всех его активов для реализации потенциальных возможностей предприятия. Реализация комплексного подхода, затрагивающая не только финансовую сферу предприятия, но и маркетинговые инструменты

(процессы реорганизации и повышения производственной эффективности) поможет достичь оптимальных результатов.

Еще одной проблемой является то, что некоторые современные компании в своей деятельности до сих пор применяют стиль управления, оставшийся со времен плановой экономики. Выполнение плана производства любой ценой говорит об успешности деятельности предприятия социалистической системы. Можно сказать, что для руководителя компании главной задачей является осуществление государственного заказа по производству продукции, а не получение прибыли. Слаженная система управления и финансовое управление производством играет второстепенную роль. В условиях рыночной экономики акцент делается на финансовое, а не на производственное планирование, в результате чего есть необходимость изменения структуры и направленности информационных потоков. Современные технические и программные средства обработки и передачи информации позволяют решить данную проблему [1].

Таким образом, вопрос самой технологии постановки управления внутри фирмы позволяет правильно сформировать современный финансовый менеджмент на предприятии. Перестройка механизма управления всего предприятия с учетом требований финансовой прозрачности позволит добиться необходимых результатов. Например, для крупных предприятий бюджетное управление является наиболее эффективной системой управления.

Есть необходимость разработки соответствующей организационной структуры управления с разделением производства на бизнес-единицы. Необходимо улучшить организацию работы финансовой службы таким образом, чтобы была возможность получать информацию по таким направлениям работ, как объекты финансового управления, управленческие процессы, в которые входят планирование, анализ, прогнозирование, финансовые потоки. Решению ряда проблем в управлении будет способствовать методологическая оснащенность финансовой службы с помощью способов, методов, принципов современного финансового управления, подготовка персонала к работе в новых условиях.

Стандартизация управленческого учета всего предприятия в целом и для каждого звена в отдельности является также необходимостью на предприятии. К стандартам учета относят: формы отчетности, сроки, систему информационных потоков, документооборота и т.д. В бухгалтерии предприятия важно достичь сопряжения управленческого финансового учета и бухгалтерского, т.к. именно бухгалтерия является основным источником фактической финансовой информации. Целью этого этапа является обеспечение оперативного поступле-

ния и обобщение необходимой финансовой информации согласно требованиям, определенным в ходе работ [4].

Все вышеперечисленные мероприятия необходимо автоматизировать с помощью современных компьютерных технологий и программного обеспечения.

Финансовое состояние предприятия на сегодняшний день зависит от того, насколько своевременно происходит оплата продукции или услуг, т.к. любая задержка поступления выручки в геометрической прогрессии генерирует рост кредиторской задолженности предприятия, штрафных санкций за просрочку платежей, приводит к необходимости привлекать банковские кредиты для пополнения оборотных средств. Возникновение напряженности в коллективе, социальное ухудшение отношений с поставщиками также являются основными проблемами на предприятии.

Промежуточное звено между отгрузкой и поступлением средств за готовую продукцию обеспечивает процесс реализации продукции и является дебиторской задолженностью. Безнадежные долги составляют часть дебиторской задолженности. Данная задолженность увеличивает текущие финансовые потребности компании, такие как: закупка материалов, сырья, вложенные в запасы готовой и уменьшенные на сумму кредиторской задолженности. Размер дебиторской задолженности организации в развитой рыночной экономике определяется объемами реализации, а также продуманностью и эффективностью администрирования кредитной политики. На ее величину также оказывают влияние состояние конкурентной среды, система расчетов в организации, уровень инфляции, соотношение дебиторской и кредиторской задолженности, а также величина сомнительной задолженности [1].

Если учитывать тот факт, что на счете предприятия произошло накопление денежных средств в сумме больше тех, которые необходимы для финансовых потребностей, то их необходимо разместить в краткосрочные финансовые вложения для поддержания ликвидности предприятия путем временного размещения свободных денежных средств и получения дополнительного дохода. Это может осуществляться в виде вложений на счет под проценты, за счет чего предприятие может зарабатывать доход на разнице процентов, начисляемых по счетам. К краткосрочным финансовым вложениям можно отнести займы другим предприятиям, а также приобретение высоколиквидных ценных бумаг и получение дохода от операций их купли-продажи.

Из всего вышесказанного можно сделать вывод, что нормализация финансовых ресурсов предприятия осуществляется за счет правильного управле-

ния финансами. Правильное и качественное распределение финансов поможет добиться высоких результатов и наибольших доходов.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Екимова К.В., Шубина Т.В. Финансы организаций (предприятий) / К.В. Екимова, Т.В. Шубина. – М.: Издательство: ДРОФА. 2015. – 384 с.
2. Володин А.А. Управление финансами. Финансы предприятий: Учебник. - 2-е изд. / Под ред. А.А. Володина. – М.: ИИФРА-М. 2011. – 510 с.
3. Лазутина А.Л. Проблемы корпоративного управления в российском бизнесе / А.Л. Лазутина, А.А.Танцынов // В сборнике: Индустрия туризма и сервиса: состояние, проблемы, эффективность, инновации сборник статей по материалам II Международной научно-практической конференции. – 2015. – С. 90–95.
4. Информационно-аналитический портал Финансы.ру [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.finansy.ru (дата обращения: 23.10.2016).

РОЛЬ АНАЛИЗА ФИНАНСОВОЙ ОТЧЕТНОСТИ В ОЦЕНКЕ ФИНАНСОВОГО СОСТОЯНИЯ БИЗНЕСА

Терехова А. Б.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

В любой сфере деятельности трудно переоценить значение информации. В условиях рыночной экономики от достоверности и качества полученных данных зависит дальнейшее развитие бизнеса, его дальнейший успех.

В настоящее время проблема оптимизации финансового состояния бизнеса становится все более актуальной. По данным Федерального реестра сведений о фактах деятельности юридических лиц, количество обанкротившихся предприятий в Приволжском федеральном округе с 2005 по 2015 гг. увеличилось в 2 раза [1]. Для улучшения сложившегося положения необходимо проводить комплексный анализ бухгалтерской финансовой отчетности, разработать рекомендации по повышению финансовых результатов.

Для оценки финансового состояния организации необходимо использовать бухгалтерскую отчетность, так как она является единственным источником полной информации об использовании ресурсов предприятия и о результатах его работы. Анализ бухгалтерской финансовой отчетности является основой для принятия управленческих решений. С его помощью можно определить характеристики и области деятельности организации, оказывающие значимое

влияние на финансовые показатели фирмы, что, в свою очередь, поможет грамотно разработать финансовую стратегию предприятия.

Анализ финансового состояния имеет большое значение не только для собственников и менеджеров, которым необходимо иметь достоверную информацию для прогнозирования будущих условий деятельности организации и принятия управленческих решений, но и для третьих лиц (инвесторов, контрагентов), которым важно иметь полное представление о возможных рисках, связанных с сотрудничеством с данной компанией.

Финансовый анализ предполагает последовательное обнаружение слабых и сильных сторон организации. Основной целью финансового анализа является оценка данных из бухгалтерской отчетности, рассмотрение имеющихся сведений и разработка на этой базе новой информации, на основе которой впоследствии будут приниматься управленческие решения руководящим составом фирмы [2, 3].

Так, анализ бухгалтерской финансовой отчетности может выполняться в несколько этапов:

1. Предварительный анализ бухгалтерской отчетности предприятия. Предполагает общую оценку финансово-хозяйственной деятельности фирмы, в ходе которой рассматриваются, по большей мере, итоговые данные. Полученные показатели рассматриваются в динамике, а также сравниваются с ожидаемыми и средними по отрасли значениями. Преимуществами этого анализа являются оперативность, простота расчетов, но результаты получаются крайне ненадежными. В процессе предварительного анализа выявляются направления для дальнейшего детализированного финансового анализа.

2. Углубленный анализ бухгалтерской отчетности предприятия. Предполагает детализированный расчет показателей определенной направленности. Отличается высокой трудоемкостью аналитических процедур, при этом гарантируется высокая надежность полученных результатов.

3. Обобщение результатов, прогнозирование и разработка рекомендаций, направленных на совершенствование финансового состояния предприятия. На этом этапе определяются финансовые перспективы развития предприятия, планируются финансовые потоки.

Бухгалтерская финансовая отчетность включает в себя показатели, которые отображают непосредственно количественную сторону финансово-хозяйственной деятельности предприятия, что позволяет эффективно распределять материальные, финансовые, трудовые ресурсы.

Таким образом, финансовый анализ бизнеса заключается в рассмотрении финансового положения организации и финансовых результатов на основе данных бухгалтерской отчетности и является основой для принятия управленческих решений, направленных на совершенствование экономической стратегии предприятия. При этом главным в данном случае является оценка финансово-хозяйственной деятельности организации относительно будущих условий развития.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Единый федеральный реестр юридически значимых сведений о фактах деятельности юридических лиц, индивидуальных предпринимателей и иных субъектов экономической деятельности [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.fedresurs.ru/ (дата обращения: 10.11.2016).
2. Донцова Л.В. Комплексный анализ бухгалтерской отчетности / Л.В. Донцова, Н.А. Никифорова. – 4-е изд., перераб. и доп. – М.: Издательство «Дело и Сервис», 2013. – 304 с.
3. Пястолов С.М. Анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия / С.М. Пястолов. – 3-е изд. – М.: Изд. центр «Академия», 2004. – 336 с.

ФИНАНСОВАЯ БЕЗГРАМОТНОСТЬ НАСЕЛЕНИЯ КАК НЕГАТИВНЫЙ ФАКТОР РАЗВИТИЯ ГОСУДАРСТВА И ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

Худякова А. М.
Чувашский государственный университет им. И.Н. Ульянова

Быть финансово грамотным – качество, которое является действительно важным для современного человека. Однако большинство людей им не обладают, что является одной из проблем XXI века.

Практически каждый день человек напрямую сталкивается с финансами и очень часто даже не знает или не понимает, как ими можно правильно воспользоваться. В течение всей жизни через руки человека проходит много денежных средств, поток которых человеку необходимо контролировать.

В настоящее время вокруг нас существует огромное количество возможностей. В связи с этим каждому человеку нужно уметь правильно принимать решения по использованию и управлению собственными денежными средствами. Опасные ситуации, связанные с финансовой безграмотностью, подстерегают нас на каждом шагу. К примеру, большинство людей даже не могут составить свой семейный бюджет, правильно распределить свои доходы, которые в

свою очередь зачастую оказываются гораздо меньше расходов. Это приводит к дефициту денежных средств граждан, и они вынуждены прибегать к таким услугам финансовой отрасли, как долговые обязательства и займы. Обращаясь в различные кредитные организации, экономически безграмотный человек не осознает всех рисков и берет на себя обязанности, с которыми впоследствии не сможет справиться. Таким образом, человек постепенно все глубже и глубже утопает в «долговой яме».

Финансовая грамотность предполагает ответственность за принятие решений и умение оценивать связанные с ними опасности.

Различные предприниматели, не имея нужных знаний, наносят ущерб себе и своему бизнесу. Они рискуют всем, что создали. Так, например, начинающие предприниматели или стартаперы, которые не обладают должной квалификацией, ведут свое дело неграмотно: предоставляют неверные отчетности в государственные органы или вовсе их не сдают, выбирают невыгодный им налоговый режим, неправильно составляют договора с поставщиками и покупателями. Совершая подобные ошибки, владелец постепенно, шаг за шагом уничтожает свой бизнес. Однако в настоящее время существует множество специализированных аутсорсинговых и консалтинговых компаний, деятельность которых направлена на помощь неопытным бизнесменам. Услуги таких фирм являются дополнительной расходной статьей предпринимателя. Получается так, что быть финансово безграмотным является затратным, поэтому каждому предпринимателю важно развивать свои экономические знания и повышать квалификацию.

Финансовая безграмотность человека исключает его из финансовой сферы социума. Отсюда следует, что он не может позволить себе пользоваться всеми её возможностями. Понятие финансовой безграмотности подразумевает отсутствие понимания такой категории, как риски, незнание, во что вкладывать можно и нужно, а во что нет, какие требования обязательно предъявлять к документам и насколько внимательным и осмотрительным быть при принятии тех или иных предложений.

Большинство жителей России, не обладающих нужной информацией, добровольно не желают пользоваться всеми услугами и возможностями, доступными в настоящее время. Финансовая безграмотность жителей России – тема, которая обсуждается всеми уже не первый год. Конечно, ситуация меняется в лучшую сторону. Но это происходит не столь быстрыми темпами, так как проблема является действительно серьезной и даже запущенной, она не может решиться в течение одного-двух лет. По аналитическим данным более

60% населения не доверяют российским банкам. Около 85% пластиковых карт являются зарплатными и оформляются в добровольно-принудительном порядке. Только 45% экономически активного населения страны проинформированы о системе страхования своих вкладов [1].

Потребность в финансовом просвещении жителей России и других стран мира возрастает с каждым годом в геометрической прогрессии. Без всеобщего повышения уровня финансовой грамотности населения, куда относятся все, начиная от учеников школ, студентов и пенсионеров и заканчивая представителями органов государственной власти местного самоуправления и бизнес-сообществ, не может быть развития финансового рынка страны и мира в целом.

Наше государство пытается всячески решить эту проблему. Вводятся уроки финансовой грамотности в школах. На них ученики, начиная с пятого класса, учатся составлять свой бюджет и принимать экономически правильные решения. Важно осознавать, что современные дети – это поколение будущих участников финансового рынка, заемщиков, вкладчиков и налогоплательщиков. Поэтому обучение финансовой грамотности целесообразнее всего начинать со школьного возраста. Экономические знания, которые были приобретены на этапе раннего формирования личности, помогут молодому поколению быть более целеустремленными и ответственными взрослыми, даже значительно облегчат их дальнейшую жизнь.

Также, на базе вузов, при участии структуры органов государственного муниципального управления, во всех регионах страны проводятся недели финансовой грамотности. Это является важным шагом по привлечению внимания жителей к этой проблеме и к ее решению. На подобных мероприятиях люди получают важную и нужную для них информацию о тех экономических аспектах, о которых возможно раньше не имели ни малейшего понятия [2].

Главная цель государства в решении проблемы финансовой безграмотности – это создание площадок для повышения грамотности всех категорий населения. Очень важно, чтобы полученные людьми знания не оставались лишь теорией, были применимы в реальной жизни и действовали на практике. Ведь главное, чтобы люди были подготовлены к различным опасным ситуациям, которые будут подстерегать их на всем жизненном пути [3].

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Морозова Н.В. Подходы к оценке эффективности реализации региональных стратегий социально-экономического развития / Н.В. Морозова, Н.В. Бондаренко // Вестник Чувашского университета. –2014. – № 3. – С. 178–182.

2. Иваницкая И.П. Проблемы диспропорциональности социально-экономического развития российских регионов / И.П. Иваницкая, И.А. Васильева // Научное обозрение. – 2016. – № 12. – С. 236–240.

3. Морозова Н.В. Исследование стратегических сил и интересов в процессе разработки и реализации стратегии социально-экономического развития региона [Электронный ресурс] / Н.В. Морозова, И.А. Васильева // Современные проблемы науки и образования. – 2014. – № 6.. URL: https://www.science-education.ru/ru/article/view?id=16097 (дата обращения: 03.10.2016).

ФИНАНСОВЫЙ МОНИТОРИНГ КАК ОСНОВА ПЛАНИРОВАНИЯ ИНДЕКСАЦИИ ПЕНСИЙ

Шетман Е. В.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Финансовый мониторинг в определенной мере используется при противодействии коррупции, финансированию террористических групп и уклонению от уплаты налогов, однако его внедрение в планирование индексации пенсий еще недостаточно налажено. В статье будут рассмотрены плюсы и минусы использования этого экономического приема при планировании повышения пенсии в Российской Федерации.

Финансовый мониторинг – это общественные отношения как в государстве, так и в частных экономических формированиях, при которых государственный орган или экономический субъект наделен полномочиями давать указания другим органам или субъектам, а также обладает всей экономической информацией для планирования финансирования [1].

Рассмотрим подробнее классификацию организаций государственного финансового мониторинга (ГФК), занимающихся финансовым мониторингом и планированием бюджетных выплат, в том числе и пенсий (табл. 1).

Для определения порядка выплаты пенсий, а также индексации пенсий в связи с инфляцией и подорожанием жизненно необходимых товаров и услуг используется бюджетное планирование [2].

Финансовый мониторинг и финансовое планирование пенсий осуществляется на три года, на год, в который будут осуществляться выплаты, а также на последующие два с учетом финансовой политики и ситуации в стране. Бюджет составляется на основе всех доходов и расходов государства, а также на основе планирования экономической ситуации [3].

Таблица 1 – Организации РФ, занимающиеся финансовым мониторингом и планированием

Вид организаций	Компетенция	Примеры
Органы ГФК общей компетенции	Осуществление контроля за обширным количеством объектов и вопросов	Счетная палата РФ, счетные (контрольно-счетные) палаты субъектов РФ, Департамент государственного финансового контроля и аудита Минфина России, территориальные КРУ Минфина России, Главное контрольное управление Президента РФ, органы ГФК, осуществляющие отдельные функции финансового контроля, подразделения парламента РФ и законодательных (представительных) органов власти субъектов РФ
Органы ГФК отраслевой компетенции	Осуществление контроля за финансами только в пределах отдельной отрасли (ведомстве)	Департамент страхового надзора Минфина России, Департамент инспектирования кредитных организаций Банка России и др.
Органы ГФК межотраслевой компетенции	Осуществление контроля за финансами вне отраслей	МНС России, ФСНП России, органы Федерального казначейства России, ГТК России
Органы ГФК специальной компетенции	Осуществление контроля финансов в узких вопросах	Минимущество России, ФКЦБ России, ВЭК России, МАП России, ФСФО России, ФЦПФ России и др.

Для того чтобы оценить все плюсы и минусы нынешнего экономического планирования и финансового мониторинга, необходимо сравнить и критически оценить все используемые методы, а потом заменить неактуальные на те, которые будут отвечать современным требованиям. В этом поможет и опыт иностранных государств, но с проекцией на российскую действительность.

При планировании индексации пенсий и годового бюджета можно столкнуться с проблемами, которые отображены на диаграмме ниже (рис. 1). На ней все проблемы сгруппированы в процентном соотношении появления в ходе планирования.

В рамках финансового мониторинга рассматривать год как основу планирования индексации пенсий недостаточно. Теряется стратегический базис, теряется гибкость, поэтому стоит внедрить один из нижеперечисленных инструментов: скользящий финансовый прогноз; оперативный прогноз; скользящий оперативный прогноз; сценарное планирование [4].

Рис. 1 – Проблемы, возникающие при годовом финансовом мониторинге и планировании бюджета на пенсии и их индексацию (источник: [1, 5])

Финансовый мониторинг планирования индексации пенсий, основанный на перечисленных выше инструментах, позволяет снизить временные и денежные затраты на подготовку данных планирования, а также на согласование сделанных решений. Однако для этого необходимо реформирование системы мониторинга планирования индексации пенсий и закладки бюджета страны на выплату пенсий.

Пока в ближайшие несколько лет государство установило следующие коэффициенты для определения предельной величины базы для начисления страховых взносов на обязательное пенсионное страхование (табл. 2).

Таблица 2 – Коэффициенты для определения предельной величины базы для начисления страховых взносов на обязательное пенсионное страхование

Годы	**2015 г.**	**2016 г.**	**2017 г.**	**2018 г.**	**2019 г.**	**2020 г.**	**2021 г. и последующие**
Размер повышающих коэффициентов	1.7	1.8	1.9	2.0	2.1	2.2	2.3

В 2016 г. Министерство финансов Российской Федерации объявило о том, что повторную индексацию пенсий можно заменить единовременной де-

нежной выплатой. Социальные учреждения же настаивают на повторной индексации, так как экономическая обстановка в стране недостаточно стабильная, и заложенный бюджет на пенсии не покрывает темпы инфляции, имеющиеся на данный момент из-за санкций, а также экономического и политического кризисов в ряде соседних стран, однако не готовы сказать цифру.

В феврале 2016 г. пенсии были индексированы на 4%, повторная же индексация должна составлять в среднем до 8.5%, но это нереальная нагрузка на бюджет, в котором и так достаточно появившихся новых статей расходов, например, на развитие новоприсоединившихся регионов, покрытие ущерба от санкций и помощь странам-соседям в условиях политического и экономического кризиса. Разовая же выплата снизит нагрузку на бюджет, однако выведет дополнительное количество пенсионеров за черту прожиточного минимума, а ведь число таких пенсионеров и так выросло по сравнению с 2015 годом [5].

Непопулярная мера неиндексирования пенсий работающим пенсионерам привела к появлению большего количества «серых» зарплат, соответственно бюджет потерял часть налогов с этих зарплат, и все равно государство понесло убытки, что свело на нет кажущуюся выгоду.

С другой стороны, можно произвести повторную индексацию, но тогда деньги в бюджете на это найдутся только через серьезное повышение пенсионного возраста, что тоже не скажется положительно на благосостоянии определенной категории людей.

Таким образом, необходимо реформирование в планировании индексации пенсий, в частности в сфере финансового мониторинга экономической ситуации в Российской Федерации, чтобы учитывать все возможные изменения и влияния на бюджет страны, из которого платится пенсия. Пенсионный фонд должен формироваться с учетом результатов финансового мониторинга, а также в течение года пересматриваться с учетом данных, полученных путем оперативного мониторинга, скользящего или сценарного планирования. Должны учитываться все возможные развития событий, чтобы социально незащищенные слои населения были в состоянии жить на уровне прожиточного минимума или выше него.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Бюджетное послание Президента Российской Федерации о бюджетной политике в 2016 году [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://anegrinews.ru/201512/031449148498.html (дата обращения: 22.11.2016).

2. Барр Н. Экономика пенсий / Н. Барр, П. Даймонд // SPERO. — 2010. — № 13. — С. 147–185.

3. Агеева Е. В. Изменение роли пенсионных накоплений в системе обязательного пенсионного страхования / Е. В. Агеева // Известия Иркутской государственной экономической академии. — 2015. — Т. 25, № 3. — С. 495–502. — DOI: 10.17150/1993-3541.2015.25(3).495-502.

4. Башмаков И.А. Россия 2050 // Вопросы экономики. – 2008. – № 8.

5. Сайт Пенсионного Фонда Российской [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.pfrf.ru/eservices/calc/ (дата обращения: 22.11.2016).

Секция 4. РАЗВИТИЕ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ РЕАЛЬНЫМ СЕКТОРОМ ЭКОНОМИКИ И ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЯ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ

ПРОГРАММА ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЯ В РОССИИ

Белякова А.А.
Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Развитие программы импортозамещения обусловлено на данный момент введенными санкциями против России и ответными мерами. Импортозамещение – это отличная возможность развить определённую ветвь производства, увеличив тем самым товарооборот в России. Политика импортозамещения выгодна не только государству, но и жителям страны: увеличение количества рабочих мест в регионах развития, повышение заработной платы вследствие конкуренции среди работодателей, востребованность специалистов узкой специальности. Были выявлены наиболее приоритетные отрасли экономики по регионам страны. С уверенностью можно сказать, что на данный момент программа импортозамещения официально начала свою работу.

Программа по импортозамещению как фактору стимулирования отечественного производства была разработана еще в начале 2000 годов. Это привело к расширению товаров и услуг, которые ранее не были замечены на территории РФ. В настоящий момент вышло распоряжение Правительства РФ от 30.09.2014 № 1936-р «План содействия импортозамещению в промышленности», которое содержит основные мероприятия по запуску политики импортозамещения. Данным распоряжением была предусмотрена разработка отраслевых планов мероприятий по импортозамещению в отраслях промышленности Российской Федерации на период до 2018 г. Данные планы были утверждены и разработаны Минпромторгом России в середине 2015 г. Были проведены парламентские слушания «Импортозамещение в Российской Федерации: проблемы и их решения» 20 апреля 2016 года.

В настоящее время правительство Российской Федерации подготовило более 1600 проектов по импортозамещению в 20 различных отраслях промышленности, которые позволят получить независимость от импортных поставок. В 2014 г. президентом была озвучена задача: увеличить долю отечественных товаров на внутреннем рынке за счет требуемого покупателями уровня продукции и конкурентоспособных цен. Был разработан проект на 2016-2020 годы. Наиболее перспективными отраслями с точки зрения импортозамещения являются: гражданское самолетостроение, нефтегазовое оборудование, станкостроение, легкая промышленность, тяжелое машиностроение, фармацевтическая, медицинская промышленности, машиностроение для пищевой промышленности, а также сельхозмашиностроение.

Проблема эффективного импортозамещения не нова и периодически поднималась в правительственных кругах. Создание конкурентоспособных предприятий, выпускающих качественный продукт по конкурентоспособным ценам – основная задача программы импортозамещения. Развитие и стимуляция новых технологий и дополнительно созданное производство в дальнейшим будут способствовать снижению импорта. К 2020 г. мы можем рассчитывать на снижение импорта в разных отраслях с 90 до 50%, в некоторых отраслях возможно добиться наиболее существенных показателей.

В 2015 г. из федерального бюджета на проекты по импортозамещению уже выделено 26 млрд. рублей. В 2016 г., через Фонд развития промышленности было выдано 28 млрд. рублей кредитов на 94 проекта.

Именно в 2016 г. программа начала активно реализовываться. 8 сентября 2016 г. во Владимирской области запустились конвейеры нового завода по производству лекарственных средств для лечения онкозаболеваний. Ожидается, что предприятие будет выпускать по 40 млн. штук нетоксичных лекарственных препаратов и 40 млн. штук стерильных препаратов. В г. Первомайске Нижегородской области на предприятии АО «Транспневматика» запущено первое отечественное производство систем дискового тормоза, предназначенных для электропоездов. До настоящего момента подобные системы не производились на территории России. По информации пресс-службы предприятия, средства на реализацию проекта были выделены в виде льготного займа Фондом развития промышленности при поддержке правительства Нижегородской области. Отмечается, что до сих пор системы дисковых тормозов не изготавливались на территории РФ, а импортировались из-за границы.

В 2016 г. Россия увеличила производство сельскохозяйственной техники в два раза. Такой сильной рост производства последний раз в России наблюдался в 30-х годах 19 века. Сильно возрос спрос на отечественный продукт внутри страны. Завод по производству магистральных насосов и электронасосных агрегатов АО «Транснефть нефтяные насосы» в мае 2016 года изготовил, испытал и отгрузил семь магистральных насосов в адрес АО «Транснефть – Прикамье». На эту программу в 2015 году было инвестировано 3,5 млрд рублей, в текущем году затраты могут составить еще 15 млрд рублей.

Особое внимание хотелось бы уделить программе развития сельского хозяйства до 2020 года.

Стратегические цели, заявленные в программе:

- повышение конкурентоспособности российской сельскохозяйственной продукции на внутреннем и внешнем рынках;

- повышение финансовой устойчивости товаропроизводителей агропромышленного комплекса;
- устойчивое развитие сельских территорий;
- воспроизводство и повышение эффективности использования в сельском хозяйстве земельных ресурсов, экологизация производства.

Государственная программа состоит из шести подпрограмм и четырёх Федеральных целевых программ.

Общий объём ресурсного обеспечения реализации государственной программы из средств федерального бюджета составляет 1509,7 млрд руб. (в текущих ценах), в том числе на 2013 г. – 158,9 млрд руб., 2014 г. – 162 млрд руб., 2015 г. – 175,4 млрд рублей.

«Доктрина продовольственной безопасности» предусматривает самообеспечение ключевыми продуктами питания на 80-95% к 2020 г.:

- зерном – на 95%,
- картофелем – на 95%,
- молоком и молочными продуктами – на 90%,
- мясом и мясопродуктами – на 85%,
- пищевой солью – на 85%,
- рыбной продукцией – на 80%,
- сахаром – на 80%,
- растительным маслом – на 80%.

Уже в 2015 г. государственная программа показала положительные результаты. Индекс производства сельхозпродукции во всех категориях хозяйств составил 103%. Валовой сбор зерна оказался на отметке 104,8 млн т, что превышает ожидаемый показатель Госпрограммы почти на 5%. Производство скота и птицы в 2015 г. достигло 13,5 млн т, превысив значение 2014 г. на 4,2%. Производство яиц выросло на 1,6%.

Объем импорта продукции в 2014 г. составил 39,9 млрд долларов США, в 2015 г. он сократился до 26,5 млрд. За год на 30% снизился импорт свежего и мороженого мяса, на 44% – свежей и мороженой рыбы, на 36,5% – сыров и творога. При этом большая часть импортной продукции проходится на страны дальнего зарубежья и СНГ.

В 2016 г. сельское хозяйство по темпам роста занимает лидирующее место среди всех отраслей российской экономики. Среднегодовой прирост объемов сельскохозяйственного производства позволил в январе – июне 2016 года сократить почти на 9% по сравнению с аналогичным периодом прошлого года

затраты на закупки продуктов питания за рубежом, по ряду сельхозпродуктов удалось достичь качественно новых показателей импортозамещения. В текущем году, по прогнозам Минсельхоза России, впервые в новейшей истории страны российские сельхозпроизводители соберут самый большой урожай зерновых – более 110 миллионов тонн. Постоянно увеличивается экспорт зерна, а также животноводческой продукции – свинины и птицы.

Существуют два фактора, являющиеся главным препятствием на пути реализации разработанных правительством программ – резкий рост цен на зарубежные комплектующие и расходные материалы, достаточно высокий уровень зависимости от иностранных технологий.

По итогам 2015 г. позитивный эффект от замещения импортной продукции в группе вычислительной техники и телекоммуникационного оборудования был уничтожен стремительным ростом цен в рублевом эквиваленте в этой группе, по оценке Минромторга России. Сейчас национальные компании разрабатывают проекты по созданию отечественных аналогов планшетов, ПК, сетевого оборудования высокого качества. На разработке находятся тридцать три проекта в радиоэлектронной отрасли. Но, к сожалению, спрос на такую продукцию может быть довольно низким, что обусловливается высокой стоимостью части комплектующих, закупаемых за рубежом.

Ярким примером проблемы импортозамещения стала зависимость в нефтегазовой отрасли от зарубежных технологий. Нефтегазовый сектор продвигается очень медленно по пути замещения импортного технологического оборудования новыми отечественными разработками, т.к. эта отрасль является инвестиционноемкой и требует длительного цикла реализации инвестиций.

ОСНОВНЫЕ ИТОГИ ПОЛИТИКИ ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЯ В РОССИИ

Боченкова А.С

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

В 2014 г. в отношении Российской Федерации были введены санкции, блокирующие поток различных импортных товаров, что и послужило толчком к началу импортозамещения, объективная потребность которого созрела уже

давно. Российская экономика в своем большинстве – рыночная и это привело к ее импортозависимости, а вследствие этого и неспособности к конкуренции только развивающимся отраслям. Все это вылилось в преобладание импортной компоненты и в производстве, и в потреблении.

Для примера, доля импорта розничной торговли составляла 46%, а в некоторых отраслях превышала даже 90%. В такой стратегически важной отрасли, как фармацевтическая промышленность доля импорта была 70%, из них 80% был импорт из стран Европейского Союза, другими словами, из стран, вводивших санкции. Так, по различным оценкам, доля импорта в энергетическом оборудовании – около 50%, в нефтегазовом – 60%, в тяжелом машиностроении – примерно 70%, в станкостроении –90%, в сельхозмашиностроении в зависимости от продукции – 50-90%, а в гражданском самолетостроении более 80% [1].

Таким образом, в 2014 г. что наша страна была почти полностью зависима от импорта, так как практически все отрасли ее экономики как минимум наполовину состоят или зависят от импортной продукции. Отсутствие собственных производственных мощностей в условиях сжатия денежно-кредитного предложения, ведущего к дефициту инвестиций, осложняет проведение полномасштабной программы по импортозамещению. Наличие независимых отраслей экономики и промышленности очевидны, ведь это одна из основных задач обеспечения национальной безопасности, но как этого добиться? Какие преобразования необходимы для усиления суверенитета страны и ее трансформации в несырьевое государство?

Было необходимо подсчитать годовой объем импорта, в 2015 г. он составил 13,3 трлн рублей. Основная его часть – это машины, оборудование и транспортные средства – 5,96 трлн руб., продукция химической промышленности, каучук – 2,47 трлн руб., продовольственные товары и сельскохозяйственное сырье – 1,93 трлн руб., металлы и изделия из них – 0,85 трлн руб. и текстиль и текстильные изделия, обувь – 0,79 трлн руб. Далее был рассчитан срок выхода на самообеспечение при полном объеме финансирования, который составил в среднем от 3 до 7 лет, в зависимости от направления. Однако это всего лишь минимальная оценка, не учитывающая необходимости создания производственных мощностей, кадров, вложений в оборотный капитал [2].

Был рассчитан необходимый объем инвестиций для наращивания производства по секторам, его сумма должна была вырасти пропорционально доли импорта в потреблении. По подсчетам общий объем вложений в производственные мощности должен был составить минимум 3,4 трлн руб., а при необ-

ходимости обновления основного капитала сумма возрастала до 4,3 трлн рублей. В этих расчетах исключен вариант достаточности дозагрузки действующих производственных мощностей, так как без инвестиций он не сможет обеспечить всех потребностей страны.

Можно было оценить необходимые объемы инвестиций и иначе. Например, рассмотреть данные по объявленным инвестиционным проектам, которые нуждались в инвесторе. По этим данным промышленность в тот момент нуждалась в средствах на 80 трлн рублей. Только на основании этих данных понятна необходимость импортозамещения.

Каким был итог проведения политики импортозамещения? Давайте оценим на примере рынка радиоэлектроники: доля отечественных производителей выросла на 1% и составляет всего около 20% от общего количества. Изначально план импортозамещения в этой отрасли состоял из 534 проектов, однако на момент его подписания их уже осталось 173, а в конце 2015 г. реализовалось лишь 33. Предполагалось, что часть нужных средств выделит государство, а именно 41%, 42% будут заемными средствами и 16,5% – собственные средства предприятий. Однако с высокой ставкой ЦБ и при условиях кризиса это оказалось весьма проблематичным [2].

Главной причиной неудавшейся политики импортозамещения стало отсутствие в ней механизма оздоровления российской экономики. Это было жизненно важно из-за условий кризиса, а последствиями этой ошибки стало падение производства. Антикризисный план был ориентирован на спасение банковского сектора. На предоставление гарантий по кредитам выделялось 30 млрд рублей, меры по импортозамещению и поддержке несырьевого экспорта составили 4 млрд руб., поддержка малого и среднего предпринимательства 5 млрд руб., сельское хозяйство – 50 млрд руб., промышленность и топливно-энергетический комплекс – 17 млрд рублей. Основные средства, а именно 1,7 трлн руб., были направлены на спасение банков, пострадавших из-за ошибочной политики ЦБ. Таким образом, антикризисный план был направлен на устранение проблем, вызванных, по большей части, политикой ЦБ, а не импортозамещением.

Конечно, для поддержки такой важной отрасли, как промышленность государство создало Фонд развития промышленности. Однако совокупный объем на 2016 г. составил всего 20 млрд руб., а объем заявок 454 млрд руб.. Из этого следует вывод, что потребность в инвестициях значительно выше, чем может предоставить государство. Из 1311 заявок было одобрено менее 6%, а именно 74. Также был создан Фонд национального благосостояния, он форми-

ровался за счет нефтедоходов. Средства фонда предполагалось направлять на инфраструктурные проекты, однако в 2014 г. главным претендентом на помощь стала Роснефть, а в декабре был принят закон о направлении 10% средств фонда на поддержку банков с капиталом от 100 млрд рублей. В итоге помощь была предоставлена не обрабатывающей промышленности, а направлена в поддержку сырьевого сектора и докапитализацию банков [3].

Еще одной причиной неудачной политики импортозамещения стал отток капитала из страны и дефицит внешних инвестиций. В результате действий Банка России, а именно поднятия ключевой ставки по кредиту с 5,5% до 17%, в 2014 г. из страны было вывезено 9,2 трлн рублей. Это примерно 13% ВВП, а в 2015 г. отток составил еще 5,1% ВВП страны. И все это при том, что был официально принят «антиоффшорный закон». Деньги, которые могли быть направлены на поддержание и развитие промышленности, вывозят под видом непосредственного оттока капитала и под предлогом инвестиций за рубежом, направляя деньги в оффшорные зоны [2].

Так как провести импортозамещение в данной ситуации? Во-первых, необходимо пересмотреть денежно-кредитную политику. Кредитование должно стать доступным источником инвестирования. Во-вторых, необходимо формировать государственный заказ на подготовку специалистов в необходимых для импортозамещения сферах. На данный момент 58,9% выпускников – специалисты гуманитарного профиля и управленцы. В то же время для задачи импортозамещения нужны как специалисты с высшим образованием, так и выпускники средне-специальных учебных заведений. В-третьих, нужно разработать детальный и подробный план ухода от политики сырьевой модели государства.

Кроме того, очень важно полностью обеспечивать себя в таких секторах, как: фармацевтическая промышленность (как лекарства, так и медицинское оборудование), станкостроение, авиа- и судостроение, машиностроение, автомобилестроение, пищевая промышленность, текстильное производство, производство бытовой техники. Для этого можно провозгласить эти отрасли стратегическими, создать государственные предприятия, которые будут выполнять государственные заказы, а так же частные, и производить продукцию для экспорта. В этом случае появится возможность полного контроля за качеством товара, чтобы отечественные аналоги не уступали зарубежным.

В итоге, если мы не сможем уйти от сырьевой модели, то так навсегда и останемся от нее зависимыми. А это значит, что вся экономика страны продолжит зависеть от цен на нефтепродукты. Основной капитал будет находиться в

руках транснациональных компаний, а расходы на социальную сферу будут постоянно сокращаться.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Федеральная служба государственной статистики. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.gks.ru

2. Кравченко Л.И. Итоги государственной политики импортозамещения. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://rusrand.ru/docconf/itogi-gosudarstvennoj-politiki-importozameschenija

3. Пронина Н.Н. Реальность импортозамещения в России / Н. Н. Пронина, Д. И. Оганезова, О. В. Усенкова // Вестник Пензенского государственного университета. – 2015. – № 3 (11). - С. 58-62.

4. Демина Ю.К. К вопросу об импортозамещении в Российской Федерации / Ю.К. Демина // Juvenisscientia. – 2015. – № 1. – С. 67–69.

5. Итоги 2015 года: Успехи импортозамещения делают Россию самостоятельной. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://politrussia.com/ekonomika/importozameshchenie-i-sanktsii-237.

ДИНАМИКА РЫНКА СЫРЬЕВЫХ РЕСУРСОВ В РОССИИ

Вознесенская О.А.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Рынки ресурсов выступают важным структурным элементом рыночной экономики. От эффективности функционирования рынков ресурсов зависит оптимальность их использования, а, следовательно, устойчивость и равновесие экономического сектора в целом, результативность работы различного рода фирм, а также предприятий. На нашей планете ресурсы локализованы неравномерно, и все страны заинтересованы в обмене ими друг с другом. Обеспеченность ресурсами, пожалуй, самый важнейший экономический и политический фактор для развития общественного производства страны. Структура сырьевых ресурсов, размеры их запасов, качество, а также степень изученности и направления хозяйственного освоения оказывают прямое влияние на экономический потенциал страны. В связи с этим именно эффективное использование природных богатств, рациональная торговля сырьевыми ресурсами являются важнейшим условием жизни и прогресса общества в России, да и на планете в целом.

Обмен ресурсами в основном происходит на сырьевых рынках. Сырьевые рынки – это рынки, на которых происходит торговля определенными видами

товаров или сырья, которые формируются в отдельные товарные группы, к таким группам относятся цветные металлы (медь, свинец, цинк, никель, олово, алюминий), драгоценные металлы (платина, золото, серебро), энергоносители (нефть, газ, мазут, уголь), лесные товары и целая группа сельскохозяйственных товаров растительного и животного происхождения (мясо, молочные продукты, пшеница, сахар, кофе, какао, рис, кукуруза, соя и другое).

Развиваясь, человечество начинает использовать все новые виды ресурсов, однако следует отдать должное тому, что главную роль в обеспечении развития всех отраслей экономики сегодня играют топливные ресурсы. Как важный источник энергии, наибольшее значение в этой области принадлежит трем отраслям: нефтяной, газовой и угольной, из списка которых особо выделяется нефтяная.

Нефть – это главное богатство Российской Федерации. Нефтепродукты тесно связаны со всеми областями народного хозяйства и, конечно же, имеют немалое значение для экономики в целом. Продажа нефти и нефтепродуктов является одним из основных источников пополнения федерального бюджета РФ. Поэтому в развитии нефтедобывающей промышленности в нашей стране, с одной стороны, заинтересованы некоторые развитые государства мира, а с другой стороны, от этого во многом зависит внутренняя экономика страны.

На территории Российской Федерации находятся три крупных нефтяные базы: Западно-Сибирская, Волго-Уральская и Тимано-Печорская. Главная среди них – Западно-Сибирская. Это крупнейший нефтегазоносный бассейн мира, расположенный в пределах Западно-Сибирской равнины на территории Тюменской, Омской, Курганской, Томской областей. Поскольку нефть является значимой отраслью, то вызывают особый интерес статистические показатели изменения ее добычи в динамике за ряд лет (табл. 1).

Таблица 6 – Статистические показатели изменения добычи нефти в России

Годы	**Краткие сведения**
2012	Добычу нефти на территории России осуществляла 301 организация, имеющая лицензии на право пользования недрами. По итогам года объём национальной добычи нефтяного сырья увеличился по сравнению с предыдущим годом более чем на 6 млн тонн (+1,3%) и составил в абсолютном выражении 518 млн тонн, установив новый максимальный уровень после распада СССР. Стоимость 112,17 USD за баррель
2013	Объем национальной добычи нефтяного сырья увеличился по сравнению с пред-

	шествующим годом на 5,2 млн тонн (+1,0%) и составил в абсолютном выражении 523,3 млн тонн. На протяжении всего текущего года отмечалось устойчивое превышение уровня среднесуточной добычи нефти по сравнению с прошлым годом, при этом в декабре настоящего года был достигнут максимальный показатель среднесуточной добычи за прошедший год. Стоимость 111,02 USD за баррель
2014	Добыча нефти в России выросла на 0,6% по сравнению с показателем предыдущего года и составила 526,753 млн тонн. Стоимость 107,63 USD за баррель
2015	Объём добычи нефти в России за год возрос на 1,4% по сравнению с аналогичным показателем предыдущего года и составил 534,081 млн тонн. Стоимость 56,30 USD за баррель
2016	Наблюдается увеличение добычи нефти, в сравнении с предшествующими периодами. Стоимость 37, 35 USD за баррель

Проанализировав табличные данные, приходим к выводу, что со временем добыча нефти и ее потребление лишь стабильно увеличиваются и прогнозы на будущее даются только положительные. Однако для того чтобы владеть полной достоверной картиной положения, следует рассмотреть и другие аспекты. Например, динамику изменения цен на нефть за десятилетие (рис. 1).

Рис. 1 – Динамика изменения цен на нефть за 1999-2015 гг.

Анализ динамики цен на нефть показывает, что стоимость нефти далеко не стабильна. Максимальной стоимости за баррель она достигала в 2008 г. (144,50). Это было вызвано кризисным положением страны. С 2014 г. стоимость на нефть в связи с множеством политических и экономических факторов стала падать, что происходит по сей день. Цены на нефть всегда вызывали особый интерес, ведь благодаря ним можно судить о состоянии мировой экономики в целом. Одним из секторов экономики, на который влияет курс нефти, является промышленность.

Промышленность – одна из самых зависимых от стоимости нефти отраслей, и сегодня, когда ситуация, связанная с текущими ценами на нефть, стремительно меняется, снижается или растет, сразу оказывается влияние на весь сек-

тор производства, а также на бюджет государства РФ, ведь, как известно, прибыль от нефтепродуктов в доходной части бюджета России превышают 50%. Влияние налога на нефть указывает на то, что чем выше цена, тем больше составит прирост доходов, и соответственно, наоборот. Также следует отметить, что при сниженных ценах на нефть должно быть особо развито производство, которое, в свою очередь, будет оказывать влияние на экономику страны. Из вышесказанного следует, что цена является наиважнейшим фактором.

В завершение хочется вновь обратиться к общему понятию сырьевого рынка. Сырье само по себе занимает важное место в интернациональной торговле, продолжая играть роль одного из основных источников поступления валюты. Нет ни одной страны, которая в качестве экспортера или импортера не принимала бы участия в торговле сырьевыми ресурсами, а значит, важно следить за динамикой развития того или иного сырья.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Дубик Е.А. Инновационное развитие промышленных предприятий в условиях экономики знаний / Е.А. Дубик, И.А. Павлова // Экономика и предпринимательство. – 2014. – № 8 (49). – С. 500–504.

2. Дубик Е.А. Инвестирование человеческого капитала в инновационной экономики России / Е.А. Дубик, И.А. Павлова //Экономика и предпринимательство. – 2015. – № 9-1 (62-1). – С. 989–992.

3. Павлова И.А. Технико-экономический анализ при внедрении инновации на производственном предприятии / И.А. Павлова, А.С. Павлов // Экономический анализ: теория и практика. – 2014. – № 40. – С. 14– 21.

4. Рой Л. В. Анализ отраслевых рынков: Учебник / Л. В. Рой, В. П. Третьяк. – М.: ИНФРА-М, 2012. – 442 с.

5. Субботина М. Сырьевые рынки: долгосрочные тенденции / М. Субботина // Рынок ценных бумаг. – 2012.

6. Фролов В. Г. Институциональные факторы развития промышленной политики // В. Г. Фролов // Креативная экономика. – 2013. – №2 (74). – С. 89–95.

ПОЛИТИКА ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЯ В УСЛОВИЯХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ САНКЦИЙ

Горбунова А. И.

Чувашский государственный университет имени И.Н. Ульянова

Актуальной проблемой России всегда было импортозамещение. После введения Западом финансово-экономических санкций проблема импортозамещения ещё более усугубилась.

Политика импортозамещения – это политика государства, которая направлена на защиту отечественного производителя путем замещения импортируемых товаров товарами внутреннего производства. Преимущества политики импортозамещения: снижение зависимости от санкций мирового сообщества, снижение импортозависимости, снижение влияния изменений валютного курса на экономику страны, снижение восприимчивости внутренних цен к ценам импортируемых товаров, предоставление возможности российским предприятиям работать в рублевой зоне, отсутствие таможенных пошлин, создание отсутствующих производств и возрождение умирающих, укрепление экономической безопасности, рост спроса на товары внутреннего производства, повышение уровня НТП и уровня образования, создание дополнительных рабочих мест, снижение уровня безработицы и повышение качества жизни. Недостатки политики импортозамещения: увеличение нагрузки на бюджет; нежелание бизнеса реализовывать новые проекты, окупаемость которых трудно просчитать и длительность государственной поддержки которых невозможно оценить; снижение выхода продукции и роста производства в долгосрочной перспективе; тяжелые отношения с иностранными компаниями-поставщиками; застои в экономике; товарный дефицит и сокращение ассортимента товаров; низкое качество отечественных товаров и услуг; более высокие цены на отечественные товары и услуги; монопольное положение российских предприятий; рост уровня инфляции; некоторые виды продукции невозможно или очень трудно и дорого производить в РФ.

Санкции, введенные США и Евросоюзом против России, и ответные российские защитные меры с еще большей остротой подняли вопросы высокой импортозависимости экономики России. Но в то же время они предоставили российским производителям возможности для более «агрессивного» импортозамещения. Экономика России вынуждена была за 1,5 года повысить конкурентоспособность отечественных предприятий, товаров и услуг, сделать рывок в импортозамещении, а ведь ранее на это потребовались бы многие годы.

Санкции стали дополнительным стимулом к импортозамещению, особенно в стратегически важных областях страны, к восстановлению технологической базы и активизации инженерно-технологической деятельности. Санкции заставили интенсивнее наращивать научно-технический потенциал России и максимально использовать его для того, чтобы обеспечить все нужные для без-

опасности страны технологические цепочки. Нашей стране представился шанс усилить интеллектуальное творчество ученых и промышленников, обеспечить необходимыми условиями внедрение новейших разработок в производство.

Ужесточение экономических санкций дало хорошую возможность для отечественных компаний увеличить объемы продаж и развить собственное производство. Санкции – это новые горизонты развития, открывающиеся отечественному предпринимательству. Они формируют благоприятную правовую, организационную и финансовую основу для функционирования бизнеса. В частности, меры государственной поддержки отечественных предприятий выражаются в предоставлении налоговых каникул, снижении объемов налогообложения, дополнительном финансировании, устранении бюрократических препятствий и сокращении проверок для предпринимательства России. Финансовая поддержка осуществлялась в форме предоставления гарантий по обязательствам импортозамещающий организаций, субсидий и бюджетных инвестиций.

Однако проблема импортозамещения усугубляется невозможностью закупать на Западе в нужных объемах и номенклатурных позициях современное технологическое оборудование для важнейших отраслей экономики. Выходом из сложившегося положения может стать приобретение технологий у не присоединившихся к антироссийским санкциям стран БРИКС. Тем не менее, импортозамещение не должно превратиться в банальнейшую замену традиционных поставщиков импортных товаров другими.

В условиях угрозы ужесточения антироссийских санкций отечественные ВИНК не собираются финансировать опытно-промышленные работы, да и у государства на это денег недостаточно. Поэтому вынужденная пауза в процессе модернизации производства вряд ли сможет изменить ситуацию в пользу российской экономики.

России крайне трудно вести стратегию импортозамещения в настоящем экономическом положении: присоединение новых, требующих большого инвестирования в свое развитие территорий и воздействие экономических санкций значительно осложняют процесс аккумулирования инвестиций для импортозамещения и требуют больших институциональных преобразований в экономической политике.

Политику импортозамещения в первую очередь следует реализовать в машиностроении. Приоритетные отрасли: тяжелое машиностроение (доля импорта – 60-80%); станкостроение (доля импорта – свыше 90%); радиоэлектроника (доля импорта – 80-90%); нефтегазовое машиностроение (доля импорта – 57%); судостроительное оборудование (доля импорта – 70% и более); гражданское

авиастроение (доля импорта – более 80%); оборудование для пищевой промышленности (доля импорта – около 80%); энергетическое машиностроение.

Следует отметить и двигателестроение, комплектующие и оборудование для транспортного машиностроения, доля импорта в которых также достигает 70-80%.

Тяжелая ситуация в медицинской промышленности и фармацевтике, (доля импорта составляет 70-80%), в легкой промышленности (доля импорта – 70-90%).

Высока доля импорта химических продуктов и материалов – около 48%.

В качестве приоритетных отраслей для импортозамещения следует выделить также электрохимическую и кабельную промышленность, т.к. прежде всего необходимо замещать продукцию инвестиционного назначения и промышленность обычных вооружений, т.к. она прямым образом влияет на обороноспособность страны. Доля импорта в этих отраслях должна быть минимальной.

Политика импортозамещения в Чувашской Республике может быть реализована:

1. В промышленном комплексе. Промышленный комплекс занимает ведущие позиции в экономике Чувашии. В Чувашской Республике действуют более 300 крупных промышленных предприятий. В Чувашии возможно внедрение инновационных проектов в области: электротехники, металлообработки и станкостроения, производства лакокрасочных материалов, оборонно-промышленного комплекса.

2. В производстве строительных материалов. Республика Чувашия имеет достаточно развитый строительный комплекс, который продолжает совершенствоваться. В Чувашской Республике возможно наладить производство большого ассортимента строительных материалов, изделий и конструкций: силикатные стеновые и керамические материалы, современные кровельные и теплоизоляционные материалы, базальто-пластиковые изделия, бетонные и железобетонные изделия).

3. В сельском хозяйстве. Агропромышленный комплекс с его базовой отраслью, сельским хозяйством, являются ведущими системообразующими сферами экономики Чувашии. Они формируют трудовой потенциал сельских территорий и агропродовольственный рынок. Чувашия имеет достаточно высокий потенциал выращивания зерновых культур (яровой и озимой пшеницы, ячменя, овса, ржи и др.), картофеля, сахарной свеклы, плодово-ягодных и кормовых культур, а также разведения крупного рогатого скота молочно-мясного направ-

ления, свиней и птиц. Кроме этого, возможно развитие хмелеводства и пчеловодства.

4. В здравоохранении. В Чувашии развито химическое производство. Кроме того, есть предпосылки создания в Республике Чувашия медицинского кластера, в который могут войти около 10 площадок по производству высоких медицинских технологий по ортопедии, травматологии и эндопротезированию мирового уровня, а также биосовместимых медицинских имплантов.

5. В туризме. Чувашская Республика является уникальным регионом с необыкновенной природной средой и богатым туристско-рекреационным потенциалом. Чувашия имеет многовековое историческое и культурное наследие, самобытную культуру и традиции. Её природа сочетает в себе озерные, лесные и овражные ландшафты. В республике располагаются заповедники, заказники, национальные и природные парки. На территории Чувашии можно сформировать направления рекреационного, экскурсионного, речного и событийного туризма. Возможно развитие промышленного, паломнического, сельского и экологического туризма.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Бабкин А.В. Инновации и импортозамещение в промышленности: экономика, теория и практика: монография / А.В. Бабкин. – СПб.: Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого», 2015. – 439 с.

2. Бодрунов С.Д. Международные санкции: угрозы, вызовы и возможности для модернизации экономики России: сборник статей / С.Д. Бодрунов. – СПб.: Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого», 2014. – 144 с.

3. Васильева И.А. Об организации управления инновационным развитием в условиях дотационного региона / И.А. Васильева // Экономист. – 2012. – № 9. – С. 30–34.

4. Васильева И.А. Функционирование инновационной подсистемы дотационного региона [Электрон. ресурс]. Режим доступа: http://pief.ru/?id=571

5. Васильева И.А. Экономические факторы управления инновационным развитием региона / И.А. Васильева, А.И. Индюков// Креативная экономика. – 2013. – № 3 (75). – С. 115-120.

6. Пичурин И.И. Обеспечение импортозамещения после вступления России в ВТО: монография / И.И. Пичурин, Д.В. Блинов. – Екатеринбург: ООО «Издательство УМЦ УПИ», 2014. – 142 с.

7. Ушачев И.Г. Импортозамещение в АПК России: проблемы и перспективы: монография / И.Г. Ушачев. – М., 2015. – 447 с.

8. Галкина Е.В. Политика импортозамещения в условиях антироссийских санкций: состояние и перспективы / Е.В. Галкина, В.В. Моисеев // ООО «Научно-инновационный центр» - Красноярск, 2015. – 40-56 с.

9. Гряда В.И. Актуальные проблемы политики импортозамещения России в условиях действия экономических санкций / В.И. Гряда, С.А. Зубкова // ООО «Центр научного сотрудничества «Интерактив плюс». – Чебоксары, 2016. – 173–176 с.

10. Салимьянова И.Г. Экономические санкции как технологический толчок инновационного развития отечественного производства: статья в сборнике трудов конференции / И.Г. Салимьянова // ООО «Редакционно-издательский центр «КУЛЬТ-ИНФОРМ-ПРЕСС». – СПб., 2015. – 342–346 с.

СТРАТЕГИЧЕСКОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ КАК ИНСТРУМЕНТ ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЯ В РФ

Золотов С.А.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Стратегическое планирование является необходимым инструментом импортозамещения в Российской Федерации. Установлено, что развитию производительных сил в условиях импортозамещения способствует сокращение рабочего дня.

В связи с санкциями российская экономика столкнулась с проблемой импортозамещения. Проблема является актуальной в настоящее время. Что является причиной дефицита широкой номенклатуры товаров на российском рынке и как решить данную проблему?

Российская экономика в настоящее время находится в сильной зависимости от поставок импортного оборудования и продукции. Во многих стратегических отраслях промышленности доля потребления импорта оценивается на уровне более 80 % и создает потенциальную угрозу как для национальной безопасности, так и для конкурентоспособности российской экономики в целом [1]. Однако стоит отметить, что данная проблема решаема и существует комплекс мер для ее решения [2].

России необходимо импортозамещение в ряде ключевых отраслей [3], таких как нефтегазовая (после эмбарго на поставку оборудования для бурения скважин на арктическом шельфе), космическая (ряд комплектующих поставляется из-за рубежа), судостроение (на 90% электроника немецкого производства). Проблема особенно остро стоит в космостроении, потому что, в случае отсутствия ряда комплектующих, российское космостроение может остановиться в развитии [4]. Что привело российскую экономику к таким показателям?

На наш взгляд, существуют две основные причины: это отсутствие стратегического планирования социально-экономического развития РФ и слабое развитие производительных сил, связанное с перегрузкой работников, отсутствием у них возможностей и стимулов развития.

Как верно подмечено во второй главе концепции долгосрочного социально- экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года [5], российская экономика оказалась перед долговременными системными вызовами, отражающими как мировые тенденции, так и внутренние барьеры развития. При этом долгосрочный стратегический план социально-экономического развития выработан не был. Следует иметь в виду, что концепция – это не план. Концепция демонстрирует общее направление развития и не содержит комплекса мер для ответа на текущие социально-экономические вызовы. С другой стороны, даже в концепции отсутствует широкий горизонт. 11 лет – это очень краткий срок для развития производительных сил. Как показывает история развития производительных сил, обновление средств производства происходит минимум за 10-12 лет, кадры готовятся минимум 15 лет и работают они не меньше 20 лет. Следовательно, стратегическое планирование должно иметь горизонты не менее 10-15 лет [6].

В поддержку данной теории выступает опыт планирования Индии. В Индии планирование осуществляется с 1951 года. Планирование состоит из 3-х звеньев, где наименьшим звеном является пятилетний план социально-экономического развития, а не год, как в России. Два пятилетних плана образуют среднее звено (десятилетний план), а 2 десятилетних плана образуют самое крупное звено (20-летний план социально-экономического развития Индии). Планирование и в Индии и у нас в стране, в связи с рыночной экономикой, носит индикативный характер, что делает опыт Индии ценным для реализации в Российской Федерации. Анализ, приведенный выше, показал, что импортозамещение в таких отраслях, как космонавтика, судостроение и станкостроение, то есть ключевых, невозможно без долгосрочного планирования.

Стратегическое планирование – немаловажный инструмент импортозамещения, но он один неспособен решить данную проблему, так как главное в любой экономике – люди. Успех импортозамещения зависит, на наш взгляд, от уровня развития производительных сил. Если работники перегружены, перерабатывают, то снижается интенсивность труда, у работников исчезает стимул к производительному труду, у них нет возможности для повышения квалификации и подготовки. Предприниматели, в свою очередь, не заинтересованы во

внедрении инноваций, так как могут получать высокую норму прибыли не модернизируя производство, а усиливая нагрузку на работников.

Таблица 1 Динамика средней продолжительности рабочего дня в обрабатывающих производствах России

Показатель	2010 г.	2012 г.	2014 г.
Фонд рабочего времени в (млн ч/час)	19510	19573	18947
Кол-во занятых (тыс.)	10292	10170	10382
Часы, отработанные в расчете на одного работника	1900	1924	1824
Количество часов за день	7,64	7,74	7,32

Рассчитано по данным Росстата

Как видим, рабочее время в расчете на одного работника увеличивалось. 2014 год – год начала введения санкций, он не показателен. Проанализируем, продолжительность рабочего дня в в экономически развитых странах.

Таблица 2. Средняя продолжительность рабочего дня в ряде экономически развитых стран

Нидерланды	Норвегия	Дания	Ирландия
7,25 часов	6,6 часов	6,6 часов	6,8 часов

Рассчитано по: http://good-peoples.ru/content/articles/157/

Во всех этих странах наблюдается сокращение рабочего дня. В Нидерландах официально 29 часовая четырехдневная неделя, то есть по факту 7,5 часовой рабочий день. В Норвегии, Дании и Ирландии пятидневная рабочая неделя, то есть по факту семичасовой рабочий день. При этом рабочий день продолжает сокращаться. Наиболее показателен пример Ирландии, где фактический рабочий день в 1984 г. составлял 8,8 часов, а в 2016 г. сократился на два часа [8.] Мы выступаем за сокращение именно рабочего дня, а не только рабочей недели [9], так как нормальным считается жить полноценной жизнью каждый день, а не в выходные. Анализируя проблему импортозамещения, сокращения рабочего дня вкупе со стратегическим планированием позволит решить данную проблему. При сокращении рабочего дня возрастет интенсивность труда работников, с другой стороны, бизнесмены вынуждены будут проводить модернизацию оборудования, чтобы сохранить прежнюю норму прибыли. В свободное время работники смогут повышать квалификацию и проходить профессиональную переподготовку. Можно прописать в особом законе, который станет частью долгосрочной стратегии социально-экономического развития РФ,

чем работники будут заниматься эти два часа. Мы предположим такой вариант: 1 час – повышение квалификации, а 1 час – легкая физическая активность.

Таким образом, стратегическое планирование вместе с сокращением рабочего дня даст эффект синергии, что в конечном итоге приведет к успешному импортозамещению в экономике России.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Жаркова-Джорджевич А. В. Импортозамещающее оборудование у нас практически не производится / А. В. Жаркова-Джорджевич // Информационно-аналитический портал «Нефть России». – URL: www.kaznu.kz/ru/3578/news/one/4314

2. Воронина Ю. А. Лекарство от зависимости / Ю. А. Воронина // Российская бизнес-газета. – 2014. – № 30.

3. Инвестиционный форум «Россия зовет!» – 2014. Импортозамещение в различных отраслях // РИА Новости. – URL: http://ria.ru/economy/20141002/1026619315.html

4. Импортозамещение для космических аппаратов // Военно-промышленный курьер. – 2014. –№ 14 (532).

5. Концепция долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года(Гл.2 вызовы предстоящего долгосрочного периода) http://www.consultant.ru/document/ cons_doc_LAW_82134/a2bd5d6c92a6c904980040c2499a0b1528a797c0/

6. Мазур О.А. Развитие работников современной России / О.А. МАзур. – СПб.: Изд-во С.-Петербург. ун-та, 2009. – С. 137.

7. Роль государства в переходной экономике: опыт Индии. – М., 2000. С. 97–98.

8. Страны с самыми короткими рабочими неделями http://good-peoples.ru/content/articles/157/

9. Золотов А.В. Сокращение рабочего дня как основание современного экономического развития / А.В. Золотов, М.В. Попов, М.В. Бузмакова, А.А. Былинская, Н.Г. Глушич, Т.Н. Демичева, Е.В. Лядова, И.Ю. Малявина, И.Н. Полушкина, Н.А. Удалова; под ред. А.В. Золотова. – СПб.: Изд-во Политехн.ун-та, 2016. – 198 с.

ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЕ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ: ДОСТИГНУТЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

Ночевная У.А.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Глобализация и интеграция российской экономики в мировую привели к тому, что значительная часть внутреннего спроса на потребительские товары и экономические ресурсы удовлетворяется за счет импорта. Доля импорта в 2013

г. по различным отраслям колебалась от 40% в химической промышленности до 70% в производстве тканей, одежды и обуви [1].

Данный уровень вовлеченности России в мировую торговлю влечет за собой риск вероятности усиления зависимости экономики от внешнеэкономической политики экспортеров, необходимость перехода на стандарты и требования зарубежных партнеров, недополучение прибыли внутри страны.

В целях снижения этих рисков, а также после введения взаимных санкций со странами Запада правительством взят курс на импортозамещение в России. Государственные программы уже приняты в сельском хозяйстве, в промышленности, в машиностроении, в сфере IT, медицине, составлены и утверждены региональные планы, происходит субсидирование, льготное кредитование, предоставляются гранты и преференций при государственных закупках [2]. Ведется ограничительная политика по импорту.

Как результат, внешняя торговля России в январе – июле 2015 года демонстрирует снижение по импорту 40%. Наиболее сильное снижение наблюдалось в отношении импорта легковых и грузовых автомобилей, а также различного оборудования. Заметно сократились и статьи импорта, связанные с поставками товаров, оказавшихся под действием российского продовольственного эмбарго.[3]

С другой стороны, по данным отчетов Министерства экономического развития за 2014 и за 2015 годы произошло увеличение количества произведенного мяса и мяса птицы, сыра и творога. Такого роста удалось достичь за счет масштабного субсидирования этой отрасли. В производстве наблюдается значительное снижение [4].

Можно констатировать, что процесс импортозамещения в России происходит достаточно медленно и неравномерно. Импортозамещение есть там, где для него создана база, а именно: в фармацевтике, пищевой и лесозаготовительной промышленности, однако существенных результатов принятой политики стоит ожидать через 5-7 лет. Свое влияние на эффективность импортозамещения оказывают, помимо шоковых внешних условий, структурные проблемы российской экономики, значительное снижение покупательной способности россиян, а также нестабильность финансового сектора, влияющая на активность отечественных предпринимателей.

Государство и производители должны стимулировать внутренний спрос на отечественную продукцию, повышая ее конкурентоспособность.

Последние изменения на валютном рынке в октябре 2016 г. и укрепление рубля повлекло за собой некоторое снижение цен на импортные товары, а, зна-

чит, это зеленый свет для предприятий бизнеса, ориентированных на поставку товаров из-за рубежа, и говорить об импортозамещении, наверное, пока рано. Сейчас лишь создается основа, которая при нужном государственном управлении и поддержке обеспечит будущее экономики России.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Паньшин И.В. Импортозамещение региональных экономических ресурсов в условиях внешнего экономического давления / И.В. Паньшин // Вопросы региональной экономики 2014. №4. С.81-85. URL: http://elibrary.ru/item.asp?id =22905519 (дата обращения 17.10.2016)

2. Официальный сайт импортозамещения в России. URL: http://zimport.ru// (дата обращения 20.10.2016)

3. Внешняя торговля России в 2015 году без шансов на положительную динамику [Электронный ресурс]. –Режим доступа: http://xn--b1ae2adf4f.xn--p1ai/analytics/research/29512-vneshnyaya-topgovlya-possii-v-2015-godu-bez-shansov-na-polozhitelynuyu-dinamiku.html (дата обращения 27.10.2016)

4. Рощепий И. Реальные итоги импортозамещения // [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://politrussia.com/ekonomika/realnye-itogi-importozameshchaniya-708/ (дата обращения 27.10.2016)

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ КООПЕРАЦИЯ В СЕЛЬСКОМ ХОЗЯЙСТВЕ

Остахов К.И.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Исторически первым видом частой собственности, возникшей в современной капиталистической России, был кооператив.

Первым нормативно-правовым актом, регулирующим деятельность кооперативов, был закон «О кооперации в СССР», отдельные положения данного закона не отменены и действуют до сих пор.

В соответствии с данным законом [1, ст. 3.2] кооперативы бывают двух видов: производственные и потребительские. С учётом современной финансово-хозяйственной деятельности кооперативы можно разделить на следующие подвиды (Схема 1).

Схема 1 – Виды кооперативов

В настоящее время больше всего кооперативов сохранилось в сельском хозяйстве. Более того, некоторые акционерные общества преобразуются в кооператив.

В соответствии с ФЗ «О сельскохозяйственной кооперации» [2, ст. 1] под сельскохозяйственным кооперативом понимается предприятие, созданное гражданами на основе добровольного членства для совместной производственной или иной хозяйственной деятельности, основанной на объединении их имущественных паевых взносов в целях удовлетворения материальных и иных потребностей членов кооператива.

В соответствии с ГК РФ [2, ст. 106.2 п.4] число членов кооператива (граждан) не может быть меньше 5, не менее половины всех работающих в кооперативе людей должны состоять в нём в качестве членов, т.е. быть собственниками. Управление деятельностью кооператива осуществляется на демократических началах (один член кооператива – один голос). Также федеральный закон обязывает кооператив состоять в Ревизионном союзе сельскохозяйственных кооперативов, т.е. проходить процедуру независимого внешнего контроля.

Основные преимущества кооперативной организационно-правовой формы от формы общества.

1) Собственниками кооператива являются его работники. Они голосуют равноправно (1 человек = 1 голос) в отличие от обществ, где голосуют капита-

лом. Работники вовлечены в процесс управления путём выбора председателя и Наблюдательного совета кооператива.

2) Проблема «принципала-агента» слабее, чем в обществах, т.к. реализуется принцип личного трудового участия членов кооператива. Прибыль, полученная в отчётном периоде, направляется на развитие кооператива или выплачивается кооператорам пропорционально их трудовому участию.

3) ФЗ «О сельскохозяйственной кооперации» [3] предусмотрено создание неделимого фонда кооператива, как правило, в него относят крупные объекты основных средств и прав собственности на земельные участки. При выходе из кооператива член кооператива не может забрать данное имущество в качестве возврата пая.

4) Ограничена возможность передачи пая лицу, не состоящему в кооперативе. Это ограничивает возможность получения права собственности на долю в кооперативе третьих лиц, преследующих свои цели.

5) Кооперативная форма собственности более устойчива при противодействии рейдерским захватам. Как правило, членов кооператива раз в 10 больше, чем членов общества, а запугать или подкупить 100 человек гораздо сложнее, чем 5.

Резюмируя вышесказанные положения, можно отметить что кооперативная форма в сельском хозяйстве имеет значительные преимущества перед акционерной. Самое основное её достоинство в том, что она ставит во главу угла человека и сохранение хозяйства при самых тяжёлых социально-экономических условиях.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Закон СССР от 26.05.1988 N 8998-XI (ред. от 07.03.1991, с изм. от 15.04.1998)»О кооперации в СССР».

2. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30.11.1994 № 51-ФЗ (ред. от 03.07.2016 с изм. и доп., вступ. в силу с 02.10.2016).

3. Федеральный закон от 08.12.1995 № 193-ФЗ (ред. от 03.07.2016) «О сельскохозяйственной кооперации».

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ РИСКИ НА РЫНКЕ АВТОМОБИЛЬНЫХ ГРУЗОПЕРЕВОЗОК

Сизова Е.В.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

В связи с развитием рыночных отношений предпринимательскую деятельность приходится осуществлять в условиях нарастающей неопределенности ситуации и изменчивости экономической среды. Значит, возникает неясность и неуверенность в получении ожидаемого конечного результата, а, следовательно, возникает риск, т.е. опасность неудачи, непредвиденных потерь. В особенности это присуще начальным стадиям развития предпринимательства [1].

Рынок – это экономическая свобода, за которую приходится платить. Свобода одного предпринимателя сопутствует одновременно и свободе других предпринимателей, которые вольны покупать или не покупать его продукцию, предлагать за нее свои цены, продавать ему по определенным ценам, диктовать свои условия сделок [1]. Следовательно, развитию предпринимательства сопутствуют неопределенность и повышенный риск [2].

Основу современного общества составляют грузоперевозки независимо от их назначения: будь это перевозки внутри государства или международные. Потребительский рынок основан на обмене товаров, который выражается в непрерывном процессе. Поэтому грузоперевозки на потребительском рынке играют одну из главных ролей.

Народное хозяйство не может существовать без перевозки того или иного груза. Производимый товар должен быстро, вовремя и в надлежащем качестве быть доставлен к потребителю, так как от этого зависит эффективность деятельности любого предприятия.

С развитием малого и среднего бизнеса появилось много компаний, которые стали предлагать свои услуги предпринимателям по перевозке груза, поскольку объемы производства не позволяют им содержать личный автотранспорт. Из-за низкой цены на услуги по сравнению с другими видами транспорта, доставка груза «до двери», перевозка груза на автотранспорте – это самый приемлемый и экономически выгодный тип транспортировки товара.

Учитывая, что основным заказчиком грузоперевозок является бизнес (на долю частных лиц приходится едва ли 5% общего объема), состояние отрасли напрямую зависит от деловой активности в стране, тем самым подвергая фирмы определённым экономическим рискам. Рынок автоперевозок испытывает сложности, которые пагубно отражаются на логистике и цепочках поставок. Сегодня глобальная напряженность в экономике негативно проявляется во всех сферах бизнеса, в том числе и в грузоперевозках.

Хотелось бы выделить ряд экономических рисков, присутствующих на современном рынке автомобильных грузоперевозок в России.

Экономические риски – это риски, обусловленные неблагоприятными изменениями в экономике предприятия или в экономике страны. Наиболее распространенными видами экономического риска, в котором сконцентрированы частные риски, являются изменение конъюнктуры рынка, несбалансированная ликвидность (невозможность своевременно выполнять платежные обязательства), изменение уровня управления и др. Эти виды рисков связаны между собой, и часто на практике их достаточно трудно разделить [3].

Наиболее распространённые на данном рынке – страновые риски. Падение промышленного производства и строительства, реальных доходов населения и розничного товарооборота приводит к снижению спроса на автоперевозки, что проявляется в минимальном росте грузооборота и отрицательной динамике грузоперевозок.

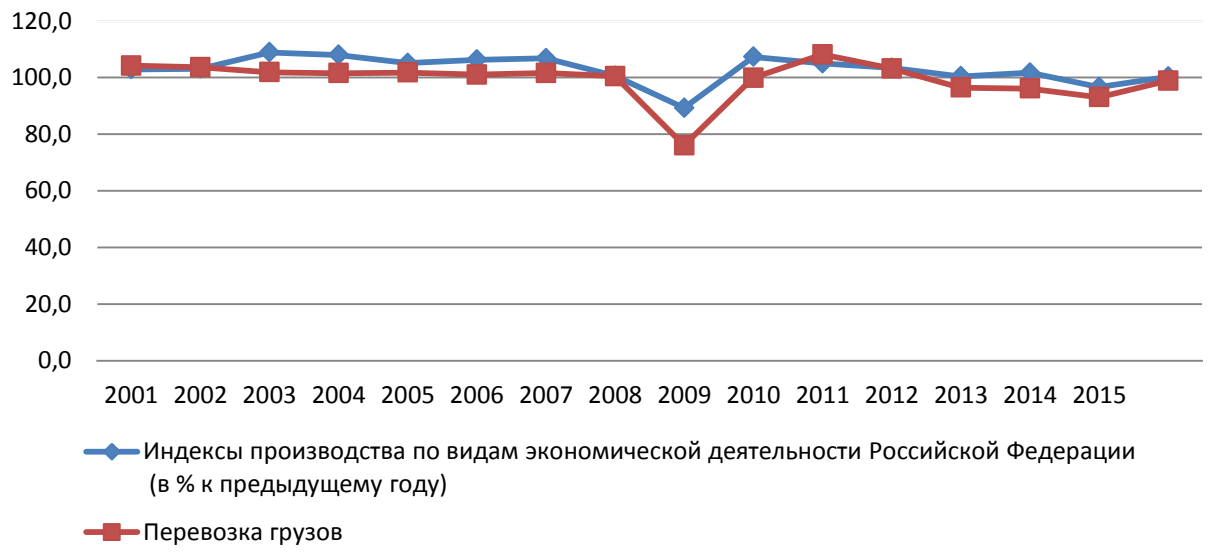


Рис. 1 – Динамика изменения индекса производства и перевозки грузов [4]

В грузоперевозках существует не только внутренний риск, но и высокие риски в производственной сфере, тем самым грузоперевозки являются неким индикатором состояния экономики.

Кроме того, для многих предприятий характерно снижение доли долгосрочных обязательств в пассивах предприятий. Это связано, в первую очередь, с ростом процентных ставок по кредитам и лизингу. Участники рынка отказываются от модернизации или расширения бизнеса либо, увеличивая капитализацию, делают это за счет собственных средств, тем самым увеличивая свою прибыль. В этом случае ещё один вид экономических рисков – финансовый, может быть как положительным, так и отрицательным.

Валютный риск данного рынка в нашей стране – низкий курс рубля, который влияет на структуру грузового автомобильного парка, а именно увеличиваются расходы на обслуживание иномарок, соответственно их доля уменьшается или происходит увеличение, но не в значительных количествах. Так, по данным Автостата, доля на рынке «SCANIA», «Hyundai», «MAN», «Volvo», «DAF» уменьшилось с 6,4%, 5%, 5,2%, 4%, 2,2% до 5%, 4,3%, 3,6%, 2%, 1,3% соответственно.

Неожиданное снижение температуры до 22-32 градусов быстро уменьшает предложение свободного транспорта на рынке: перекрытие магистралей из-за гололеда и большого количества снега, порча незамерзающего некачественного топлива, повреждение в системе охлаждения и т. д. В сезон уборки урожая нужно доставить груз покупателю в короткие сроки, чтобы не испортился товар, тем самым возникает продолжительный высокий спрос на транспортные услуги. Зимой топливо расходуется намного больше, так как приходится включать автономные системы отопления во время стоянки транспорта. Весной в период паводка вводятся запреты на массу перевозимых грузов. Колебания спроса и предложения возникают по дням недели, до, перед и во время праздничных и выходных дней. Всё это характеризует сезонный риск.

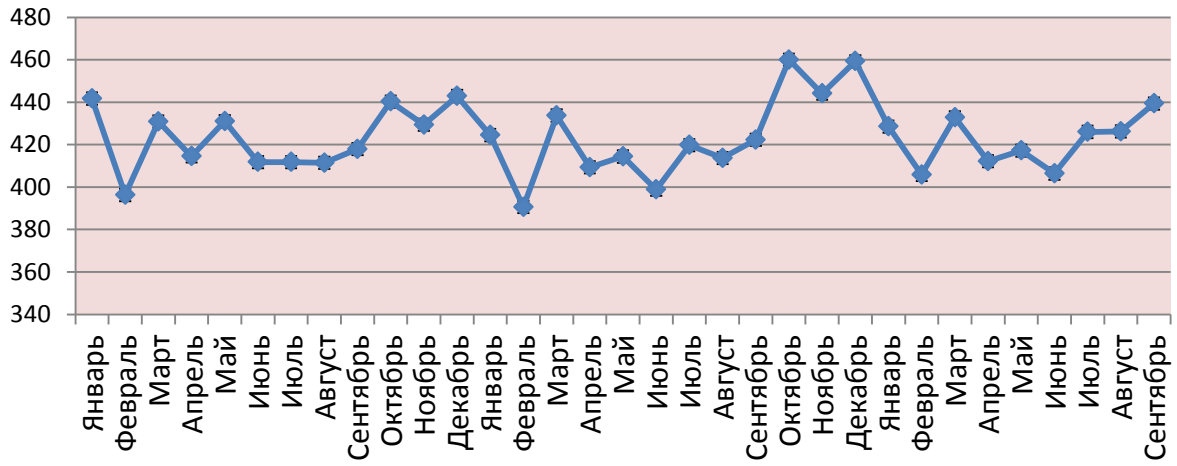


Рис. 2 – Грузооборот (2014-2016 гг.), млрд т

Российский рынок автомобильных грузовых перевозок, который еще недавно испытывал глубокий спад, к апрелю 2016 г. начал понемногу стабилизироваться. Грузооборот первого квартала — 48,6 млрд т/км. В марте здесь наблюдались максимально малые за период кризиса значения отрицательной

динамики по объемам перевозок и грузообороту. По сравнению с мартом прошлого года падение грузооборота ставило 1,5%. Но темпы спада пока превышают динамику снижения объемов грузоперевозок.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Альгин А.П. Грани экономического риска / Альгин А.П. – М.: Знание, 1991. – 54 с.
2. Трофимова Л. Оценка рисков, влияющих на эффективность деятельности предприятия / Л. Трофимова // Аудитор. – 1996. – № 8. – С. 44–46.
4. http://www.gks.ru/ (дата обращения: 08.11.2016)

УПРАВЛЕНИЕ ИННОВАЦИОННЫМ РАЗВИТИЕМ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Суглобова О.С.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Внимание к управлению инновационным развитием предприятий в РФ постоянно возрастает. Все большее число руководителей предприятий осознают необходимость разработки стратегии инновационного развития.

Управление инновациями – это процесс постоянного совершенствования самых различных сторон деятельности предприятия. Оно включает в себя: технические, технологические и другие модернизации сфер, в том числе «совершенствование» персонала. Управление инновациями предусматривает исследование потребностей рынка.

Центральная роль в инновационном процессе отводится предприятию. Оно является источником инновационной деятельности, предъявляет спрос на инновации, осуществляет их реализацию, устанавливает взаимосвязи с потребителями.

Инновационная деятельность – это деятельность, направленная на поиск и реализацию инноваций в целях расширения ассортимента и повышения качества продукции, совершенствования технологии и организации производства.

Проанализируем инновационное развитие предприятий Нижегородской области.

Среди регионов Приволжского федерального округа к регионам с наибольшей инновационной активностью относится Нижегородская область (15,6%) [1, с. 183].

На 2014 г. в Нижегородской области 93 организации занимаются инновационной деятельностью, из них научно-исследовательских организаций – 38, конструкторских, проектно-конструкторских, технологических и изыскательских организаций – 20, образовательных организаций высшего образования – 13 и прочие [2].

Внутренние затраты на научные исследования и разработки в процентах к ВРП в 2014 г. составили 5,79%, что превысило среднероссийский уровень (1-е место в рейтинге регионов за указанный период).

Одним из важнейших с точки зрения инновационного развития сохраняющихся у Нижегородской области конкурентных преимуществ является человеческий капитал. Так, численность персонала, занятого научными исследованиями и разработками, в 2014 году составила 39703.

Уровень развития науки и новых технологий в Нижегородской области в 2015 г составил 65,35% (4-е место в рейтинге регионов за указанный период), по сравнению с 2014 г. уровень увеличен на 1.90% [2].

Объем инновационных товаров, работ, услуг организаций по видам экономической деятельности составил на 2014 г. 18,2 %.

Важным показателем инновационного развития предприятий является инновационная активность организаций.

Инновационная активность организации характеризует степень участия организации в осуществлении инновационной деятельности в целом или отдельных ее видов в течение определенного периода времени.

По видам экономической деятельности, всего по добывающим, обрабатывающим производствам, производству и распределению электроэнергии, газа и воды, на 2014 г. в Нижегородской области удельный вес составил 4.3.

Для стимулирования инновации в деятельности предприятий нужно вводить налоговые меры, которые смогут стимулировать частный бизнес к активному участию финансирования НИОКРов.

Например это:

- система ускоренной амортизации для научного оборудования;
- специальные льготы на закупку зарубежных технологий;
- льготы на исследовательские затраты;
- налоговый кредит.

Предоставление льгот предприятиям и инвесторам породит спрос на конкуренцию исследований и инновации.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Соменкова Н.С. Управление стратегическо-инновационной деятельностью промышленных предприятий: диссертация кандидата экономических наук: 08.00.05. / Н.С. Соменкова. – Н. Новгород, 2010. – 167 с.

2. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://gks.ru/

Секция 5. МЕЖДУНАРОДНОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Подсекция 1. ПРОБЛЕМЫ ОБЕСПЕЧЕНИЯ

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ НА МАКРО-, МЕЗО- И МИКРОУРОВНЕ

ВЛИЯНИЕ ПАДЕНИЯ ЦЕН НА НЕФТЬ И САНКЦИЙ НА ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ООО «ЛУКОЙЛ-ОВЕРСИЗ»

Базеян А.А.

Пермский государственный национальный исследовательский университет

Мировой рынок нефти является одним из самых нестабильных среди всех рынков. В последние недели ситуация более менее стабилизировалась, но несмотря на это цена на нефть с лета 2014 г. упала почти на 50%, став самым крупным обвалом с кризисного 2008 года.

Выбор темы работы обусловлен значимостью международного нефтегазового бизнеса, так как экономика многих стран полностью зависит от нефти. Вне зависимости от того, экспортируется или импортируется, она играет важную роль в экономике. В международном нефтяном бизнесе сосредоточено огромное богатство и власть.

Международная торговля нефтью считается одним из важнейших элементов современного мирового хозяйства. Этому способствует ее высокая политическая и экономическая значимость, а также огромные масштабы. Хотя, если взглянуть на долю в мировой экономике всех товаров, относящихся к топливу, то она является не столь высокой. Этот показатель составляет 8-10%, что существенно ниже, чем у категории машиностроительных товаров и готовых изделий. Однако по индивидуальным оборотам нефть твердо стоит на первом месте [11].

Под международным бизнесом в нефтегазовом комплексе понимаются экономические и хозяйственные операции, которые осуществляют две или более стран в области нефте- и газодобычи. Также международный нефтегазовый бизнес – это предпринимательская деятельность, в которой совместно участвуют нефтегазовые компании разных стран с использованием международного капитала [4].

Рассмотрим международный нефтегазовый бизнес на примере ООО «ЛУКОЙЛ Оверсиз». Группа компаний «ЛУКОЙЛ Оверсиз» является составной частью одной из крупнейших российских нефтяных компаний ПАО «ЛУКОЙЛ» и осуществляет развитие ее международной деятельности в сфере добычи нефти и газа [12].

«ЛУКОЙЛ Оверсиз» активно растет и развивается. Были открыты офисы в Лондоне, Никосии, Амстердаме, Боготе, Каире, Ташкенте, Астане, Дубае, Тегеране, Актау и Осло. Компания приобретала активы и участвовала во множестве совместных проектов, осваивая новые регионы и технологии. Компания вела важную внутреннюю деятельность по стандартизации и повышению качества своей работы, целью которой было соответствие высочайшим международным требованиям в сфере охраны труда и окружающей среды.

В 2014 г. влияние на экономику страны оказали значительное снижение цен на нефть и значительная девальвация российского рубля, а также санкции, введенные против России западными странами. Данные санкции предусматривают ограничения для лиц из США и ЕС по предоставлению финансирования, а также работ, товаров и услуг, которые могут быть использованы определенными лицами на территории РФ в рамках реализации проектов по глубоководной разведке и добыче нефти, разведке и добыче нефти в Арктике и проектам сланцевой нефти [10]. Под санкции подпадают те технологии, которых нет в России. В связи с этим компания не сможет вести добычу нефти в трудноизвлекаемых районах на своей территории.

Запрет внешнего финансирования проектов существенно отразился на деятельности ПАО «ЛУКОЙЛ». Так, компания начала закрывать свои зарубежные проекты, начиная с наименее перспективных. ПАО «ЛУКОЙЛ» решил полностью свернуть свою работу на глубоководном шельфе Кот-д`Ивуара после десяти лет своего присутствия в регионе. До этого компания вышла из проекта в Сьерра-Леоне.

Для успешного преодоления стоящих перед российской нефтяной промышленностью внешних и внутренних вызовов в отрасли необходимо совершить переход от экстенсивного к интенсивному пути развития, что должно позволить ей остаться опорой для развития экономики России на основе построения адекватной институциональной среды и инновационного развития отрасли.

Для совершения этого перехода нефтяной отрасли необходимо решить целый ряд неотложных и масштабных задач [8]:

• Достижение опережающего прироста запасов жидких углеводородов, включая осуществление широкомасштабных геологоразведочных работ в неосвоенных и малоосвоенных регионах;

• Переход к массовой разработке средних, мелких и мельчайших месторождений нефти в условиях падения значения крупных и уникальных месторождений;

• Значительное повышение коэффициента извлечения нефти на действующих месторождениях;

• Значительное увеличение глубины нефтепереработки и выхода светлых нефтепродуктов с учетом особенностей российской экономики (акцент на производстве высококачественных бензинов без излишней «дизелизации» отрасли);

• Осуществление ускоренного импортозамещения через разработку и внедрение отечественных инновационных технологий и оборудования, в том числе для создания мультипликативного эффекта в смежных отраслях промышленности и сферы услуг.

Решение этих задач требует, в свою очередь, преодоления сложившихся институциональных барьеров и разработки мер государственной энергетической политики, направленной на построение целостной и внутренне сбалансированной системы государственного регулирования нефтяной отрасли, адекватной новым вызовам.

И одним из ключевых направлений государственной политики в отрасли должно стать продолжение реформы налогового и таможенно-тарифного регулирования с целью постепенного ухода от устаревшей системы валового налогообложения добываемой нефти через налог на добычу полезных ископаемых, которая не в полной мере учитывает экономическую эффективность компаний-недропользователей, в пользу развития системы гибридного налогообложения, где, наряду с налогом на добычу полезных ископаемых, будут развиваться рентные формы налогообложения (НДД и НФР). Представляется, что именно гибридное налогообложение отрасли может способствовать наиболее полному раскрытию ее потенциала через стимулирование постоянного повышения эффективности работы недропользователей [8].

Кроме того, важнейшим фактором долгосрочной устойчивости российской нефтяной промышленности к любым штормам на мировом нефтяном рынке будет последовательная перестройка российской экономики и бюджета, ориентированная на уход от чрезмерной зависимости от углеводородов. Только в этом случае российская нефтяная отрасль будет гарантирована от внезапных изменений условий регулирования, и над ней не будет висеть ставшее уже традиционным увеличение налоговой нагрузки для пополнения доходной части российского бюджета [8].

Для успешного преодоления стоящих перед российской нефтяной промышленностью внешних и внутренних вызовов в отрасли необходимо совершить переход от экстенсивного к интенсивному пути развития, что должно

позволить ей остаться опорой для развития экономики России на основе построения адекватной институциональной среды и инновационного развития отрасли.

При всем этом у компании имеется большой потенциал развития. ПАО «ЛУКОЙЛ» не имеет долгов перед зарубежными партнерами, активно участвует в добыче крупных месторождений и ведёт сотрудничество со многими зарубежными нефтегазовыми компаниями. За 2015 г. компания добыла около 100 млн тонн углеводородов, 1 006 млн. барр. доказанных запасов перевела в более низкие категории запасов, она владеет огромной ресурсной базой. Положительным моментом такой нестабильной ситуации на нефтяном рынке для компаний является развитие импортозамещения, так как ПАО «ЛУКОЙЛ» сильно зависит от зарубежных партнеров.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Правительство РСФСР постановление от 25 ноября 1991 г. № 18 об образовании нефтяного концерна «ЛАНГЕПАСУРАЙКОГАЛЫМНЕФТЬ» («ЛУКОИЛ»)

3. Дунаев В.Ф. Экономика предприятий нефтяной и газовой промышленности: Учебник / под ред. проф. В. Ф. Дунаева. – Издательство «Нефть и газ» РГУ нефти и газа им. Губкина, 2006. – 352 с.

4. Линник Ю.Н. Международный бизнес в отраслях нефтегазового комплекса / Ю.Н. Линник, В.Я. Афанасьев, А.С. Казак. – М.: ИНФА-М., 2016.

7. «Ветер перемен» // Нефтяные ведомости - Корпоративное издание о международных апстир - проектах ПАО «ЛУКОЙЛ», 2015. №24 (322).

8. Громов А.И. Перспективы развития российской нефтяной отрасли в условиях турбулентности на мировом нефтяном рынке / А.И. Громов // Бурение и нефть. – 2016. №– 02.

9. Кейс «ЛУКОЙЛ Оверсиз» технико-экономическая оценка месторождения. [Электронный ресурс]. URL: http://changellenge.com/wp-content/uploads/2014/03/CLT2014-1st-Round-Mars-LUKOIL-Overseas.pdf

10. Анализ руководством Компании финансового состояния и результатов деятельности ПАО «ЛУКОЙЛ» [Электронный ресурс]. URL: http://www.lukoil.ru/new/finreports/2015

11. Особенности международной торговли нефтью [Электронный ресурс]. URL: http://finance-profy.ru/prodazha-nefti/osobennosti-mezhdunarodnoj-torgovli-neft-ju.html (дата обращения: 12.10.2015)

12. http://lukoil-overseas.ru – корпоративный сайт ПАО «ЛУКОЙЛ - Оверсиз».

СМЫСЛОВЫЕ РАЗЛИЧИЯ ТЕРМИНОВ «МАЛЫЙ БИЗНЕС» И «МАЛОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО»

Вергунова А.В.

Оренбургский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова

Роль малых предприятий в экономике страны определяется выполнением ими ряда экономических и социальных функций.

К экономическим функциям относятся: производство продукции, работ и услуг, предоставление рабочих мест и снижение тем самым напряженности на рынке труда, участие в формировании бюджетов всех уровней и др.

Социальные функции включают: реализацию творческого потенциала работников, применение труда социально незащищенных групп населения, удовлетворение потребностей людей в общении.

Малое предпринимательство – это самостоятельная деятельность любого человека или группы людей, напрямую связанная с риском утраты или снижения стоимости экономического актива [1]. Поскольку предпринимательство является основой бизнеса, очень часто эти два понятия объединяют в одно и считают взаимозаменяемыми. Однако это не совсем так.

Малое предпринимательство, как правило, осуществляется исключительно под личную ответственность и направлено на получение дохода в перспективе.

Малый бизнес – это абсолютно любая деятельность человека, главная цель которой получение максимальной прибыли за счет реализации востребованных на рынке товаров и услуг [1]. Малый бизнес является элементом рыночной экономики, без которого государство не может эффективно развиваться.

Деятельность малого предпринимательства основана на рисках и возможности получения сверхприбыли, т.е. своего рода дополнительного дохода за свои предпринимательские способности и склонность к риску, как говорится: «кто не рискует, тот не пьет шампанское». А малый бизнес, в свою очередь, не предполагает обязательного повышенного уровня рисков, а наоборот стремится к получению стабильного и регулярного дохода. В этом-то, по нашему мнению, и кроется одно из принципиальных различий этих понятий.

Еще одно различие состоит в том, что в случае малого бизнеса собственник является преимущественно организатором чужого труда, он создает систему, которая приносит доход, и при грамотном управлении и делегировании полномочий эта система прекрасно работает и в отсутствии самого собственника. А в случае малого предпринимательства собственник преимущественно работает сам на себя [2].

Приведем пример.

Человек – мастер своего дела, выполняет свою работу по найму так хорошо, как никто другой и что самое важное – это занятие ему нравится и при-

носит удовольствие. Все это наталкивает на мысль: «А почему кто-то должен получать за мои труды больше, чем я?». И как результат этих размышлений возникает идея открыть свое дело. К примеру, этот человек является зарекомендовавшим себя мастером парикмахерского искусства, который решает открыть салон красоты. У него есть два варианта развития событий.

Первый вариант. Он снимает помещение, покупает оборудование, нанимает администратора и начинает сам работать мастером-парикмахером. Второй вариант, когда он вместо себя нанимает квалифицированный персонал и каждого обеспечивает соответствующей техникой. Естественно, второй вариант более затратный с точки зрения стартового капитала, но менее трудозатратный.

В первом случае человек, несмотря на то что он работает сам на себя, все-таки остается узким специалистом. Он будет непосредственно участвовать в производственном процессе, это и есть предприниматель.

Во втором же случае человек выступает как управленец, как бизнесмен, который создает систему, которая впоследствии работает на него самого. Этот вариант более трудоемкий, требует больших капиталовложений, сил и времени.

Также к отличительным чертам малого предпринимательства можно отнести то, что оно основано на внедрении инновационного. Предпринимать – значит создавать что-то новое. Малый бизнес не несет за собой никаких новых идей, он воспроизводит уже работающие на рынке успешные проекты. Например, повсеместно распространенные магазины, реализующие одни и те же товары по разным ценам.

Именно за предпринимательством закреплено звание двигателя научно-технического прогресса. Предполагающая реализацию новых услуг и товаров деятельность, направленная на получение прибыли, зачастую ассоциируется с областью применения инновационных разработок, реализацией новых проектов, освоением невостребованных источников энергии, поисками нового сырья, выпуском более экологичных товаров и т.д.

Объединяющим термином этих двух понятий может служить термин «субъект малых форм хозяйствования».

В целом для интенсивного развития субъекта малых форм хозяйствования необходимы определенные условия и факторы, а именно:

1) существование свободного места на рынке или вероятность расширения рынка;
2) возможность увеличения прибыли;
3) способность экономно использовать ресурсы;

4) возможность прогнозирования кризисных ситуаций и путей их разрешения.

Каждый начинающий предприниматель или бизнесмен должен предварительно проанализировать все факторы, которые могут повлиять на решение организовать свое дело, например:

1) выбрать главное направление собственного дела, учитывая собственный опыт, имеющиеся ресурсы, потенциал, конкуренцию и возможный спрос;

2) определить тактику и стратегию организации, коммерческие возможности, подобрать квалифицированный персонал;

3) оценить финансовый потенциал предприятия, просчитать затраты, оборотные и основные средства, необходимый размер уставного капитала и привлечение возможных спонсоров [3].

Субъект малых форм хозяйствования имеет ряд специфических особенностей, отличающих его от среднего и крупномасштабного. К ним можно отнести:

- единство права собственности и управления предприятием;
- относительно небольшие рынки ресурсов и сбыта;
- персонифицированный характер отношений внутри предприятия;
- специфический характер финансирования;
- высокая доля оборотного капитала по сравнению с основным.

Эти особенности во многом определяют возможности субъекта малых форм хозяйствования конкурировать с крупным предпринимательством.

Можно выделить следующие преимущества субъектов малых форм хозяйствования:

- экономическая маневренность, адаптивность и оперативность в принятии управленческих решений;
- быстрое реагирование на постоянно изменяющуюся рыночную ситуацию;
- повышенная скорость оборота капитала;
- простая структура управления, обусловливающая снижение косвенных расходов;
- экономное использование ресурсов [4].

Помимо преимуществ у субъектов малых форм хозяйствования есть и существенные недостатки, главный из которых заключается в малой величине капитала и ориентации в основном на самофинансирование, вследствие чего проявляется неустойчивость малого бизнеса [5].

Подводя итог, следует отметить, что различие обсуждаемых понятий иногда может быть принципиальным и очень важным. Если рассматривать эти понятия с юридической точки зрения, то трактовка названия предприятия может повлиять на степень государственной помощи: очевидно, что малое предпринимательство поддерживается гораздо шире, чем малый бизнес.

Опыт стран с развитой рыночной экономикой свидетельствует о том, что в связи с объективно более высокими издержками производства на малых предприятиях для обеспечения их выживаемости и стабильной работы необходимы государственное регулирование и поддержка. Такая поддержка должна быть точечной. Разделение понятий малый бизнес и малое предпринимательство, по нашему мнению, должно помочь определению наиболее нуждающихся в такой поддержке «точек» в среде субъектов малых форм хозяйствования.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Это – бизнес: толковый словарь экономических терминов / под ред. А. Филиной. – М.: Альтерпресс, 2010 – 485 с.
2. Малый и средний бизнес: эволюция понятий, рыночная среда, проблемы развития: учебник / под ред. О.Ю. Акимова. – М.: Финансы и статистика, 2011. – 292 с.
3. Индивидуальный предприниматель: практическое руководство / под ред. Ю.Л. Фадеева. – М.: Эксмо, 2010. – 224 с.
4. Основы бизнеса (предпринимательства): учебник / под ред. Н.Ю. Круглова. – М.: КНОРУС, 2010. – 544 с.
5. Предпринимательство: учеб. / под ред. В.Я. Горфинкеля, Г.Б. Поляка, В.А. Швандара. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2011 – 581 с.

ВЫХОД РОССИЙСКИХ КОМПАНИЙ НА РЫНОК БРИКС

Калиновский К.А.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

В настоящее время, с учетом тенденции транснационализации и глобализации, активно развиваются транснациональные корпорации. Многие российские компании стараются выйти на внешний рынок, но часто сталкиваются с проблемами при выборе страны для сбыта продукции. В данной статье будет идти речь о преимуществах выхода российских компаний на рынок БРИКС.

Многие российские компании стремятся выйти на внешний рынок, и при этом причины у них разные. Можно выделить следующие причины выхода компаний на внешние рынки:

1. Привлечение новых клиентов. В случае насыщения внутреннего рынка компаниям необходимо найти новые рынки сбыта для повышения своих доходов, прибыли и обеспечения долгосрочного роста компании.

2. Сокращение издержек и повышение конкурентоспособности. Ввиду ограниченного масштаба внутреннего рынка компании не могут максимально получить выгоду за счет эффекта масштаба и эффекта обучаемости. Как следствие, организации находят путь к экспорту своей продукции на зарубежные рынки.

3. Преимущества за счет ключевой компетенции. Ключевая компетенция представляет собой специфический фактор, который бизнес рассматривает как центральный и значимый при развитии и расширении.

4. Снижение странового риска за счет диверсификации. Компании, оперирующие на рынках разных стран, могут получить итоговую выгоду, в части компенсации убытков, возникающих из-за экономического спада в одной стране за счет продаж в другой стране.

5. Увеличение рыночной капитализации компании.

6. Удовлетворение требований акционеров по расширению деятельности компаний на глобальном уровне [1; 2].

Исходя из данных причин, постараемся выделить несколько доводов в пользу рынка БРИКС при выходе на внешний рынок.

Начнем с того, что такое БРИКС?

БРИКС – объединение пяти стран, которые можно условно назвать быстроразвивающимися. В объединение входит Бразилия, Китай, Россия, Индия и Южно-Африканская Республика. Этой организации десять лет. Ежегодно проводятся саммиты, где страны-участники объединения обсуждают различные аспекты финансового сотрудничества и взаимодействия, решаются вопросы глобализации, экологической безопасности и взаимопомощи. Также целью объединения данной группы стран может быть создание биполярного мира, то есть мира, в котором не будет так велико давление США [3].

Торговое взаимодействие между государствами, входящими в объединение БРИКС, на протяжении последних двадцати лет постоянно расширялось. По данным ООН, за период с 1995 по 2014 гг. объем взаимной торговли стран «пятёрки» увеличился более чем в 20 раз: с 13 млрд долл. в 1995 г. до 297 млрд долл. в 2014 г. При этом темпы роста торговли внутри объединения начиная с 2000 г. значительно возросли и превысили темпы роста совокупного внешнеторгового оборота стран БРИКС. Также стоит отметить, что средние тарифные

барьеры в БРИКС за последние годы снизились с 12 % до 8 %, нетарифные барьеры для импорта также значительно уменьшились [5; 12].

Специализация стран БРИКС на экспорте различных видов услуг открывает разнообразные возможности для расширения торговли услугами внутри «пятёрки». Так, например, почти во всех странах БРИКС туристические услуги занимают более 20 % импорта. При этом для таких государств, как Китай или ЮАР, они являются важным направлением экспорта. Другим потенциальным сегментом для развития сотрудничества являются транспортные услуги, на которые приходится более 40 % импорта услуг в таких странах, как Индия, Россия, ЮАР. Прочие деловые услуги, в особенности информационно-коммуникационные, являются важным компонентом импорта для всех стран БРИКС, за исключением ЮАР, а потому также имеют высокий потенциал для развития сотрудничества стран объединения [12].

Нельзя не заметить, что многие страны сейчас ищут альтернативные технические решения в сфере информационной безопасности такого же качества, как и лидер в этой сфере, Microsoft. Россия продемонстрировала эффективность своей оборонной промышленности, которая смогла самостоятельно создать передовые образцы военной техники, а значит – и способность производить технические решения и для других сфер применения. И как заметил президент НП «Руссофт» Валентин Макаров: «Изменение географической ориентации стран БРИКС на поиск альтернативных решений и рост престижа российских технологий на этих рынках объективно создали новую благоприятную атмосферу для выхода российских IT-компаний на рынки БРИКС».

Уже имеется несколько удачных IT-компаний, которым удалось распространить свои услуги на территории стран БРИКС. Компания EasyTen, которая занимается разработкой приложения для изучения иностранных языков, также в прошлом году вышла на рынок Бразилии. Приложение, которое предлагает компания, установили уже 30 000 пользователей [8–10].

И это не единственная IT-компания, которая активно штурмует рынки БРИКС. ООО «Новые облачные технологии» – компания, работающая в области IT-технологий, уже вышла на рынки Белоруссии, Казахстана и Киргизии и планирует в конце 2016 г. выйти на рынок Бразилии. IT-Холдинг Softline – международная компания (с оборотом 805 млн долл.) в области лицензирования программного обеспечения, поставки серверного, сетевого оборудования и предоставления IT-услуг – присутствует уже на территории 27 стран, в том числе трех стран БРИКС (в 2014 г. Softline открыла представительства в Индии и Бразилии). В прошлом году компанией было принято решение ускорить раз-

витие с помощью сделок слияния и поглощения. Первой такой сделкой стало приобретение бразильской компании Compusoftware. [7; 10;11].

Также наблюдается выход российских компаний на внешний рынок в рамках БРИКС и в других отраслях.

Например, Хайданьский металлургический завод пользуется российскими установками для сохранения технических газов. Такие установки производят и проектируют всего три-четыре компании в мире, российские способны выдавать продукты самой высокой чистоты. Крупнейшая индийская угледобывающая компания пользуется российскими экскаваторами. В крупнейшем городе Южно-Африканской Республики Йоханнесбурге был открыт сервисный центр по ремонту и обслуживанию гражданских вертолётов российского производства. В ЮАР на текущий момент было поставлено более семисот наших вертолётов [6].

Как можно заметить, российские компании достаточно часто выбирают рынок БРИКС как одну из наиболее приемлемых площадок для сбыта своей продукции. Он имеет значительные преимущества перед другими рынками за счет низких тарифных барьеров, а также высокого спроса в деловых транспортных и строительных услугах. При этом прослеживается тенденция того, что в основном выходят на рынок БРИКС компании, представляющие наукоемкие отрасли, о чем свидетельствует высокий уровень развития России в рамках инноваций (Россия занимает 49-е место в глобальном рейтинге инноваций) [4; 12].

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Чан В. Л. Стратегии выхода компаний на новые внешние рынки / В.Л. Чан // Молодой ученый. – 2011. – № 7. – Т. 1. – С. 121–124.
2. C.K.Prahalad and Gary Hamel, The core competence of the corporation – Harvard Business Review, 1990.
3. http://visasam.ru/emigration/vybor/strany-briks.html (дата обращения 12.11.2016).
4. http://gtmarket.ru/ratings/global-innovation-index/info (дата обращения 13.11.2016).
5. http://economy.gov.ru/minec/press/news/2015070701 (дата обращения 14.11.2016)
6. http://tpp-inform.ru/vedomosti/mir/38208/(дата обращения 13.11.2016).
7. http://www.comnews.ru/content/102810/2016-07-12 (дата обращения 12.11.2016)
8. http://firrma.ru/data/news/4922/ (дата обращения 13.11.2016).
9. http://ncloudtech.ru/company.html (дата обращения 13.11.2016).
10. https://vc.ru/p/russian-companies (дата обращения 13.11.2016).
11. http://softlinegroup.com/ (дата обращения 14.11.2016)
12. http://wtocentre.iift.ac.in/FA/Brics.pdf (дата обращения 14.11.2016)

ТРАНСНАЦИОНАЛЬНЫЕ КОМПАНИИ (ТНК) КАК ОСНОВНОЙ СУБЪЕКТ МЕЖДУНАРОДНОГО МАРКЕТИНГА

Колчин Е.Ю.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Одним из условий глобализации является подмеченная еще Марксом тенденция капитала к безграничному самовозрастанию и выходу за национальные границы. Эта тенденция нашла свое отражение в становлении сначала (многонациональных) транснациональных, а затем глобальных компаний. Эксперты ООН относят к международным (транснациональным, многонациональным, мультинациональным) компаниям те предприятия, которые:

1) имеют дочерние фирмы в двух и более странах независимо от юридической формы или сферы деятельности;

2) осуществляют координацию деятельности своих зарубежных фирм.

Ведущие ТНК рассматривают весь мир как единый глобальный рынок, выступающий источником получения прибыли на систематизированной плановой основе. Реализуемая ими стратегия глобального маркетинга предполагает межнациональное маневрирование при осуществлении производственных и сбытовых операций.

В современных условиях сегментация рынка потребителей все больше приобретает международный характер в рамках общего процесса глобализации рынков. Формируется так называемая межкультурная сегментация. Базируясь на разных культурах, она представляет собой синтез глобализации и локализации международного маркетинга. Возникает тенденция к смешению сегментов, своеобразной их «миграции». Особенно это относится к сфере услуг и производству новой высокотехнологичной продукции. В свою очередь миграция между сегментами означает, что покупатели будут приобретать гибридный стиль жизни, порождая тем самым глобальный рынок.

Глобализация рынков способствует объединению географически отдаленных и независимых друг от друга национальных рынков в один огромный мировой рынок. Этому процессу способствует постепенное сближение и пересечение потребностей, вкусов и предпочтений потребителей разных стран. Например, компании типа «Кока-Кола», «Макдоналдс» и «Леви Страус» сами способствуют развитию мировых рынков, предлагая по всему миру стандартизированную продукцию. На многих мировых рынках заметна «поляризация конкуренции» с образованием «конкурентных полей» типа «Кока-Кола – Пепси-Ко», «Форд – Тойота», «Боинг – Эйрбас». Если один из представителей такой пары проникает на какой-либо национальный рынок, второй непременно следует за ним.

Глобализация товаров рождается из стремления транснациональных компаний приобретать товары для бизнеса на всемирном базисе, обеспечивая себе преимущества за счет национальных различий в стоимости и качестве факторов производства (рабочей силы, энергии, земли и капитала). Став глобальным производителем, транснациональная (международная) компания предлагает на международном базисе сниженную стоимость своих товаров. Это позволяет охватить отдаленные рынки, где ее товары более предпочтительны, чем местные по ценовому признаку, с точки зрения потребителей. Цена на мировом рынке ниже цены внутреннего рынка примерно на 30%. В противном случае производители стремились бы продавать свой продукт только на зарубежном рынке, обходя внутренний неудовлетворенный спрос.

По организационной структуре ТНК, как правило, представляют собой многоотраслевые концерны. Головная компания выступает оперативным штабом корпорации. На базе широкомасштабной специализации и кооперирования она осуществляет технико-экономическую политику и контроль над деятельностью заграничных компаний и филиалов.

В последнее время в структуре ТНК происходят существенные изменения, главные из которых связаны с осуществлением так называемой комплексной стратегии, которая заключается в децентрализации управления международным концерном и значительном повышении роли региональных управленческих структур. Такая политика стала возможной благодаря повсеместной компьютеризации.

ТНК делятся на три большие группы. Горизонтально интегрированные ТНК – управляют подразделениями, расположенными в различных странах, производящих одинаковые или подобные товары. Горизонтально интегрированные корпорации с предприятиями, выпускающими большую часть продукции (например, сеть предприятий фаст-фуд, разбросанных по нескольким странам). Вертикально интегрированные ТНК – управляют подразделениями в определённой стране, которые производят товары, поставляемые в их подразделения в других странах в качестве сырья. Вертикально интегрированные корпорации, объединяющие при одном собственнике и под единым контролем важнейшие сферы в производстве конечного продукта. В частности, в нефтяной промышленности добыча сырой нефти часто осуществляется в одной стране, рафинирование – в другой, а продажа конечных нефтепродуктов – в третьих странах. Раздельные ТНК – управляют подразделениями, расположенными в различных странах, которые вертикально или горизонтально не объединены.

Примером таких корпораций могут служить автомобильные компании. Многие корпорации открывают свои заводы в странах, в которых потом эти автомобили будут продаваться, чтобы сэкономить на транспортировке и таможенных пошлинах. Например, автомобили марки »Форд». «Форд» является американским брендом, но несколько лет назад компания открыла свой завод в Ленинградской области и теперь автомобили марки «Ford» для продажи в РФ и собираются в России, это позволяет компании получать большую прибыль.

Компания «Рено» пошла несколько другим путем. Она использует производственные мощности компании «АВТОВАЗ». Компания решила не тратить средства на строительство собственного завода, а арендовать его у компании «АВТОВАЗ».

Нельзя определенно сказать, какой из представленных выше вариантов лучше, у каждого есть свои преимущества и недостатки. При строительстве собственного завода необходимы огромные первоначальные вложения, которые за короткое время не окупятся. При аренде производственных мощностей первоначальных вложений не требуется и средства, потраченные на аренду, будут окупаться ежемесячно. Но есть огромный минус: при аренде компания не может распоряжаться заводом, и договор об аренде может быть расторгнут по различным причинам и тогда компании придется искать другое место для производства, а при собственном заводе такой вариант исключен. Также, когда компания открывает собственный завод, после его окупаемости прибыль от продаж будет значительно больше, чем при аренде, так как стоимость аренды достаточно высока.

Размах деятельности транснациональных корпораций характеризуется огромными масштабами. Крупнейшие ТНК (например, «Дженерал Моторс», «Форд», «Ай Би Эм», «Роял Дойч Шелл») распоряжаются средствами, превышающими размер национального дохода многих суверенных национальных государств, а международный характер операций ставит их практически вне контроля любых национальных органов власти.

По официальным данным, их число увеличилось с 7 тыс. в 1970 г. до 37 тыс. в конце 90-х гг. Они контролируют за пределами страны-резиденции до 200 тыс. дочерних компаний. На предприятиях ТНК работают 73 млн сотрудников, которые ежегодно производят продукции более чем на 1 трлн долл.

ТНК господствуют во всех сферах мировой экономики: в производстве, в финансах, технологии, услугах. По сферам интересов ТНК распределяются следующим образом: около 60% – промышленность; 37% – услуги; 3% – базовые (добывающие и сельское хозяйство) отрасли. На долю ТНК приходится

30% промышленного производства, 50% международной торговли, 90% прямых зарубежных инвестиций, 95% патентов и лицензий. В международном кредите господствуют 50 транснациональных банков, в страховых операциях – 30 ведущих компаний, в рекламном деле – 20 ведущих мировых агентств, в воздушных перевозках – 25 международных авиатранспортных компаний. В целом суммарный объем продаж 500 компаний составил 11,5 трлн долл., а совокупная прибыль превысила 400 млрд долл. На долю ТНК приходится до 90% прямых инвестиций, 80% патентов и лицензий на новую технику, 63% внешнеторгового оборота и примерно 50% промышленного производства мира.

К наиболее надежным европейским ТНК «Файненшинал Таймс» относит также шведско-швейцарский машиностроительный концерн «АББ», британскую компанию «Бритиш Эйруэйз», швейцарскую группу «Нестле», германский автомобильный концерн «БМВ» и электротехническую корпорацию «Сименс». Что касается российских компаний, то в список 500 ТНК вошли только три из них: 91-е место занял «Газпром», 224-е – «Лукойл» и 226-е – «РАО ЕЭС России».

Питательной средой для роста отечественных ТНК являются финансово-промышленные группы, количество которых изменилось с 1 в 1993 г. до 77 к 2000 г. Они насчитывают 1150 филиалов и дочерних предприятий, 160 кредитно-финансовых учреждений с общей численностью занятых 5 млн человек. Примерами российских ФПГ являются такие объединения, как «Уральские заводы», «Нижегородские автомобили», «Донинвест».

Основными противниками как ТНК, так и глобализации в целом, являются антиглобалисты. Основной повод для протестов – это то, что, по их мнению, ТНК монополизируют национальный рынок и уничтожают государственный суверенитет. Действия ТНК по захвату рынка называют экономической войной против граждан. Во многих странах действуют законы, ограничивающие действия как крупных национальных производителей, так и ТНК (антимонопольное регулирование). Примерами служат Канада, Россия, Китай и др.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Багиев Г.Л. Международный маркетинг / Г.Л. Багиев, Н.К. Моисеева, С.В. Никифорова. – СПб.: Питер, 2001.
2. Ламбен Ж.-Ж. Менеджмент, ориентированный на рынок / Ж.-Ж. Ламбен. – СПб.: Питер, 2004.
3. Сейфулаева М.Э. Международный маркетинг [Электронный ресурс]. – М.: Юнити-Дана, 2012.
4. Черенков В.И. Международный маркетинг / В.И. Черенков. – СПб., 2003.
5. Международный маркетинг / Под ред. Н.И. Перцовского. – М.: Высшая Школа, 2001.

6. Голубкова Е.Н. Маркетинговые коммуникации / Е.Н. Голубкова. – М.: Финпресс, 2000.

МАЛЫЙ И СРЕДНИЙ БИЗНЕС КАК ОСНОВА ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ ЗАПАДНОЙ АФРИКИ (НА ПРИМЕРЕ РЕСПУБЛИКИ КОТ Д'ИВУАР)

Куасси Я.Д.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

По сравнению с другими регионами мира, развитию малых и средних предприятий уделяется меньше внимания в странах Западной Африки, несмотря на то, что именно малый и средний бизнес является основой экономического роста и развития экономик стран экономического и валютного союза Западной Африки (ЗАЭВС). Согласно последним данным Всемирного Банка, на долю сферы малого и среднего бизнеса приходится [5]:

- в странах с высоким уровнем дохода (более 12 616 долларов США в год): более 55% ВВП и 65% занятых;
- в странах со средним уровнем дохода (от 1036 до 12615 долларов США в год): более 70% ВВП и 95% занятых;
- в странах с низким уровнем дохода (менее 1035 долларов США в год): более 60% ВВП и 70% занятых.

Указанные факты подчеркивают, таким образом, ключевую роль малого и среднего бизнеса в развитии социально-экономических систем различных типов стран.

Малый и средний бизнес в странах Западной Африки составляет сегодня от 60 до 70 % ВВП названных стран, поэтому почетный президент Банка Африки Пол Деремо (Paul Dereumaux) в статье «Малый и средний бизнес как основа экономического развития Африки» [1] утверждает, что без развития малого и среднего бизнеса не будет промышленного и коммерческого фундамента, способного обеспечить долговременное развитие.

Сферы деятельности малых и средних предприятий различаются, например, в Бенине отмечается преобладание коммерческой деятельности и услуг, в Нигерии и Гане основой является промышленность, а в Кот д'Ивуаре – агропромышленный комплекс. На основе исследований, проведенных в Западной Африке, можно выделить 2 категории предпринимателей, занятых в малом и среднем бизнесе. С одной стороны, семейные фирмы, владельцами которых яв-

ляются отдельные граждане, с другой стороны, иностранные инвесторы, а именно, европейцы, ливано-сирийцы и индо-пакистанцы. Таких предпринимателей в Западной Африке можно разделить на четыре профиля: этнические группы, которые по традиции занимаются торговлей (мавританцы, хауса, диула, йоруба и т.д.), бывшие должностные лица или сотрудники государственных компаний, создатели микро-проектов из неформального сектора и профессиональные предприниматели.

С учетом имеющихся механизмов создания малых и средних предприятий в странах Западной Африки можно выделить ряд ключевых задач.

1. Эффективное управление, предполагающее поддержку национальных инвесторов, улучшение взаимодействия между государством и предпринимателями, развитие межрегиональной торговли.

2. Улучшение структурных факторов: продвижение национальных участников в реальной региональной интеграции; снижение конкуренции в неформальном секторе экономики; совершенствование судебной системы.

3. Доступ малого и среднего бизнеса к источникам финансирования: через содействие государства укреплению развитию финансового сектора, в том числе, микрофинансовых организаций.

Исследование экономик стран Западной Африки позволяет утверждать, что успешное развитие малых и средних предприятий является наиболее перспективным направлением для них, особенно для Кот д'Ивуар, на долю которого приходится около 35% ВВП ЗАЭВС и 60% экспорта сельскохозяйственной продукции ЗАЭВС.

В 80-е годы в Кот д'Ивуаре имел место значительный экономический рост, который позволил стране стать примером экономического развития для соседей. Однако экономический кризис, вызванный падением цены какао на мировом рынке, создал дисбаланс в национальной экономике, приведший к внедрению программы структурной перестройки (девальвация, приватизация государственных компаний). Социально-политический кризис с сентября 2002 до апреля 2011 только ухудшил экономическое положение страны: множество предприятий были закрыты, а особенно расположенные на севере страны, где находилась база мятежников. В 2012 г. наметилась экономическая активность – темп прироста ВВП составил 9%, против его снижения на 4,8 % в 2011 году. Данный рост объясняется активностью и восстановлением малых и средних предприятий на всей территории Кот д'Ивуар.

Рассмотрим подробнее роль малого и среднего бизнеса в ивуарийской экономике. Малые и средние предприятия по состоянию на 2000 г. составили

98% сектора экономики, на их долю приходится 20% национального богатства, 17-18% общей добавленной стоимости, 12% инвестиций и 23% экономически активного населения страны. Министр торговли, ремесла и продвижения малого и среднего бизнеса Жан Луис Биллон утверждает, что развитие страны должно проходить обязательно через этот сектор. В соответствии с национальной программой развития 2012-2015 гг. для продвижения и финансирования в зоне ЗАЭВС, правительство Кот д'Ивуар приняло решение развивать малые и средние предприятия как средство достижения экономического роста, занятости, богатства и социальной сплоченности. Именно в этом контексте президент Алассан Уатара принял указ № 2012-05 от 11 января 2012 г., определяющий статус малых и средних предприятий. Выделяют три категории малого и среднего бизнеса: микро-бизнес, малый бизнес и средний бизнес.

Таблица 1 – Характеристика малого и среднего бизнеса республики Кот д'Ивуар

Категория	**Оборотный капитал, FCFA**	**Количество рабочих**
микро-бизнес	30 млн. франк сфа	10
малый бизнес	150 млн. франк сфа	50
средний бизнес	1 млрд. франк сфа	200

Среди трудностей развития сектора малых и средних предприятий можно выделить:

- отсутствие финансирования, технической и финансовой помощи со стороны государства;
- отсутствие доступа к государственным тендерам, современным технологиям и информации,
- низкое качество предлагаемых товаров и услуг,
- отсутствие координации между предприятиями,
- отсутствие глобальной стратегии управления деятельностью малых и средних предприятий.

С 1999 г. по 2011 г. отмечалось снижение темпов прироста ВВП, что связано с банкротством предприятий среднего и малого бизнеса из-за постоянных кризисов. В 2010 г. число малых и средних предприятий сократилось с 26 000 до 13 400 (т.е. почти на 50%). Данные о динамике прироста ВПП в республике Кот д'Ивуар с 1999 г. по 2012 г. представлены в табл. 2.

Таблица 2 – Динамика ВВП республики Кот д'Ивуар

Год	**1999**	**2000**	**2001**	**2002**	**2003**	**2004**	**2005**	**2006**	**2007**	**2008**	**2009**	**2010**	**2011**	**2012**

ВПП %	5	-0,3	-1	-1,7	-1,9	-1	1	1,2	1,6	2,3	4,2	2,6	-4,7	9,8

Рис. – ВПП республики д’Ивуар с 1999 по 2012 гг.

На графике отчетливо прослеживаются два катастрофических периода в экономическом развитии страны (2002–2 003 и 2011 гг.), связанные с политической и экономической нестабильностью. Развитие малого и среднего бизнеса является сегодня одним из приоритетных направлений, по мнению президента республики Кот д’Ивуар, Алассана Уатара: в 2015 г. приняты меры по увеличению до 20% квот на участие в государственных проектах малых и средних предприятий, а также снижен земельный налог (на имущество) на 25 % для вновь создаваемых предприятий. Целью данных мер является удвоение доли малого и среднего бизнеса в ВВП с 20 до 40 % к 2020 году. Ожидается также развитие малого и среднего бизнеса в ранее неосвоенных областях, таких как сектор услуг, консалтинг, реклама, информационные технологии.

В настоящее время в республике Кот д’Ивуар принят ряд программных действий для развития малого и среднего предпринимательства.

1. Создание институциональной и нормативной базы, способствующей развитию малого и среднего бизнеса: разработка рекламной стратегии, принятие законов и нормативных актов, регулирующих их правовой и экономический и налоговый статус.

2. Развитие технической поддержки малого и среднего бизнеса через создание Гарантийного фонда, Национального наблюдателя над малыми и средними предприятиями, содействие по линии государство – ремесла – малый и средний бизнес.

3. Обеспечение социально-экономической интеграции молодежи путем создания бизнес-инкубаторов, республиканского агентства по продвижению мало-

го и среднего бизнеса, способствующих доступу предприятий малого и среднего бизнеса как минимум на рынки стран западноафриканской интеграции.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Пол Д. Малые и средние бизнеса основе экономического развития Африки / Д. Пол // Банк стратегии. – 2008. – № 263. – С. 10–11.
2. Нанси В. Неформальные предприятии во франкоязычных странах Африки / В. Нанси, А.М. Амаду // Международный банк. – 2012. – С. 20–30.
3. Биллон Ж.Л. Роль малых и средних бизнесов в ивуарийской экономии / Ж.Л. Биллон // Конференция 28 марта 2013.
4. http://www.ins.ci/n/
5. www.gtmarket.ru

АНТИКРИЗИСНЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ – ВАЖНАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ОРГАНИЗАЦИИ

Наумова Н.О.

Новгородский государственный университет им. Ярослава Мудрого

Антикризисный менеджмент в настоящий период времени стал одной из наиболее значимых сфер деятельности, изучением кризиса предприятий и путей его преодоления стали заниматься более тщательно. Антикризисный менеджмент требует подробного исследования и содержит в себе множество различных нюансов.

Само определение «антикризисный менеджмент» трактуется по-разному. В западной экономике под данным термином подразумевается вид деятельности по преодолению состояния, являющегося угрозой для функционирования предприятия, главным вопросом при котором становится вопрос существования. Почти все ученые замечают то, что все внимание и силы переключаются собственно на ежедневно появляющиеся трудности, которые требуют моментального реагирования и достаточно строгих мер [2].

Цели антикризисного менеджмента состоят в определении этого понятия. Тем не менее, необходимо заметить еще то, что в различных фирмах у антикризисного менеджмента имеются особые для данного вида деятельности цели. Например, если рассматривать антикризисный менеджмент в экологических предприятиях, то тут цель – не допустить негативное воздействие на окружающую среду и человека путем изменения технологий. А в случае предприятий , осуществляющих ядерные технологические процессы разговор пойдет о повы-

шении квалификации персонала, техническом усовершенствовании и так далее [1].

Задачи антикризисного менеджмента состоят в следующем:

1. Прогнозирование предкризисных состояний. Именно предкризисных, так как своевременное выявление стабилизирует обстановку и позволит не понести огромных трат.

2. Экономическое подтверждение используемых программ.

3. Определение средств и способов менеджмента в обстоятельствах переломных обстановок.

4. Разделение технологий менеджмента. В антикризисном управлении важную роль представляют оценка и анализ кризисных обстановок, отбор информации и разработка решений.

5. Создание селекции работников и анализ конфликтологии, конфликт является важной частью кризисных обстановок [1].

Почти во всей литературе функции и задачи антикризисного менеджмента по определению равны. Но это не правильно, так как задачи устанавливают направление, а функции определяют предмет управления и определяют его эффективность и результат. Функции антикризисного менеджмента заключаются в принятии тех мер, которые приведут к позитивным результатам в преддверии, процессе и после кризисного момента. Итак, это:

1) предкризисный менеджмент;

2) менеджмент в обстоятельствах кризиса;

3) мероприятия по выходу из кризиса;

4) регулирование неустойчивых положений;

5) минимизация издержек и упущенных перспектив;

6) своевременное принятие необходимых решений.

Как считает большинство экономистов, каждое управление обязано быть на какой-то процент антикризисным и сразу становиться таковым в момент наступления упадка [3].

Сущность антикризисного менеджмента можно сформулировать в следующем:

1) кризисы можно ожидать, прогнозировать и провоцировать;

2) кризисы в определенной степени можно увеличивать или, наоборот, замедлять;

3) кризисы можно ослаблять;

4) с целью полного управления в период кризиса нужны специальные навыки [2];

5) кризисными процессами в определенных размерах можно управлять;

6) направленные воздействия по выходу из кризиса содействуют ускорению данного процесса и минимизации неблагоприятных результатов.

Все процессы, которые имеют место в организации, можно разделить на две составляющие: контролируемые и неконтролируемые. Контролируемые – это процессы, поддающиеся влиянию из-за перемены их направленности. Неконтролируемые процессы не изменяются и проходят по своим внутренним закономерностям. Эти две категории находятся в установленном балансе и имеют свою собственную динамику.

В некоторых ситуациях контролируемые процессы имеют все шансы стать неконтролируемыми, что является негативными данными. Преимущество неконтролируемых процессов является одной из причин упадков и показателем «бедности» аппарата управления. Но слишком большая доля управляемых процессов также может привести в конечном результате к кризису [2].

При оценке состояния фирмы или компании принимать во внимание её внутреннюю и внешнюю среду. Внутренние проблемы решаются легче и быстрее, чем те, которые связаны с покупателями, соперниками. При составлении антикризисного проекта важно учитывать не только недостатки, но и достоинства предприятия. При этом важно расставить приоритеты в соответствии с проблемами антикризисного менеджмента. Применяя SWOT-анализ нужно учитывать следующие его характерные черты:

1) все сведения рассматриваются в динамической структуре, чтобы своевременно заметить отклонения;

2) анализ внешней среды с целью раскрытия новых перспектив и применения их для упрочнения позиций фирмы;

3) принятие во внимание перемен в программах конкурентов, введения ими новых методологических программ.

Спустя время, антикризисный менеджмент должен стать эффективным. Он в свою очередь характеризуется степенью смягчения и положительного применения кризиса в сравнении с потраченными на это средствами.

Далее приведены ключевые факторы, характеризующие результативность антикризисного менеджмента. Их анализ и исследование дают возможность достичь отличных результатов в борьбе с кризисными состояниями [1].

1. Высокопрофессиональный уровень и подготовка. Имеется в виду профессиональные навыки и знания. Их невозможно приобрести в системе общего обучения, только лишь особая подготовка гарантирует соответствующий уровень знаний.

2. Индивидуальное умение антикризисного управления. Во многих моментах именно эта способность является ведущим условием смягчения кризиса и выхода из него.

3. Концепция решений в кризисных ситуациях. Это очень важная часть антикризисного менеджмента, так как именно от неё зависит качество и оперативность принимаемых решений.

4. Научные методологии. Невзирая на то, что каждая ситуация индивидуальна, анализ, который основан на научном подходе, а не на субъективном мнении, даст возможность подобрать наиболее верное решение.

5. Корпоративность. Проблема не решится только из-за принятия стратегического плана. Только при условии объединения усилий всего персонала этот проект может быть реализован.

6. Оперативность и гибкость управления. Способность принимать стремительные и правильные решения – необходимое качество работников, занятых антикризисным менеджментом.

7. Стратегия антикризисных проектов. Важный элемент, который должен обладать достаточной мобильностью в нынешних всегда изменяющихся обстоятельствах.

8. Концепция прогноза кризисов [1].

Антикризисный менеджмент является одной из главнейших образующих функционирования фирмы. Обилие задач и функций, рассмотренных ранее, доказывают его важность. Это сложная структура, которая содержит в себе множество частей, но основная проблема заключается в том, что антикризисный менеджмент должен быть мобилен вследствие строгой конкурентной борьбы и стремительного развития. Антикризисное управление должно сопровождать деятельность организации на всем пути его формирования. Грамотно сформированная концепция мотивировки персонала и отбор высококвалифицированных экспертов в данной области являются залогом успеха.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1 Александров Г.А. Антикризисное управление: теория, практика, инфраструктура / Г.А. Александров. – М.: Бек, 2014. – С. 487-544.

2 Большаков А.С. Антикризисное управление: финансовый аспект /А.С. Большаков. – СПбГУП, 2014. С. 16-37.

3 Попов А.Д. Антикризисное управление: Уч. для вузов /А.Д. Попов. – М.: ИНФРА, 2013. – С. 68–91.

ГОСУДАРСТВЕННАЯ ПОДДЕРЖКА СОЦИАЛЬНО-ОРИЕНТИРОВАННОГО БИЗНЕСА

КАК ЭЛЕМЕНТ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

Рябова А.Д.
Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Термин «социально ориентированного бизнеса» в России понимают по-разному. По данным ВЦИОМ, 64% людей переводят это слово как «своевременно выплаченная зарплата» и «налоги бизнесмена». В теории социально-ориентированный бизнес – это бизнес, направленный на максимальное удовлетворение потребностей его клиентов, а также работников предприятия при максимально низкой цене и высоких доходах [1]. Социальный бизнес не ставит конечной целью максимизацию прибыли, он стремится к максимальному расширению при сохранении условий его социальной направленности. Целями социального бизнеса, прежде всего, являяются положительное воздействие на все общество, помощь в решении важных социальных проблем, учет интересов при ведении своей деятельности.

В социальной сфере возникла острая необходимость пересмотра роли корпоративного сектора в решении задач по социальному обеспечению населения. В связи с тем, что произошла «переориентация ценностей» государства и перераспределение средств на другие статьи государственных расходов, социальная сфера оказалась неспособной противостоять резко изменившимся тенденциям развития, следствием чего стал рост проблем и провалов. Появилась необходимость привлечения бизнес-среды, способной взять на себя ответственность в решении вопросов проблемных отраслей социальной сферы, работая в соответствии с законодательством и реализуя интересы как участников бизнеса, так и интересы населения.

Социально ориентированный бизнес сформировался под влиянием нескольких факторов:

1. Во-первых, желание инвестора отойти от привычной благотворительности в сторону социально ответственного инвестирования с целью получения прибыли от своих вложений.
2. Во-вторых, признание и улучшение репутации среди государственных и общественных структур за счет достижений в социальной сфере.
3. В-третьих, большие возможности предпринимателей, а также наличие у них необходимых ресурсов для решения той или иной социальной проблемы.

Из практики ведения бизнеса крупным компаниям, чтобы оставаться на лидирующих позициях, необходимо постоянно меняться, адаптироваться к из-

менениям, развивать организационную, производственную и управленческую гибкость. Социально ориентированный бизнес состоит из нескольких форм, представленных в табл. 1.

Таблица 1 – Формы социально ориентированного бизнеса

Форма	**Содержание**
Социальное предпринимательство	Под этой формой бизнеса принято понимать коммерческую деятельность, которая с самого начала призвана решить или смягчить социальные проблемы общества путем разработки, финансирования и внедрения инновационных решений на условиях самоокупаемости и устойчивости.
Социально ответственное инвестирование	В данном случае речь идет о процессе вложения средств инвесторов с учетом факторов социального, экологического и этического характера наряду с традиционным финансовым анализом. Инвестирование в те области деятельности социального сектора, имеющие сильновыраженные провалы и наиболее нуждающиеся в дополнительных источниках финансирования.
Корпоративная социальная ответственность	Это концепция, руководствуясь которой компании учитывают интересы общества, принимая на себя ответственность за свою деятельность. Данная концепция предусматривает, что организация самостоятельно принимает все необходимые меры для улучшения экономической ситуации, качества жизни своих сотрудников, их семей, а также общества в целом.

Одним из важнейших условий для развития социально ориентированного бизнеса в стране является наличие благоприятной внешней среды. Составляющими элементами внешней среды является:

- проработанное законодательство в области инвестиций;
- стабильная экономическая ситуация в стране;
- поддержка социально ориентированного бизнеса со стороны государства.

При правильном учете данных факторов социально ориентированный бизнес сможет развиваться и выполнять поставленные перед ним цели и задачи, попутно влияя на улучшение благосостояния всего общества в целом.

Основным направлением для развития социально ориентированного бизнеса в развитых странах является его поддержка со стороны государства. Пра-

вительство разных стран понимает и осознает необходимость решения важных социальных проблем, но вместе с тем становится очевидным, что найти выход невозможно лишь за счет государства. Поэтому в таких странах разрабатывается система государственно-частного партнерства, цель которой – получение привилегий за помощь в вопросах социального обеспечения граждан. Очевиднее становится тот факт, что государство не всегда справляется с комплексом экономических проблем.

В таких системах выделяют три главные тенденции:

- во-первых, закрепление на законодательном уровне особого статуса социально ориентированного предпринимательства, а также постоянная государственная поддержка;
- во-вторых, помощь в развитии социально ориентированного инвестирования;
- в-третьих, выбор социально ориентированных предприятий в качестве поставщиков социальных услуг населению.

То, что наличие благоприятной внешней среды очень важно для удачного развития такого вида бизнеса подтвердила практика зарубежных стран. Так, социальные предприятия Канады получили новый официальный статус: с 29 июля 2013 г. в стране вступили в силу поправки к Закону о Коммерческих корпорациях, принятые в мае 2012 г., создающие новую организационно-правовую форму для социальных предприятий – Компания, действующая в интересах общества (Community Contribution Company – CЗ).

СЗ является одним из видов коммерческих организаций, а значит, их деятельность предполагает извлечение прибыли и общий порядок налогообложения коммерческих организаций. СЗ будет иметь ограничения на выплату инвесторам дивидендов и процентов для сохранения капитала социального предприятия. Кроме того, для этого вида предприятий предполагается применение блокировки активов, и в случае банкротства активы данного предприятия должны будут передаваться другой СЗ или благотворительной организации. В конце года СЗ-компании должны публиковать отчетность о выполнении своих социальных, культурных или экологических задач в соответствии с перечнем видов деятельности, указанных в учредительных документах организации.

В России летом 2016 г. начались обсуждения закона о социальном предпринимательстве. Согласно законопроекту, к 2018 г. частные компании по заказу государства будут оказывать до 20% социальных услуг, а к 2020 г. – 60%. Как отмечают в Минэкономразвитии, государственно-частное партнёрство в социальной сфере позволит повысить качество социальных услуг.

В документе предлагается дать определение социальному предпринимательству: социально значимая деятельность, направленная на обеспечение занятости граждан, находящихся в трудной жизненной ситуации, а также предоставление услуг исключительно гражданам пожилого возраста, несовершеннолетним гражданам, женщинам, имеющим детей в возрасте до семи лет и гражданам, находящимся в трудной жизненной ситуации, либо производство товаров исключительно для указанных групп граждан.

Субъектами социального предпринимательства будут считаться только представители малого и среднего бизнеса. Конкретные условия отнесения того или иного бизнеса к субъектам социального предпринимательства, порядок подтверждения соответствия таким условиям и внесения сведений в единый реестр субъектов малого и среднего предпринимательства определит Правительство РФ. Если законопроект примут, будут закреплены и способы поддержки (имущественной, инфраструктурной, образовательной) субъектов социального предпринимательства, которую будут осуществлять государственные и местные органы.

Благодаря этим законам создаются благоприятные правовые условия для функционирования социальных предприятий, что помогает решить многие проблемы на уровне страны. А многие представители местных властей все чаще стали отмечать, что именно ориентация на социальную составляющую наилучшим образом влияет на эффективность государственных услуг в долгосрочной перспективе.

Положительные моменты от такого вида деятельности очевидны: предприниматели, понимая, что у них есть поддержка государства, действуют более смело, в свою очередь потребители социальных услуг не имеют дефицита благ, а получают все в необходимом объеме. Конечно, стоит отметить и негативные факторы: жесткие рамки, благодаря законодательству; отсутствие четкой формулировки понятий «социальная польза» и «социальный эффект», затрудняющей постановку целей социально ориентированного бизнеса. Чтобы таких проблем не возникало, необходимо привлекать общественные структуры к обсуждению законодательных инициатив в этой сфере.

Социально ориентированный бизнес оказывает влияние на развитие общества. Именно предприниматели, имея в наличии финансовые ресурсы, мобильность их использования, способны решить актуальные социальные проблемы общества. Опыт других стран доказывает, что социально ориентированный бизнес является важнейшим элементом экономической среды, требующей планомерного развития и поддержки со стороны государства и лидеров крупных компаний. Безусловно, не стоит говорить о полной замене государства в

решении социальных вопросов. Однако в современных реалиях государству сложно самостоятельно обеспечить необходимыми благами всех нуждающихся. И здесь корпоративный сектор, при должной поддержке со стороны государственной власти, может помочь выполнить целый ряд социальных задач. Социально ориентированный бизнес должен представлять собой новый этап в развитии государственно-частного партнерства, где главным критерием сотрудничества должно являться улучшение показателей социальной эффективности. Выгоду же от такого рода деятельности получат все участники: государство преуспеет в социальной сфере; бизнес получит доступ к новым сегментам рынка, имея при этом государственную поддержку; общество же выиграет за счет получения широкого спектра социальных услуг, что впоследствии должно привести к увеличению благосостояния и социальной стабильности.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Крючкова О. М. Социально ориентированный бизнес: тенденции и пути развития / О. М. Крючкова, А. Д. Гузенко // Концепт. – 2015. – Спецвыпуск № 03. - ART 75068. 0,5 п. л. - URL: http://e-koncept.ru/2015/75068.htm.

2. Афанасьев Д. В. Инструмент для оценки социальной ответственности бизнеса / Д. В. Афанасьев // Управленческие науки. – 2012. – № 1. – С. 57–60.

3. Беляев Ю. К. Социально ответственная деятельность: проблемы управления / Ю. К. Беляев // Нормирование и оплата труда в промышленности. – 2013. – № 5. – С. 37–41.

4. Городнова Н.В. Интеграция государства и частного бизнеса: развитие социально ориентированной экономики / Н.В. Городнова // Финансы и кредит. – 2012. – № 6 (486). – С. 20–29.

5. Матакаева Ф. Ю. Проблемы развития социально ответственного предпринимательства в контексте развития новой социальной экономики / Ф. Ю. Матакаева // Экономика и управление: анализ тенденций и перспектив развития. – 2012. – № 1-1. – С. 84–88.

6. Шаповаленко В. Г. Социальные инвестиции как форма проявления социальной ответственности бизнеса / В. Г. Шаповаленко // Экономика и предпринимательство. – 2012. – № 5. – С. 428–430.

ХАРАКТЕРИСТИКА ИНВЕСТИЦИОННОГО КЛИМАТА НИЖЕГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ С ТОЧКИ ЗРЕНИЯ ИНОСТРАННЫХ ИНВЕСТОРОВ

Телкова К.И.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Экономика любого региона нуждается в привлечении, прежде всего, иностранных инвестиций, однако многие фирмы не торопятся размещать свои производства без предварительного изучения экономической, политической и социальной составляющей данного субъекта страны. Собирать и анализировать

такой объем информации у большего количества регионов очень долго, поэтому иностранные инвесторы в выборе лучших регионов опираются на инвестиционный климат того или иного субъекта РФ.

В связи с этим перед регионами встает важнейшая задача – улучшение инвестиционного климата, однако прежде чем его улучшить, нужно дать ему характеристику.

Для того чтобы охарактеризовать инвестиционный климат Нижегородской области в разрезе иностранных инвесторов, выберем группу факторов, с которой будем работать. Воспользуемся PESTEL-анализом. Возьмём следующие показатели (табл. 1), характеризующие инвестиционный климат региона. Данные показатели выбирались из расчёта доступности на публичных источниках.

Таблица 1 – Показатели, характеризующие инвестиционный климат (январь - март)

Год	Иностр. инвест., млн. руб	Средн. число чиновнн. на 10 тыс. насел., шт	Число общ. объедин., шт	ВРП, млн. руб.	Изм. цен на сыр. и матер., %	Оценка исп. мощностей, %	Соот. дох.с вел. прож. мин., %	Число авар. на источ. теплоснабж., шт	Число отопительных кательных, шт	Числ. трудосп. нас., тыс. чел.	Занятость, тыс. чел	Оборот орг., млн. руб	Единый соц. налог, млн. руб
2006	28.185	103	424	65802	35	51	269.3	546	3289	2155.6	359.8	3549	359
2007	34.16	103	450	73817	34	48	268	544	2443	2129.8	354.3	448	742
2008	49.122	100	468	74201	35	48	296.8	453	2318	2104	348.8	5779	1139
2009	58.112	98	921	120754	35	51	326	804	2211	2078.2	343.3	6501	752
2010	85.656	77	954	150985	41	53	323.6	383	2212	2052.4	337.8	5210	1514
2011	62.272	85	985	156030	39	57	327.9	341	2174	2026.6	332.3	6696	2234
2012	51.375	70	1400	168545	43	57	333.3	417	2096	2000.8	326.8	8024	1062
2013	77.01	67	1496	197147	58	58	326.3	383	2122	1975	321.3	8508	2080
2014	88.1	74	1521	232003	48	59	356.7	220	2059	1946.4	315.8	9127	3000
2015	94.2	64	2000	248448	61	57	354.9	229	2118	1915.3	312.1	1041	895
2016	52.1	62	2036	268492	67	58	344.8	178	2064	1881	303.1	1137	228

Источник: [1],[2],[4].

Для каждого из показателей рассчитаем регрессию (с помощью Excel) по отношению к объёму иностранных инвестиций, значение R^2 внесём в табл. 2, в раздел «ранги».

PESTEL-анализ

Факторы	Ранг

Политические	1,3
Среднее число чиновников на 10 тысяч населения на территории Нижегородской области, шт.	-0,7
Число общественных объединений на территории Нижегородской области, шт.	0.6
Экономические	1.8
ВРП, млн руб.	0.7
Изменение цен на сырьё и материалы, %	0.5
Оценка использования мощностей, %	0.6
Социальные	2.2
Соотношение доходов с величиной прожиточного минимума, %	0.8
Численность трудоспособного населения, тыс. человек	0.8
Занятость, тыс. чел	-0.6
Технологические	1.7
Оборот организаций, млн руб.	0.6
Число аварий на источниках теплоснабжения, шт.	-0.5
Число отопительных котельных, шт.	-0.6
Экологические	0.0
Законодательные	0.6
Единый социальный налог, млн руб.	0.6

Источник: составлено автором.

Из табл. 2 получим данные рангов групп показателей. Они займут следующие места: социальные факторы (2.2); экономические факторы (1.8);технологические факторы (1.7); политические (1.3); законодательные (0.6); экологические (0.0).

Для проведения дальнейшей оценки инвестиционного климата рассмотрим следующие факторы из таблицы 2 как потенциалы и риски (табл.3). Показатели распределены таким образом, что потенциалы характеризуют положительные тенденции (> 0), риски – отрицательные (<0).

Из таблицы 3 видно, что наиболее сильными факторами для Нижегородской области являются экономические и законодательные факторы, так как они относятся только к потенциалу. А наиболее слабыми – технологические риски, так как число факторных рисков превышает число факторного потенциала технологической составляющей.

Таблица 3 – Перечень инвестиционных потенциалов и рисков Нижегородской области

Факторы, характеризующие инвестиционный потенциал	Факторы, характеризующие инвестиционные риски
1. Политический потенциал (среднее число чиновников на 10 тысяч населения на территории Нижегородской области)	1. Политические риски (число общественных объединений на территории Нижегородской области)
2. Экономический потенциал (ВРП в машиностроительном комплексе, изменение цен на сырьё и материалы, оценка использования мощностей машиностроительного комплекса)	-
3. Социальный потенциал (соотношение доходов с величиной прожиточного минимума, численность трудоспособного населения)	3. Социальные риски (занятость в машиностроительном комплексе).
4. Технологический потенциал (оборот организаций машиностроительного комплекса)	4. Технологические риски (число аварий на источниках теплоснабжения, число отопительных котельных).
5. Законодательный потенциал (единый социальный налог)	-

Источник: составлено автором.

На основе вышеизложенного можно сделать вывод, что инвестиционный климат имеет важное значение для иностранного инвестора при размещении производства в регионе. Поэтому развитие потенциала области и снижение рисков могут заметно улучшить ее инвестиционный климат.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Федеральная служба государственной статистики. [Электронный ресурс] / Режим доступа: http://www.gks.ru/
2. Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Нижегородской области. Электронный ресурс] / Режим доступа: http://nizhstat.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_ts/nizhstat/ru/statistics/enterprises/investment/
3. Инвестиционный портал Нижегородской области [Электронный ресурс] / Режим доступа: http://oogs.gkr.su:200/
4. Министерство инвестиций, земельных и имущественных отношений Нижегородской области. [Электронный ресурс] / Режим доступа: http://mininvest.government-nnov.ru/?id=71854

АНАЛИЗ СИТУАЦИИ НА РЫНКЕ НОВЫХ ЛЕГКОВЫХ И ЛЕГКИХ КОММЕРЧЕСКИХ АВТОМОБИЛЕЙ В 2016 Г.

Товарнова Е.В.
Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Согласно сентябрьскому прогнозу «Автостат», в 2016 г. в России будет продано почти 1.3 млн шт. новых легковых автомобилей. По сравнению с прошлым годом это на 13% меньше [1].

Как в июле прогнозировала АЕБ, по итогам года продажи новых легковых и легких коммерческих автомобилей составят 1.44 млн шт., что означает падение на 10.3% по сравнению с 2015 г. [2]. Предыдущий прогноз АЕБ, опубликованный в январе, предполагал снижение на 4.7% до 1.53 млн машин. В феврале PricewaterhouseCoopers (PwC) прогнозировала сокращение российского авторынка до 1.1 млн машин (-14%; учитываются данные по регистрации) при базовом сценарии и до 1.2 млн – при оптимистичном (-10%).

Основными причинами снижения продаж считаются инфляция и снижение реальных доходов населения, рецессия в экономике. Все это приводит к значительному падению потребительского спроса. Если бы государство не оказывало программы поддержки, в частности, льготное кредитование, льготный лизинг и обновление автопарка, спрос на автомобили был существенно меньше.

По данным Ассоциации европейского бизнеса, в январе – сентябре 2016 г. было продано 1020932 автомобилей [2]. Годом ранее в этот же период было продано 116794620 автомобилей. Разница составила 14.4% (рис. 1).

«По завершении девятого месяца года рынок, наконец, преодолел планку в 1 млн автомобилей. Это, возможно, не то, что мы надеялись получить к данному моменту, но больше, чем предсказания пессимистов для всего года», – комментирует председатель комитета автопроизводителей АЕБ Йорг Шрайбер.

По его словам, темпы продаж в оставшиеся месяцы года будут зависеть от того, поверят ли покупатели в продолжение госпрограмм поддержки продаж, например программы трейд-ин. «Те, кто предположит, что окончание программ близко, могут ускорить принятие решения о покупке. Если большинство будет думать таким образом, то спрос на новые автомобили может кратковременно вырасти», – считает Шрайбер [3].

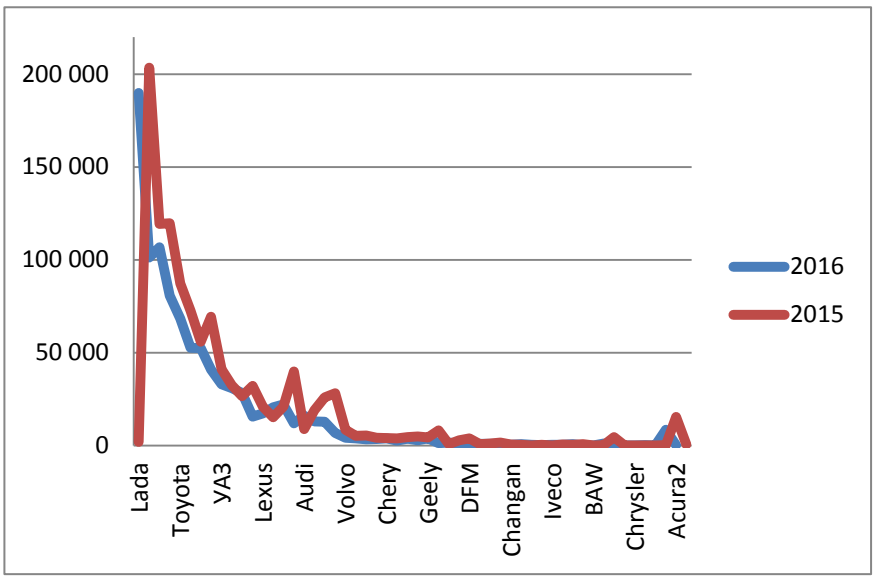


Рис. 1 – Продажи новых легковых автомобилей в 2015-2016 г.

«АвтоВАЗ» в сентябре увеличил продажи на 5% до 22 837 шт., за январь-сентябрь автопроизводитель продал 189 852 автомобиля, что на 7% ниже, чем за аналогичный период годом ранее. Компания в сентябре стала лидером по числу проданных автомобилей.

Этот месяц оказался удачным еще для 10 марок-участников топ-20 российского рынка: выросли продажи Renault (1%), Toyota (18%), VW (3%), ГАЗа (2%), Skoda (5%), УАЗ (2%), Mercedes-Benz (1%), Lexus (51%), BMW (6%) и Lifan (12%). В августе положительная динамика была только у пяти брендов. Помимо Lada это были Skoda, УАЗ, Mercedes-Benz и Lifan [1].

В целом, как уже говорилось ранее, продажи автомобилей снизились по сравнению с прошлым годом. Чтобы не сокращать высококвалифицированных специалистов, которых обучали не один год, предприятиям приходится делать остановки производства. Календарные графики работ заводов и продаж автомобилей часто корректируются.

Будем надеяться, что следующий год станет более благоприятным для автопроизводителей и принесет им больше прибыли, а нам улучшенные автомобили.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Официальный сайт аналитического агентства «АВТОСТАТ» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.autostat.ru/

2. Официальный сайт «Ассоциация Европейского Бизнеса» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.aebrus.ru/

3. Официальный сайт автопортала для владельцев отечественных и зарубежных машин «Мир автобизнеса» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://miravtobiznesa.com.

Подсекция 2. CONTEMPORARY RESEARCH TOPICS IN MANAGEMENT AND ENTREPRENEURSHIP

ABOUT ATTRACTIVENESS OF THE RUSSIAN AND US RESIDENTIAL CONSTRACTION MARKET

Dsane Charles
Lobachevsky State University of Nizhny Novgorod

The construction industry plays an important role in any economy, particularly the industry's development is vital for achievement of national socio-economic development goals of providing shelter, infrastructure and employment.

This study considers the analysis of the Russian and US residential construction industry's attractiveness. Michael Porter's five forces model is used to analyze the market's attractiveness for the existing companies and potential entrants. These factors are closed to a business that have a direct impact on its business operations and success [1].

The competition in the residential building market can be characterized as diverse [2]. There are hundreds of thousands of companies operating in both the Russian and US market with employment of hundreds of thousands of people. This means that, the market has numerous competitors. The big participants in the market have certain advantages over the small players. However, they face certain challenges with other monoliths in terms of their pricing strategies in their bids for projects and other high strategic stakes. In the Table I the results of concentration analysis are presented.

Table 1 – Conclusions of the analysis of concentration indices

INDEX	**US Market**		**Russian market**	
	Result	**Interpretation**	**Result**	**Interpretation**
CR	60.6%	Average	69.93%	Average
HHI	1240.63	Average	1602.16	Average
K	0.50	Average	0.53	Average
I	0.37	Average	0.40	Average
V	0.4903	Average	0.78	High

In conclusion, this factor seems to be quite high. There is a tough enough competitive rivalry on both the US and Russian markets. It can also be said that these fac-

tors are tolerable for the existing companies but are unattractive to the new companies.

A threat from substitutes in the residential building construction industry is rather low in the US market. Alternatives besides the residential builders tend to appear inexistent to a certain degree. Similar thing can be said about the Russian market. There is no substitute to real estate sector and from the point of view of residential builders is seemingly nil or low [3]. However the potential returns in the industry is acquired mostly by the numerous competitors on the respective markets.

So, there are little to no substitutes to the residential builders on both the US and Russian markets. For this reason, this makes the residential building market attractive for both the existing companies and newbies.

The key suppliers to any residential developer are land sellers, building materials/equipment manufacturers, capital providers [2].

It is reasonable to notice that numerous players in the residential building construction can be observed. This gives the suppliers considerable power over these organizations on both markets. This power is reinforced by the rarity of substitute products that these construction firms may acquire.

Such indispensable materials may include steel, raw materials, lumber and heavy machinery needed for operations [2]. However, though these products appear to be highly important to the players in the construction industry, this is offset by the capability of these companies to switch suppliers readily without compromising severe changes in the costs.

The problem in this observation is that the bigger construction companies could afford to take this course of action. This could be highly disadvantaged for smaller companies on the market. Overall, the companies are in a favourable bargaining position relative to the key suppliers in the market.

Also, there is low switching cost in changing suppliers for raw materials (cement, bricks, paint etc.), there is a negligible threat of forward integration by suppliers and there are a large number of suppliers of raw materials for the residential builders. The bargaining power is low in this case.

These factors apply for both the US and the Russian markets and it can be concluded that, the bargaining power of suppliers in the residential building construction market ranges from moderate to high on both the US and Russian market.

Based on this, it can be said that this factor is tolerable for both the existing companies and the new companies

The bargaining power of buyers on the market is considerably high. The diversity of the players in the industry provides the buyer the option to consider the costs

of services that these companies offer. The presence of smaller companies tends to present a very low pricing alternative while the presence of large corporations guarantees potential excellence in output. In any case the buyer is powerful on the market.

These factors affect both the US and Russian markets. It can be concluded that, the bargaining power of buyers are quite high. For the existing companies, this factor is unattractive but for the new companies, this factor is tolerable.

When a market has hundreds of thousands of participants, it is hard to conclude that barriers to entry are high. Although the number of entrants varies over time and according to market condition, they are sufficiently low. Generally speaking the potential barriers to entry to any industry fall into several broad categories; capital, technology, legal authorization, expertise and know how.

For most real estate development no special legal authority is needed to enter the market. Furthermore the technological and expertise/knowhow component of this market is not particularly high. Designs and concepts can all be copied as there is less ability to protect these patents and copyrights. Large value supply chains such as agents, consultants and employees of rivals can all be hired or co-opted.

Market barriers are the factors that allow incumbent firms to earn positive economic profits, while making it unprofitable for newcomers to enter the industry. Strategic and non strategic barriers can be singled out [1].

These are the incumbents' aggressive action intended to keep the entrant out of the industry. The following are some strategies that existing residential builder's employ in order to keep newbies out of the market.

Additional investments in equipments

In the residential building construction market, established or existing companies make additional investments in the latest equipments to help increase productivity. This action also helps to create a barrier to market entry by forcing the new entrants to spend more money on such equipments if they are to enter and compete with the existing companies.

Long term contracts with suppliers and customers

Long term contracts generally involve agreements by firms at different levels of the market, for example, a supplier and a customer, the cover the majority or the entire amount of their respective supply or demand for the product or service.

By making long term agreements with consumers and suppliers, they find it difficult to sign up with a new entrant. Long term agreements tend to make the parties involved loyal to each other especially when the agreement is mutually beneficial to all.

Product differentiation

Product differentiation can be accomplished through strong brand recognition, great customer service or a network effect. If customers perceive the existing builders' products as high quality and appreciate their services, then the new entrants will need to spend extra money to educate customers about the unique qualities and benefits of their own products and services. The term network effect refers to the situation where a product or service becomes more valuable as more people use it.

As more customers inquire about the services of the existing residential building companies, those services become more valuable and it becomes extremely difficult for the new entrants to start something that can compete and lure customers away.

Regulatory barriers

Regulations are intended to serve the public good by promoting better safety and environmental standards or promoting competition. However, the existing companies sometimes lobby for regulations as a strategy to create new barriers to entry. For instance, if an existing building company can afford to use expensive new equipment that produces less pollution than traditional models, it may lobby for regulators to require the new equipment. The higher cost will discourage competitors from trying to enter the market

Non-strategic barriers presupposes the type of barriers that the existing companies have no authority over. Below are some types of non-strategic barriers.

Initial capital investments

These are the financial services required for infrastructure, machinery, research and development and advertising. The building industry requires significant investment in setting up and operating. It can require large factories and specialist machines. Services can also be costly to set up because a number of service personnel need to be recruited, trained and equipped. High capital costs are typical when setting up for the first time. Ongoing capital investments may be required, for example, to cope with rapid changes in technology. For smaller companies, capital requirements may be a significant barrier.

Cost disadvantages

As well as capital costs, there are other types of costs that give incumbent advantages over new entrants. These cost advantages cannot be replicated by potential entrants and may include: learning or experience curve, proprietary product technology, favourable locations and government subsidies.

Absolute cost advantage

This refers to the competitive advantage which a firm has because it is able to achieve and maintain a very low cost of operations as a result of which its products

and services cost lesser which becomes a highly competitive entry barrier for a new entrant

The existing building companies benefit from this factor because they have the experience against the new entrants. Once obtained, an absolute cost advantage can create a form of entry barrier to the extent that; new firms will experience higher costs in comparison to the firms with the absolute cost advantage.

Private Information

This is the most important barrier to entry. Existing producers may take advantage of information not known by entrant firms. Sometimes this knowledge is available, but its use is protected by copyright or patent. Initial investments in setting up a residential building construction company are very high since the raw materials costs have to be arranged by the developer in the earlier stage. New players find it difficult to win projects since projects also consider the track record of the developer. Economic downturn across the globe and increase the number of residential building companies has reduced the profitability of the business.

Thus, the threat of new entrants into the market is quite high and it is attractive to the existing companies and unattractive to the newbies.

The table 2 below depicts the general conclusion on the attractiveness of the market to both the existing companies and the new entrants.

Table 2 – Description of Porter's 5 forces analysis

Force	Conclusion
Competition between existing companies	Tolerable for the existing companies but are unattractive for new companies
Threats from substitute goods	Attractive for both the existing companies and the newbies
Supplier power	Tolerable for both the existing companies and the new companies
Buyer power	Unattractive but for the new companies, this factor is tolerable
Threats from potential newbies	Attractive to the existing companies and unattractive to the newbies

The overall industry attractiveness is low. The collective impacts of the five competitive forces will result in lower profitability of the market participants. The rivalry among competitors is vigorous. The entry barriers are high enough and don't allow new rivals to gain a market foothold. Buyers are able to exercise considerable bargaining leverage.

REFERENCES:

1. Chinowsky, P., Meredith, J. Strategic Management in Construction //Journal of Construction Engineering and Management. 2000. № 126. Pp 1–9.
2. Myers, D. Construction Economics: A new approach (3rd ed.). - New York: Routledge. 2013.
3. Swenson, A. Building Construction // Encylopaedia Brittanica: http://www.britannica.com/technology/building-construction

INVESTMENT AND IMPORT-EXPORT BETWEEN RUSSIA AND EUROPEAN UNION

Napoli Francesca
Mazzone Lorenzo
Lobachevsky State University of Nizhny Novgorod

The purpose of this paper is to analyze the economic and trade relationship between Russia and the European Union. For this reason we will analyze the real situation in the main sectors of Russia, also we will try to explain what are the strengths of the Russian Federation market and what drives foreign countries to invest in Russia.

In recent years the Russian Federation has seen a rapid increase in the volume of foreign direct investment: according to the ranking in 2015 by UNCTAD, she finished behind only two countries, the US and China. It's an important result, primarily due to the hydrocarbons sector and, to a lesser extent, to automotive, to the field of infrastructure and construction, agro-food and chemical industries.

Following the geopolitical dynamics notes, the sudden decline in oil prices and the consequent devaluation of the ruble, in the years 2014 - 2015 there was a sharp reversal, which resulted in an outflow of capital and a reduction in direct investment. Nevertheless, the macroeconomic fundamentals of the Federation remain solid, as well as remains high development potential.

The European Union's relations with Russia are particularly complex and of great mutual importance. For the EU, Russia is one of the main partners on security issues, as well as being more energy supplier and a major trading partner.

The EU, in turn, is the main trading partner of Russia, and its first buyer of energy. Based on these premises, the relationship that has developed between these partners, throughout history, ranging between strengthening of economic relations and the weakening. It remains clear, however, that the economic and trade cooperation is important for both partners.

Despite the worldwide economic crisis and the difficulties in relations with Europe, it is still present a vision of a long-term cooperation between Russia and Europe. The scope of work is to identify the real value of the cooperation between Russia and Europe for both countries, showing an analysis comparing spheres of economic and industrial values of both, analyzing obstacles that prevent active growth of relations cost between Russia and Europe, in addition to considering the prospects for cooperation between Europe and Russia in the long term.

Using the import from European Union to Russia, a linear regression model on the basis of OLS with panel data was performed on the basis of four partner countries: Germany, Italy, Netherlands and Poland. 80 observations 16 for year, considering the period from 2011 till 2015 were collected. We decided to select these countries for the regression because they are major trade partners of Russia. We used as the dependent variable the import from Europe to Russia and as independent variables the GDP, effective exchange rates indices and the index of corruption. We found the values of the dependent variable (Imports of Europe from Russia) on Eurostat's website, the values of GDP and of the exchange rate on Eurostat’s website, while the index of corruption values I found them on the international transparency website.

Model 1: Pooled OLS, using 80 observations including 4 cross sectional unit
Long time series= 5. Dependent variable: Import Eu/Ru

	Coefficient	*Std error.*	*ratio t*	*p-value*	
Const	3,59245e+010	6,09962e+010	0,5890	0,5641	
GDP	***5246,28***	1097,95	4,7782	*0,0002*	***
Exchange Rate	***−3,84012e+08***	6,09959e+08	−0,6296	*0,5379*	
Corruption index	***2,99551e+08***	6,00984e+07	4,9843	*0,0001*	***

Average var. dependent	2,42e+10	SQM var. dependent	8,66e+09
Sum square residue	3,29e+20	E.S. regression	4,54e+09
R-Square	0,768587	R-Square Adjusted	0,725196
F(3, 16)	17,71344	P-value(F)	0,000024
Log-verisimilitude	−470,8589	Criterion Akaike	949,7179
Criterion Schwarz	953,7008	Hannan-Quinn	950,4954
Rho	0,457965	Durbin-Watson	0,972679

The analysis of the coefficients is equal to the previous tables, the GDP and the Corruption index have positive relationship and so a positive change increase the imports, while the exchange rate had a negative relationship so a positive change decrease the imports. Also in this case the p-value tells us that GDP and the Corruption index are statistically significant, while the Exchange rates is not. The R-square and

R-Square Adjusted are at a satisfactory value, then we can conclude that also in this case the model fits the data well.

The economic analysis tells us that if the GDP of a country goes up, there is an increase in its potential in terms of goods and services, and it is possible to start new import flows or to strengthen the existing ones. While the corruption is rooted in the society, this can have effects at the macroeconomic level affecting as well the imports of a country. The indetified positive relationship proves that an increase in the Corruption index affects the productive system of a country and therefore it might be better to import than to fight corruption. Finally, the effective exchange rate has a negative impact on imports and in this case the model seems to be close to reality, since if the exchange rate increases, a country probably would import less, since the increased exchange rate brings the import price at a level that does the production the goods internally more convenient than their import. The model tells us that an increase in exchange rate decrease the import.

COMPETITIVENESS OF A HIGHER EDUCATION INSTITUTION

Nutakor Jonathan Aseye

Lobachevsky State University of Nizhny Novgorod

Keywords: Higher Education, Strategic Management, Competitiveness

Some higher education institutions in Russia lag behind in terms of being competitive because they have not been able to develop and implement better strategies or ideas. I aim to find out why and how some prestigious higher education institutions in the world have strategically made it to the top.

To answer the question about why and how some higher education institutions have become competitive, there is the need to study the already successful. This process should be of importance to students, faculty and university administrators and policy makers [5].

The purpose of this paper is to find out what strategies has made one of the leading universities in Russia (Lobachevsky State University of Nizhny Novgorod) successful and to compare it with other leading universities in Russia. This makes UNN the object of the paper and the subject is Higher Education Institutions the subject.

Furthermore, this topic is of great importance because it will lead to the expansion of knowledge about higher education institutions; It will also lead to the introduction of new strategic management practices to help make Lobachevsky University and other higher education institutions more competitive; It will help fill theoretical gaps, if any; It will help the institution to move away from the old ways of management by taking into consideration a systematic way of achieving clear goals and objectives.

Competitive advantage in short can be said to be when a firm is able to formulate and implement a value in order to create a successful strategy. Achieving this advantage is important in order for the firm to compete in the market. In the process of trying to attract customers or obtain some scarce resources, firms often engage in competition [2].

In light of the above, competition among higher education institutions became necessary due to changes in the environment in which they operate. This has led to managers of higher education institutions identifying their competitive advantage and then come out with strategies based on their unique advantages identified.

Due to the good reputation UNN has been able to achieve, it is known internationally and also a member of the European University Association (EUA). Also, it has been ranked among the top 700 universities in the world by the QS World University Ranking and 72nd in the top 200 universities among the BRICS countries [3,4]. UNN since the past two decades have developed positively to the extent that it is now a major research and educational center, known for its innovation and culture. These success and achievements were made possible due to a number strategic decision the university management and staff have taken. Managers of this institution have focused on certain areas necessary for development in order to become competitive.

Currently, UNN is putting in certain management process that is strategic in order to make it more competitive. The university have put in place a management system based on a principle of entrepreneurship or project oriented; developing other branches of the universities as campuses; and developing the human resource of the university in order increase and improve the efficiency of its staff (i.e. research, teaching, educational support and administrative). In the process of internationalizing the institution, UNN is currently collaborating with a number prestigious and successful higher education institution in the world. They are also engaged in international projects that will increase the number of degree programs offered with other foreign universities. The aim of this is to attract quality international faculty and students. UNN in trying to improve the quality of programs it offers have strategically

merged a number of faculties and programs together in order to make it more efficient and competitive both in Russia and the rest of the world. An example of this merger was made in 2015 when the university's academic council decided to form the Institute of Information Technology, Mathematics and Mechanics by merging the Faculty of Mechanics and Mathematics, the Faculty of Computational Mathematics and Cybernetics, and the Research Institute for Applied Mathematics and Cybernetics. The objective of this merger make it more competitive and to create a wider opportunity for research. There have also been the establishments of strategic academic units by UNN. These strategic academic units include, Safe Environment, Material and Technologies for Biomedical Engineering, Neuroscience and Neurotechnology, Research Institute for Supercomputer Technology [1].

In comparing UNN with other leading universities in Russia through a ranking system, we can calculate the indexes that show the rank of the UNN between the leading universities in Russia [7].

Below is a table containing information and calculations of the ranking system. The first part of the table calculates the ranking in the area of education and the indicators here include total number of students, total faculty, main educational programs, and the number of faculties or departments each university has. The second part of the table calculates the ranking in the area of science. The indicators in this area include the number of publications in Scopus, number of PhD holders in the university, and the number of Doctors of Science. The third part of the table includes ranking calculation in the area of foreign activities. The indicators here include the number of international faculty members, the number of international students and additional programs. The final part of the table of this ranking system is the compilation of the results in all three areas in order to get the final rankings of the universities involved.

CONCLUSION

UNN as a higher education institution has some competitive advantages. It adopted its strategic road map which includes world competitive education, cutting-edge research, innovation and cooperation with industry, internationalization and finally entrepreneurship.

Table 1 – Final rankings of leading Russian universities

UNIVERSITY	EDUCATION					SCIENCE				INTERNATIONAL				FINAL RANKING	PLACE
	NUMBER OF STUDENTS	FACULTY	MAIN EDUCATIONAL PROGRAMS	FACULTIES	Rank (Education)	NUMBER OF PUBLICATIONS ON SCOPUS	DOCTORS OF SCIENCE	PHD	Rank (Science)	INTERNATIONAL	NUMBER OF INTERNATIONAL STUDENTS	ADDITIONAL PROGRAMS	Rank (International)		
LOBACHEVSKY UNIVERSITY	0,56	0,44	0,45	0,78	0,54	0,50	0,52	0,34	0,44	0,05	0,31	0,13	0,13	0,31	6
FAR EASTERN FEDERAL UNIVERSITY	0,70	0,84	0,26	0,39	0,49	0,28	0,55	0,00	0,00	1,00	0,78	0,10	0,43	0,00	14
MOSCOW INST. OF PHY. AND TECH.	0,12	0,13	0,01	0,48	0,10	0,57	0,11	0,08	0,17	0,12	0,16	0,01	0,05	0,10	13
KAZAN FEDERAL UNIVERSITY	1,00	0,86	1,00	0,78	0,91	0,87	0,84	0,59	0,75	0,20	1,00	1,00	0,58	0,74	3
ITMO NATIONAL RESEARCH UNI.	0,30	0,30	0,32	0,87	0,40	0,42	0,31	0,23	0,31	0,15	0,41	0,10	0,18	0,28	9
IMMANUEL KANT BALTIC FED. UNI.	0,17	0,20	0,17	0,52	0,23	0,06	0,21	0,18	0,13	0,15	0,11	0,12	0,13	0,16	10
TOMSK STATE UNIVERSITY	0,36	0,39	0,41	1,00	0,49	0,76	0,58	0,34	0,53	0,48	0,41	0,19	0,34	0,44	4
HIGHER SCHOOL OF ECONOMICS	0,57	0,63	0,29	0,87	0,55	0,33	0,61	0,69	0,52	0,71	0,50	0,05	0,26	0,42	5
NOVOSIBIRSK STATE UNIVERSITY	0,14	0,51	0,07	0,57	0,23	0,84	0,90	0,86	0,87	0,25	0,29	0,03	0,14	0,30	8
ST. PETERSBURG POLYTECHNIC UNI.	0,50	0,71	0,52	0,52	0,56	0,95	1,00	1,00	0,98	0,85	0,72	0,65	0,73	0,74	2
PERTOZAVODS STATE UNIVERSITY	0,25	0,23	0,20	0,70	0,30	0,07	0,17	0,10	0,11	0,06	0,12	0,10	0,09	0,14	12
SIBERIAN FEDERAL UNIVERSITY	0,70	0,79	0,71	0,83	0,75	0,05	0,57	0,35	0,21	0,12	0,15	0,38	0,19	0,31	7
URAL FEDERAL UNIVERSITY	0,77	1,00	0,38	0,78	0,69	1,00	0,96	0,82	0,92	0,47	0,53	4,36	1,03	0,87	1
UNIVERSITY OF TYUMEN	0,41	0,28	0,12	0,52	0,29	0,05	0,26	0,14	0,12	0,02	0,55	0,13	0,11	0,16	11

The university has developed supercomputers known as “Lobachevsky”. There is a research institute for living systems, and Joint UNN-RAS (Russian Academy of Science) laboratories. The university is currently building the UNN Bio-Medical Innovation center which will be completed soon. UNN also aims at creating Doctoral schools for PhD students. Lobachevsky University aims at establishing joint research laboratories with a number of industries and also to enter the international market of innovation (i.e. US-Russian innovation corridor).

In the process of internationalization of education, UNN aims at entering the European Higher Education Area and provide dual degree and exchange programs in BSc, MSc, and PhD. They also aim at attracting more international students and also provide new and more degree programs in English. The last area in the UNN improvements is in changing university management. UNN aims at becoming an entre-

preneurial university in order to achieve a professional and entrepreneurial independence through training and consultation. UNN aims at developing its human resource by attracting and retaining a highly qualified staff and prominent international researchers. Finally it also aims to attract and retain brilliant Russian and international students.

But in comparison with the Lobachevsky University, some foreign universities (for example the University of Oxford Oxford) have put in place certain strategies that are not being implemented by the Lobachevsky University. Some of these strategies include the introduction of the tutorial system in order to develop undergraduate students to be critical thinkers and different in order to face challenges in the society. Oxford works closely with its alumni in order to help current students through mentoring, internships and recruiting them for the job market. Finally, Oxford has opened some of its facilities to be accessed by the general public. Such facilities include libraries, museums, parks, and laboratories [7].

These measures will put the Lobachevsky University at a level where they will be recognized internationally as one of the leading universities that is competitive in the fields of education and research; will be ranked among the top 300 universities in the world; will be a destination for quality faculty and students worldwide; will provide all kinds of international programs taught at the masters and doctoral levels; will be noted as a research university with a state of the art equipment's in their laboratories; a university that is noted to have been developed in terms of infrastructure; a socially responsible university; a university with a global reputation; an increase in the number of faculty; a center or an institution noted for the creation and dissemination of knowledge.

REFERENCES:

1. Lobachevsky University Lobachevsky University [Online] // Lobachevsky University Web site. - January 05, 2016. - January 05, 2016. - http://www.unn.ru/eng/about/mission-and-strategy/development-strategy.

2. Prahalad C, K and Hamel G Competing for the Future. [Book]. - Boston : Harvard Business School Press. , 1996.

3. QS World University Rankings [Online] // QS World University Rankings. - January 05, 2016. - January 05, 2016. - http://www.topuniversities.com/.

4. Writer QS Staff QS World University Rankings: Methodology [Online] // QS Top Universities. - September 11, 2015. - December 29, 2015. - http://www.topuniversities.com/university-rankings-articles/world-university-rankings/qs-world-university-rankings-methodology.

5. Porter, M. E., Competitive advantage: creating and sustaining competitive performance, Free Press, New York, 1985.

6. University of Oxford [Online]// University of Oxford Web site. – May 21, 2016. - https://www.ox.ac.uk/sites/files/oxford/field/field_document/Strategic%20Plan%202013-18.pdf

7. Study in Russia - http://studyinrussia.ru/en/

THE RUSSIAN ENTREPRENEURS AND THE POSSIBILITIES TO EXPAND IN THE PERUVIAN MARKET AND VICE VERSA

Villamon Guevara Juan Alberto

Lobachevsky State University of Nizhny Novgorod

In this article, I investigate the Peruvian market and export products that Peru which are the leaders in the food industry, especially table grapes. We have high quality grapes, usually in various exotic fruits and also we have 3,000 varieties of potatoes, which grow only in Peru. Also, i considered the potential of the Russian market because of its size and demand for fruits.

I searched different pages about the Peruvian production and the exportable offer, pages of the Peruvian business sector (www.siicex.gob.pe, www.goodfoodworld.com, www.euromonitor.com), Peruvian books of market research, updated statistical information from the National Institute of Statistics and Informatics INEI (www.inei.gob.pe), and e-mail consultations with industry experts, business Peruvian newspaper articles (www.elcomercio.pe, www.promperu.gob.pe).

The most important question is how to increase the levels of export of Peruvian grape in Russia, because for us, the Peruvian grapes represent the most important product which we export to Russia.

Due to the increase in consumption in Peru and the expansion of cities to agricultural areas with housing and retail projects, I consider it is a good opportunity to expand Magnit supermarket's chain to these areas, maintaining the quality policy at low prices. Magnit Supermarket's, would have much success in the areas of the peripheral of Lima, where the population seeks low price and quality.

I considering as an internationalization strategy, the franchising model, which has very successful with the chain of DIA Supermarkets from Spain, which currently has stores in Spain, Portugal, Argentina, Brazil and China.

Now, Peru is located in the 35rd position in the global ranking with respect to the ease of doing business, which gives us a comparative advantage over other countries

20% of Peruvian exports go to the US and only 10% to Russia. The major export to Russia is the Peruvian table grape. Just as Peru has a Free Trade Agreement that gives us tariff preferences, similarly it could negotiate a special Treaty for Peruvian products. This would generate more jobs in both countries and better prices for this product in Russia.

Just as Peru has a Free Trade Agreement that gives us tariff preferences, similarly it could negotiate a special Treaty for Peruvian products, generating economic welfare both countries (Russia and Peru)

Regarding the supermarkets, Peru has a little exploited within the country and constantly growing, as in urban areas peripheries projection in Lima market. Magnit is a Russian supermarket chain origin which could expand in Peru as it done by Walmart in other countries or chains Chilean shopping centers now being developed in Peru.

Communications technology and the advance of credit systems in Peru, has made these peripheral areas of the capital, to change their consumption habits and grow commercially. As an example to consider, we have the growing use of credit cards that malls promote. These have helped to overcome the expectations of daily purchases of the population with irregular income in the shopping centers.

With the separation of the United States and the European Union in retaliation for Western sanctions, the government of Vladimir Putin banned the import of many consumer products in Europe and the United States. These measures create an opportunity for the export of Peruvian products, in this case table grapes and other interesting products. This prohibition was an invitation to Latin America for its competitive advantage in all these products.

Companies that need to increase their competitiveness and sales in foreign markets, must use the e-commerce. E-commerce is a good opportunity to open markets abroad.

The franchise system has made possible the expansion of various business ideas worldwide. Taking as an example the model business, I consider expanding to Peru Magnit Supermarket’s could occur through the system, also considering the benefit of Peruvian products in the Russian market and vice versa.

Секция 6. СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ

УПРАВЛЕНИЕ ПЕРСОНАЛОМ В УСЛОВИЯХ КРИЗИСА НА ПРЕДПРИЯТИИ

Авагян Г.Г.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Острый дефицит экономических ресурсов в условиях развития рыночной экономики и бесконечное стремление к увеличению результативности их отдачи обусловили актуальность выбранной темы. Столкнувшись с реалиями ведения бизнеса, менеджеры разного звена не могут одновременно реализовать все замыслы, потому существует потребность в их оптимизации.

Проблема развития современного кадрового менеджмента на отечественных предприятиях связана с тем, что многие руководители компаний не учитывают уровень ответственности перед подчиненными, собственниками за низкие результаты принятых решений, кроме того, недостаточно эффективна система мониторинга исполнения данных решений. Это свидетельствует о высокой степени эффективности применения системы отбора трудовых ресурсов компании как с точки зрения теории, так и практики. Применение разносторонней системы оценки использования работников можно определить как важное направление оценки результатов работы управленцев компаний.

Целью написания статьи является изучение теоретических основ формирования системы управления персоналом компании в условиях кризиса.

Для достижения поставленной цели были сформулированы следующие задачи:

- изучить сущность и основные принципы управления персоналом в условиях кризиса на предприятии;
- рассмотреть особенности системы управления персоналом в условиях кризиса на предприятии на стадии отбора.

Рассмотрим понятие антикризисной стратегии управления персоналом.

Под стратегией понимают систему предписаний, характеризующих порядок поведения компании для реализации поставленных целевых ориентиров.

В связи с видами разработанных стратегий формируют такие группы правил, согласно которым необходимо функционировать компании во внешней среде:

- система оценки промежуточных результатов достижения целей, с ее помощью вырабатывается курс действий и строится план;
- система взаимоотношений с рыночной средой, которая характеризует систему производства продукции и отношения с потребителями;
- система координаций внутри компании, характеризующая связи между отделами;
- система оперативных действий.

Процесс построения плана стратегического развития компании заканчивается характеристикой возможных направлений развития бизнеса [11, с. 71].

Кризис является неотъемлемой частью развития рыночной среды и выражается в отдельной его фазе, при этом он может появиться в результате многих причин.

Отдельное предприятие имеет собственное дерево целей, разработанное с учетом различных контрагентов: макросреды (общества), представителей бизнес-среды, вкладчиков, наемных работников. Относительно топ-менеджмента можно отметить то, что он хотя и является наемным, его целевые ориентиры своеобразны. Подобные цели характеризуют соотношение интересов вкладчиков и персонала, так как взаимодействие их определяет деятельность высшего менеджмента, что особенно проблематично в состоянии кризиса компании. Специфика состоит в том, что особый акцент должен быть направлен на операционные целевые ориентиры, так как их постепенная реализация может вывести компанию из опасного состояния.

Здесь понятие «целевые ориентиры» максимально подходит для формирования предельных показателей, условий реализации антикризисных мероприятий. Следовательно, программа выхода из кризисного состояния выглядит как документ, характеризующий целевые ориентиры, имеющиеся ресурсы, а также их применение, особенности поведения по решению проблемы и перечень правил, которые необходимо осуществлять [14, с. 221].

Итак, самым эффективным, но, с другой стороны, и более расходным средством антикризисной программы компании – производителя можно назвать процесс нейтрализации негативного воздействия кризисных явлений в условиях динамичного развития рыночной среды. Он подразумевает под собой конкретный порядок действий управленческих работников компании в определенных ситуациях, направленных на решение кризисной ситуации.

Развитый и квалифицированный персонал представляет собой важнейшее условие формирования конкурентных позиций каждого предприятия. Оптимальная структура источников финансирования, технический потенциал являются существенными предпосылками развития компании, но они не могут быть достигнуты без высокого уровня мастерства работников, которые создают своими усилиями ритмичную и бесперебойную работу.

В начале алгоритма отбора кандидатов находится этап сбора сведений об отдельном кандидате без прямого общения с ним. Данная стадия состоит в следующем: на конкретную вакансию по должности, определенную на сайте компании, в прессе все заинтересованные лица высылают свои предложения. В том случае если попытка безрезультатна, работники отдела кадров начинают поиск прямым способом, то есть приходят к помощи сайтов, включающих в себя список потенциальных работников, а затем сами предлагают собеседование, предложение может включать в себя такие способы, как телефонный звонок, письмо на e-mail, указывающее не имеющуюся должность [14, с. 113]. Для получения краткой информации относительно уровня общения кандидата, что формирует первоначальное мнение о человеке, была разработана специализированная система, состоящая из языковых стилей, а также глоссария.

Можно утверждать также, что упомянутый выше подход специалистов Высшей школы экономики можно использовать и в процессе собеседования.

Следующей фазой является проведение телефонного собеседования предварительно. Перед первой встречей с кандидатом в кабинете отдела кадров желательно пообщаться предварительно по телефону. Целью общения может быть обмен данными по следующим вопросам: на какую должность претендует кандидат, какие притязания, некоторые уточняющие моменты. Длительность первого общения кандидатом предлагается у большинства специалистов пять – десять минут.

Можно построить телефонную беседу по следующей схеме:

- наличие ограничений или несоответствия у кандидата предлагаемой вакансии;

- предоставление всей необходимой информации кандидату о предлагаемой должности и месте работы;

- специалисты кадрового менеджмента рекомендуют сразу во время первой беседы постараться сформировать положительное впечатление о компании-работодателе, поскольку обычно первые минуты являются наиболее устойчивыми в памяти и служат для составления определенного алгоритма поведения человека.

Третьей фазой можно назвать особенности техники очного интервью, которое заключается в следующем: результатом прямого контакта с кандидатом должно быть достижение ряда целей. В процессе общения опрашиваемый должен полностью открыться, проявлять свои настоящие намерения, это поможет получить самые подробные данные о человеке, определить систему мотивации, а также его целевые ориентиры [12, с. 95].

Большое внимание уделяется наличию рекомендательных писем, особенно при объявлении вакансий на должности менеджеров, во многих компаниях и некоторых сферах бизнеса – строго необходимы, при этом определение «рекомендация» ограничивается положительным отзывом об испытуемом.

Кадровые менеджеры полагают, что:

- сведения, предоставленные в рекомендательных письмах, могут быть весьма субъективны;

- в большинстве случаев в качестве поручителей выступают либо отдельные лица, либо менеджеры в прошлом, при этом нужно прислушиваться к мнению последних, так как они более компетентны;

- используя рекомендации, есть возможность протестировать отдельные моменты карьеры кандидата, обосновать его намерения;

- в то же время в некоторых сферах бизнеса рекомендательные письма рассматривают как инструменты патронажа, «проталкивания своих людей» и игнорируют, используя объективную оценку отбора кандидатов [7, с. 301].

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Бакаев А. С. Основы менеджмента / А.С. Бакаева. – СПб.: Персонал, 2012. – 451 с.

2. Бандурака О. М. Персонал предприятий: учебник / О. М. Бандурака, Н. П. Коробов. – М.: ИНФРА-М, 2012. – 342 с.

3. Белолипецкий В. Г. Управление фирмой / В.Г. Белолипецкий. – М., 2011. – 342 с.

4. Беляцкий Н. П. Кадровый потенциал организаторов производства / Н.П. Беляцкий. – Мн., 2012. – 321 с.

5. Бизюкова И. В. Кадры. Подбор и оценка / И.В. Бизюкова. – М., 2009. – 342 с.

6. Блейк Г. Научные методы управления / Г. Блейк, Д. Моутон. – М., 2011. – 576 с.

7. Бригхем Е. Ф. Основы менеджмента / Е.Ф. Бригхем. – М., 2011. – 401 с.

8. Бусыгин А. В. Предпринимательство / А.В. Бусыгин. — СПб., 2012. – 302 с.

9. Вейл П. Искусство менеджмента / П. Вейл. – М., 2011. – 543 с.

10. Гареев Р. А. Управление процессом стабилизации производственного коллектива / Р.А. Гареев. – Уфа, 2012. – 213 с.

11. Грачев М. А. Управление трудом / М.А. Грачев. – М., 2012. – 754 с.

12. Морен Э. Управленческая парадигма природы человека / Э. Морен. – М.: Наука, 2011. – 144 с.

13. Организационное поведение и управление персоналом под редакцией / В. А. Спива – СПб.: Питер, 2010. – 412 с.

14. Управление персоналом: учебник / под ред. Т.Ю. Базарова и Б.Л. Еремина. – М.: ЮНИТИ, 2012. – 549 с.

ТЕКУЧЕСТЬ КАДРОВ – ОДНА ИЗ ОСНОВНЫХ ПРОБЛЕМ СОВРЕМЕННЫХ КОМПАНИЙ

Асадова А.И.

Нижегородский государственный университет имени Н.И. Лобачевского

Компании нанимают сотрудников для выполнения поставленных задач, направленных на получение прибыли. Успех компании во многом зависит от работников, но, по разным причинам, они могут покинуть свои рабочие места, например, новая должность в другой компании, выход на пенсию. С одной стороны, это может положительно сказаться на состоянии фирмы, так как низкоквалифицированные кадры могут покинуть компанию. С другой стороны, это отрицательно скажется на расходах, связанных с обучением работников, которые, естественно, возрастут.

Благодаря деятельности исследовательского центра портала SuperJob, была проведена оценка текучести различных категорий персонала. Согласно результатам, самый высокий и средний уровень текучести кадров – в сегменте HoReCa (около 11%), в то время как самый низкий – в сфере услуг (7%). Фронт-офис и рабочие – самые нестабильные категории персонала. Так, в сегменте HoReCa «текучка» среди рабочих составляет около 19%, среди продавцов и кассиров – 16%. Текучесть рабочих кадров высока и в строительной отрасли – 14%. Ниже всего текучесть рабочих кадров в ИТ и телекоме (9%). Персонал фронт-офиса наиболее стабилен в строительной отрасли (текучесть кадров – около 8%).

Текучесть инженерного персонала выше всего в HoReCa и строительстве (по 8%), ниже всего – в продажах, промышленности и логистике (по 5%). Бэк-офис «подвижнее» всего в HoReCa («текучка» – 7%), а стабильнее всего – в логистической отрасли (4%). Руководящий состав – наиболее стабильная категория персонала. За исключением строительства и HoReCa, где текучесть руководящего состава чуть выше естественной нормы (6%), в остальных сферах текучесть кадров среди управленцев практически не превышает 5%.

Рассмотрим негативный эффект, который оказывает высокая текучесть кадров:

1. Высокий уровень текучести кадров может привести к снижению производительности труда. Рабочие, которые имеют больше опыта в определенной компании, более осведомлены о политике компании, ее целях, и, следовательно, лучше понимают свою роль в ней. Новым работникам необходимо время для того, чтобы научиться выполнять свои функции. Нельзя не отметить и те мелкие компании, персонал которых может выполнять сразу несколько функций, что еще больше осложняет подбор и обучение новых сотрудников.

2. Высокая текучесть может также отрицательно сказаться на удержании клиентов и обеспечении высокого качества их обслуживания. Клиентам комфортнее контактировать с одними и теми же представителями на протяжении долгого времени, так как дружеские отношения могут стать основой для лояльности клиентов.

3. Высокий уровень текучести приводит к увеличению расходов, связанных с подбором и обучением новых сотрудников. Проведение собеседований, наем и обучение новых работников может быть дорогостоящим процессом, который отвлекает квалифицированных работников от основной деятельности, что также отрицательно сказывается на деятельности фирмы. Отрицательный эффект, который возникает в результате высокой текучести кадров, может привести к получению меньшей прибыли. Должен пройти не один месяц, прежде чем новый бизнес станет прибыльным, а такие непредвиденные расходы, как высокая текучесть кадров могут сильно оттянуть этот момент.

Способы для снижения текучести кадров могут быть самыми разнообразными:

- платить больше (или предлагать пути к прибавке). Если вы готовы платить больше, чем конкуренты, есть шанс не потерять ценных сотрудников. Дополнительным преимуществом повышения зарплаты является и то, что сотрудники с хорошим уровнем заработной платы работают более усердно и эффективно, нежели сотрудники, имеющие зарплаты ниже. В том случае, если нет денег, чтобы выплачивать заработную плату своим сотрудникам выше, нежели у конкурентов, то можно найти другие способы поощрения и удержания сотрудников. Например, предлагая акции своей компании, что является относительно недорогим способом увеличения заработка сотрудников на долгосрочную перспективу. Также выгодой для сотрудников является и то, что они получают долю в компании и, таким образом, в случае, если они усердно работают и способствуют процветанию, их доход увеличивается;

- перспективы для повышения. Сотрудники любят, когда их работа вознаграждается. Необходимо поощрять умных, изобретательных и трудолюбивых сотрудников, постепенно увеличивая их ответственность и повышая их в должности. Работник, который поднялся с позиции обычного сотрудника до менеджера, будет более предан компании, чем тот, кто выполнял ту же работу в течение многих лет, несмотря на ее сложность;

- распределять нагрузку. Если работа сотрудника является стрессовой, однообразной или чрезвычайно трудной, он начинает задумываться о смене рабочего места. Нельзя доводить сотрудников до грани истощения – это один из самых простых путей к увольнению в массовом порядке. К тому же это может быть далеко не эффективно с финансовой точки зрения, так как сотрудники на слишком загруженных и стрессовых должностях обязательно потребуют намного более высокого уровня заработной платы, чем работники с умеренным количеством обязанностей;

- предлагать конкурентные преимущества. Все чаще люди ищут работу, обращая внимание не только на размер заработной платы, но и на такие льготы, как: медицинское страхование, стоматологическое страхование, и, как уже упоминалось выше, акции. Предоставляя более выгодные условия для работы, можно сделать работу в компании более привлекательной, что, в свою очередь, поможет снизить текучесть кадров. Пересматривать пакет преимуществ необходимо не реже одного раза в год;

- поощрять дружеские отношения сотрудников. Создание теплой, открытой атмосферы сделает работу более приятной, тем самым укрепив желание продолжать работать в компании.

Сотрудники должны чувствовать, что их ценят, имеется обратная связь, обеспечены условия для роста, присутствует баланс между работой и жизнью, а также имеется доверие и уверенность в своих лидерах. Все эти стратегии удержания эффективны, когда работодатель хочет удержать сотрудников внутри организации и при этом удерживать расходы на низком уровне.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Шаталова Н.И. Управление персоналом на производстве: учебник / Н.И. Шаталова, А.Г. Галкин и др. – Екатеринбург: Изд-во УрГУПС, 2013. – 557 с.

2. Текучесть кадров выше всего среди сотрудников фронт-офиса и рабочих. [Электронный ресурс] // Исследовательский центр портала Superjob.ru 10.11.2015: сайт. – URL: https://www.superjob.ru/research/ articles/111893/tekuchest-kadrov-vyshe-vsego-sredi-sotrudnikov-front-ofisa-i-rabochih/ (Дата обращения: 08.11.16)

3. How to Reduce Employee Turnover. [Электронный ресурс] // THE WALL STREET JOURNAL: сайт. – URL: http://guides.wsj.com/ management/ recruiting-hiring-and-firing/how-to-reduce-employee-turno ver/ (Дата обращения: 13.11.16)

HR-МЕНЕДЖМЕНТ – ВЫЗОВ СОВРЕМЕННОСТИ И ПРАКТИЧЕСКАЯ НЕОБХОДИМОСТЬ

Гладкова А.М.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

В последнее время в компаниях, которые стремятся занять приоритетное положение на рынке и ставят перед собой стратегические цели, в сфере управления персоналом можно услышать такое модное понятие, как «HR-менеджмент».

Новые технологии, методики в сфере управления персоналом развиваются быстрыми темпами, а компании в свою очередь стараются использовать эти нововведения в правильном направлении, стремясь ставить перед собой высокие, долгосрочные цели. А как показывает практика, сплоченная работа коллектива, личность каждого сотрудника играет немаловажную роль и может повлиять на эффективность компании, более того, это может стать значительным приоритетом перед конкурентами. Таким образом, появилась необходимость в людях, которые бы осуществляли функции подбора, оценки, обучения персонала.

Термин HR стал все чаще фигурировать в контексте повышения эффективности компании, который дословно в переводе с английского означает «человеческие ресурсы».

HR-менеджер должен совмещать несколько функций одновременно, т.е. в его функциональные обязанности, кроме вышеперечисленных функций, может входить и маркетинг, и экономика фирмы. Хотя недавние исследования показали, что многозадачность снижает IQ сотрудников и является менее эффективной[1].

Но весьма актуальной проблемой в настоящее время становится существование и практическая полезность HR-отдела в условиях кризиса. Как только наступает кризис, руководитель компании немедленно начинает искать способы экономии. И первое, что приходит на ум, – сокращение персонала. Но, как

---

[1] Исследования Стэнфордского университета за 2015 год.

правило, самый очевидный способ решения проблемы – далеко не всегда наилучший. Вместо желаемой экономии сокращение штата может создать компании немало проблем. Под сокращение обычно попадают те сотрудники, которых руководители считают второстепенными, это относится и к HR-менеджерам фирмы.

Все дело в том, что работу HR-отдела сложно оценить и измерить. А руководство, как правило, всегда ожидает от HR практической пользы.

Поэтому результаты работы нуждаются в целенаправленном продвижении со стороны HR-директора, HR-менеджера. Без этих усилий работа HR-подразделения останется недооцененной, даже в том случае, когда реальный вклад достаточно велик.

Кроме того, HR-менеджеру необходимо обладать языком аргументов, языком цифр. То есть для того чтобы доказать свою ценность в компании и ключевую роль в бизнесе, HR-менеджер должен предоставлять руководству реальные дела и цифры. Речь идет о качественно подготовленной аналитике. Должны быть приведены не только параметры и информация об их изменениях, но и проанализированы их вероятные причины, определены вероятные тенденции, сделаны прогнозы, предложены варианты решения проблем. Сколько людей осталось? Как функционируют между собой различные подразделения? Какие результаты?

HR должен предоставлять компании такую информацию, как: аналитические данные об отсутствии сотрудников на рабочем месте, данные о текучке персонала, сведения об общей стоимости поиска и найма сотрудников по различным позициям, а также – о длительности этого процесса, результаты от обучения персонала (насколько эффективно обучение и какой есть прогресс), что мотивирует сотрудников компании и любые другие данные, которые могут подсказать идеи более эффективного и экономного использования человеческих ресурсов компании.

Важно, чтобы данная аналитика являлась регулярной практикой для HR-отдела. Любые параметры, которые вы возьмёте, будут полезны вдвойне, если вы сможете проследить их динамику.

Кроме того, аналитика должна тесно переплетаться с такими аспектами, как: понимание бизнеса компании, готовность услышать запрос бизнеса, достаток знания и времени для качества, вовлеченность в общее дело. Именно это позволит HR-менеджеру сделать качественный прогноз и тем самым доказать свою приоритетную роль в компании.

Существует простое правило: если вы приносите компании больше, чем компания тратит на ваш зарплату, то вы очень эффективный сотрудник. Но в тоже время эффективность не всегда надо приравнивать к деньгам, эффективность, в случае HR-менеджера, это решение определенного количества меньшим количеством людей.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Крымов А.А. Вы – управляющий персоналом / А.А. Крымов. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Бератор, 2004.
2. Мансуров Р.Е. HR-брендинг. Как повысить эффективность персонала / Е.Р. Мансуров. – СПб.: БХВ-Петербург, 2011.
3. Анна Баковская. Как изменить HR-отдел, чтобы он выжил в кризис// Проект «Работа с персоналом»: научный интернет-журн., 2002–2016. URL: http://www.hr-journal.ru (дата обращения: 17.12.2015).
4. ООО «Актион кадры и право». Управление персоналом-2017//Интернет-журн. «Директор по персоналу» – практический журнал по управлению человеческими ресурсами, 2011-2016. URL:http://www.hr-director.ru/article/66364-qqq-16-m10-upravlenie-personalom-2017 (дата обращения: 18.11.2016).

КАДРОВАЯ ДИАГНОСТИКА НА ПРЕДПРИЯТИИ В УСЛОВИЯХ КРИЗИСА

Егорова Н.В.

Алтайский государственный университет

Кризис предприятия – это крайнее обострение противоречий в фирме как социально-экономической системе, угрожающее ее жизнедеятельности. Каждая кризисная ситуация, неизбежно возникающая в деятельности развивающейся предприятия, представляет для нее определенную опасность, в целях ликвидации которой необходима разработка комплекса соответствующих мер. В основе системы мер по преодолению кризиса лежат результаты комплексного анализа причин его возникновения и ликвидации негативных последствий.

Выходов из кризиса у организации остается немного. В первом варианте, собственники и менеджмент компании могут использовать саму ситуацию кризиса для определения потенциала развития. То есть ситуацией кризиса можно воспользоваться, чтобы провести необходимые изменения и сделать большой скачок в развитии. Второй выход менее привлекательный, но оттого не менее

популярный и используемый в практике. В этом случае кризис становится причиной развала и прекращения существования организации.

На практике в условиях кризиса компания продается, т.е. меняет собственника и управленческую команду либо собственники и старая управленческая команда ищут дополнительные ресурсы (инвестиции, возможности и т.д.) Для вывода предприятия из кризиса в компанию приглашается команда антикризисных управляющих, которые и помогают вывести компанию из кризиса [1].

Однако ввиду различных факторов у организации может не хватить средств для привлечения команды антикризисных управляющих. И тогда для преодоления кризиса на предприятии важно оптимизировать множество уже имеющихся ресурсов, в том числе и человеческих.

В отношении персонала, как правило, проводится единственное мероприятие – **сокращение штата с целью уменьшения затрат на персонал**. Но все признают ценность и важность собственно человеческого ресурса и значимость его вклада в успех деятельности организации.

С другой стороны, практика показывает, что часто, когда организация находится в тяжелых условиях финансовой нестабильности, вопросы управления персоналом в системе приоритетов выбора действующих антикризисных механизмов уходят на последние места. В особенности страдают вопросы контроля над системой управления персоналом предприятия.

Однако ситуация на конкурентном рынке сейчас такова, что конкурировать организации могут только за счет знаний, умений и навыков сотрудников. В том числе в условиях кризиса именно работники могут помочь организации минимизировать негативное воздействие на неё и в итоге вывести организацию на новый уровень развития.

Кадровая диагностика помогает менеджерам (собственникам) принять эффективное решение по снижению влияния негативных кризисных последствий.

Кадровая диагностика – это последовательная аналитическая деятельность, направленная на установление, анализ и оценку проблем управления персоналом в организации и определение вариантов решения. Основная цель диагностики - улучшить качество менеджмента и повысить эффективность работы организации.

Кадровая диагностика решает такие задачи, как определение экономически обоснованной численности персонала, определение профессионально-квалификационного состава персонала, требуемого для реализации кадровой стратегии, определение приоритетных областей инвестирования в человеческий

капитал и направлений развития человеческого капитала, выявление наиболее эффективных форм мотивации персонала, оценка эффективности кадровой политики (стратегии), оценка социальной устойчивости коллектива [2].

Проведённый анализ существующих методик кадровой диагностики позволил определить основные направления оценки структуры персонала и эффективности его деятельности. Ими является оценка качественных характеристик кадрового состава, анализ занятости персонала, анализ оплаты труда. К тому же немаловажным является анализ движения персонала, оценка результативности работы, и, безусловно, оценка стоимости персонала. Данные методики имеют своей целью изучить степень подготовленности работника к выполнению возложенных на него функций, выявить уровень его потенциальных возможностей для оценки перспектив карьерного продвижения (ротации), а также разработки кадровых мероприятий, необходимых для достижения целей кадровой политики предприятия.

Для начала необходимо провести оценку потенциала работника. При замещении вакантного рабочего места важно установить потенциал работника, то есть профессиональные знания и умения, производственный опыт, деловые и нравственные качества, психологию личности, здоровье и работоспособность, уровень общей культуры.

Затем следует провести оценку индивидуального вклада. Она позволяет установить качество, сложность и результативность труда конкретного сотрудника, его соответствие занимаемому месту с помощью специальных методик.

Третьим шагом является аттестация кадров. Это своеобразная комплексная оценка, учитывающая потенциал и индивидуальный вклад работника в конечный результат.

Исходными данными для оценки персонала являются: модели рабочих мест персонала, положение об аттестации кадров, философия предприятия, правила внутреннего трудового распорядка, личные дела сотрудников, приказы по кадрам, социологические анкеты.

Как видим, кадровая диагностика предполагает различные программы по оценке персонала. Но в условиях кризиса ограниченность ресурсов при проведении данной оценки не возможности использовать все методы. Это может быть связано с различными факторами: времени, недостатка специалистов для проведения качественной оценки, нехватки финансов для её проведения. Именно поэтому выделим несколько основных методов, которые помогут качественно в условиях ограниченности ресурсов провести оценку персонала.

Источниковедческий (биографический) метод предполагает анализ кадровых данных, листок по учету кадров, личные заявления, автобиография, документы об образовании. Результатом этого метода являются логические заключения о семье, образовании, карьере, чертах характера.

Ещё одним методом является Наблюдение. Наблюдение за оцениваемым работником в неформальной обстановке (на отдыхе, в быту) и в рабочей обстановке методами моментных наблюдений и фотографии рабочего дня. Является достаточно субъективным, однако именно оно наиболее часто используется в организациях. Результатом служит отчет о наблюдении.

Экспертные оценки является распространённым и наиболее приемлемым методом в условиях кризиса. Формирование группы экспертов (может включать в себя управленческую команду), определение совокупности качеств и получение экспертных оценок идеального или реального работника. Результатом служит модель рабочего места.

Аттестация персонала – самый актуальный и объективный метод оценки. Аттестация персонала – это комплексный метод оценки персонала, использующий другие методы (интервью, анкетирования, наблюдения, тестирования, экспертных оценок и др.). Для определения аттестационной комиссией (которая может включать в себя управленческую команду) соответствия кандидата вакантной или занимаемой должности и последующего анализа ответов для определения потенциала человека. Результатом служит анкета «Аттестация», протокол аттестационной комиссии, приказ директора [3].

С развитием информационных технологий в последнее десятилетие особую популярность приобретают различные электронные программы оценки персонала, которые разрабатываются консалтинговыми фирмами и предлагаются предприятиям. Примером может служить программный комплекс «Советник по кадрам», разработанный белорусской консалтинговой компанией «Интеллектуальный Партнер» (Минск) [3]. Данная программа способна решать такие типы задач, как установление соответствия между квалификацией сотрудника и занимаемой им должностью (или должностью, на которую сотрудник претендует), выявление возможных кандидатур в резерв на выдвижение. Кроме того, программа помогает решению таких задач, как определение потребности в повышении квалификации и переподготовке работников; определение слабых сторон сотрудника; получение практических рекомендаций, позволяющих смягчить действие слабых сторон сотрудника, вообще их исключить либо использовать на благо предприятия.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Грузинов В.П. Экономика предприятия и предпринимательства / В.П. Грузинов. – М.: Софит, 2014. – 223 с.
2. Волгин Н.А. Управление персоналом в условиях рыночной экономики / Н.А. Волгин. – М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 2015. – 187 с.
3. Радько С.Г. Эффективная кадровая политика предприятия / С.Г. Радько, А.И. Афанаьсева // Справочник кадровика. – 2003. – № 18. – С. 41–58.
4. http://intelpart.by/ (дата обращения: 13.11.2016)

ВОЗМОЖНЫЕ ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ РАБОТЫ ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ ЗАНЯТОСТИ

Зотов О.В.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

В настоящее время экономика России функционирует в условия рыночных отношений. Проблема занятости населения сопровождается ростом безработицы и ужесточением конкуренции на рынке труда [1].

Согласно Федеральному Закону от 31.12.2005 № 199-ФЗ (ред. 29.12.2006)) деятельность государственной службы занятости населения направлена на:

1) оценку состояния и прогноз развития занятости населения, информирование о положении на рынке труда;

2) информирование граждан Российской Федерации, в том числе в электронной форме, о положении на рынке труда, правах и гарантиях в области занятости населения и защиты от безработицы; (пп. 1.1 введен Федеральным законом от 27.07.2010 № 227-ФЗ);

3) разработку и реализацию программ, предусматривающих мероприятия по содействию занятости населения, включая программы содействия занятости граждан, находящихся под риском увольнения, а также граждан, испытывающих трудности в поиске работы;

4) содействие гражданам в поиске подходящей работы, а работодателям в подборе необходимых работников;

5) организацию мероприятий активной политики занятости населения;

6) осуществление социальных выплат гражданам, признанным в установленном порядке безработными, в соответствии с настоящим Законом и иными нормативными правовыми актами Российской Федерации;

7) осуществление контроля за обеспечением государственных гарантий в области занятости населения.

По данным Федеральной службы государственной статистики, более 80% населения нашей страны ищут работу сами, а в Нижегородской области – более 90% [3]. Действительно, в службе занятости им предлагают в основном малооплачиваемую и непрестижную работу. Целевая аудитория – узкий круг граждан: пенсионеры, инвалиды и малообеспечненные семьи.

Многие авторитетные учёные в своих работах уже пытались решить проблемы рынка труда и безработицы при помощи Государственной службы занятости. Они пытаются доказать, что в нашем обществе немало людей, которые не способны найти работу, поэтому они не должны сами её искать - работу надо предлагать [2].

Можно переориентировать службу занятости под мигрантов, как это сделали, к примеру, в Германии. Таким образом, в Германии самая низкооплачиваемая, тяжёлая и непрестижная работа принадлежит, по большому счёту, приезжим. Более 90% граждан Германии считают, что работа службы занятости очень эффективна в рамках современного мира [6]. Однако в России служба занятости не принимает на работу мигрантов, так как это запрещено законодательством. Необходимо наладить сотрудничество с миграционной службой либо вносить поправки в действующее законодательство и начинать налаживать работу с мигрантами и грамотно её регулировать.

Таким образом, в первую очередь следует рассмотреть вариант переориентации работы Государственной службы занятости на приезжих, которые стремятся в Россию для заработка. По официальным данным Росстата, за 2014 год более 100 тыс. мигрантов приехали в РФ для заработка [5]. А по экспертным мнениям на территории нашей страны трудится более 700 тыс. незарегистрированных мигрантов, так как они трудятся «в тени». Это граждане Узбекистана, Казахстана, Азербайджана, Армении, Таджикистана, Украины, Молдавии и других стран СНГ.

Рассмотрим второй вариант. Активное привлечение граждан, вышедших на пенсию, на рабочие места. Когда гражданин выходит на пенсию, он желает оставаться полезным обществу и ему нужно предлагать работу, которую он сможет осилить, к тому же уровень пенсий в России в разы ниже чем уровень заработной платы. Пенсионеры желают иметь дополнительный заработок [4]. По данным опроса Федеральной службы Государственной статистики на 2014 год количество занятого населения старше 60 лет, желающего продолжать ра-

ботать, насчитывается более 11 млн человек, а зарегистрировано граждан старше 60 лет на рабочих местах около 1,8 млн человек [5].

В третьем варианте преобразования службы занятости рассматривается привлечение студентов, желающих пройти практику. Необходимо тесное сотрудничество службы занятости с вузами и сузами. Возможно, после прохождения практики и окончания учёбы студент сам решит работать там, где он проходил практику. В РФ на 2014 г. более 14 млн студентов являются безработными [5].

Четвёртый вариант. Предлагать работу инвалидам и социально незащищённым гражданам. Нужно устраивать семинары, конференции, в которых будет описана работа, которую готовы им предложить и постоянно поддерживать с ними контакт через те самые конференции и встречи. На 2014 год в РФ насчитывается 12,8 млн инвалидов, из них трудоспособных примерно 2,57 млн человек, из них работает 817 тыс. человек. Только в Нижегородской области насчитывается более 127 тыс. инвалидов [5].

Итак, в данной статье были рассмотрены четыре возможных пути повышения эффективности работы государственной службы занятости:

- привлечение на низкооплачиваемую работу эмигрантов из стран СНГ;
- предложение работы лицам, вышедшим на пенсионное обеспечение;
- сотрудничество с образовательными учреждениями (привлечение студентов на практику);
- проведение работ с инвалидами и социально незащищённым населением для их дальнейшего привлечения на предлагаемые рабочие места.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Чукреев П.А. Занятость населения и её регулирование: учебное пособие / П.А. Чукреев, Е.В. Корытова. – М., 2010. – С. 9-18.

2. Герций Ю. В. К станку! / Ю. В. Герций // Российская газета. 19.02.2015.

3. http://czn.nnov.ru/: Сайт Государственной службы занятости Нижегородской области, ст. «Деятельность» 2016 г.

4. Сонина Ю.В. Пенсионеры на Российском рынке труда: тенденции экономической активности людей пенсионного возраста / Ю.В. Сонина, М.Г. Колосницына. – 2015. – С. 38–49.

5. http://www.gks.ru/ : Сайт Федеральной службы Государственной статистики:

6. www.destatis.de/ : Официальный сайт статистики Германии, ст.»Рынок труда» 2014 г.

СОВРЕМЕННЫЕ ТРЕНДЫ КОРПОРАТИВНОГО ОБУЧЕНИЯ ПЕРСОНАЛА

Китайченкова Ю.С.
Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

В современном быстро меняющемся мире происходит постепенный переход от профессий, основанных на труде, к профессиям, основанным на знаниях. И хотя большинство профессий пока, в целом, требуют одних и тех же знаний и компетенций, которыми должны владеть современные специалисты и руководители, устаревают столь же быстро, как и появляются новые. Поэтому в 21 веке остро стоит проблема своевременного обновления знаний и развития персонала на основе этих знаний. В настоящее время можно выделить семь трендов корпоративного обучения персонала.

1. Корпоративных учебных центров становится больше

По данным исследования кадрового агентства «Юнити», до 45% российских компаний продолжают инвестировать в развитие персонала [1]. Рынок диктует свои требования, поэтому компании, в зависимости от их масштаба, открывают корпоративные университеты или учебные центры, набирают штатных тренеров или обращаются к провайдерам образовательных услуг. Причём на определённом уровне профессионального и карьерного развития сами сотрудники включаются в образовательный процесс не только как ученики, но и в качестве преподавателей. Отметим преимущества и недостатки содержания такого учебного центра в компании.

Преимущества: наличие собственного корпоративного университета позволяет иметь эффективный гибкий инструмент управления интеллектуальными ресурсами компании, в зависимости от целей и задач, стоящих в конкретный момент времени.

Недостатки: содержание своего корпоративного центра требует постоянного и серьёзного финансирования, что под силу небольшому количеству компаний в условиях кризиса.

2. Снижение доходности специализированных тренинговых центров

К образовательным программам повышаются требования по «кастомизации» – индивидуализации продукта под особенности конкретной фирмы или отдела. На первый план выходят сквозные кейсы, а также привязка заданий к особенностям функционирования конкретного отдела. Бизнес стал заинтересован в том, чтобы переводить обучение, т.к. каждая потраченная денежная еди-

ница на обучение одного работника приносит прибыль компании, кратную этим затратам [2, с. 42].

Преимущества: комплексное расширение профессиональных компетенций сотрудников, развитие у них навыка решения задач разного уровня сложности без привязки к конкретной специфике трудовой деятельности.

Недостатки: сквозной образовательный продукт не учитывает тонкостей специфики заданной профессиональной области, не способствует углублению знаний в конкретном направлении деятельности.

3. Переход к сопровождению внедрения образовательного продукта

«Проектный подход» к обучению является многоэтапным и включает разработку, внедрение и оценку результатов. Посттренинговое учебное сопровождение проводится с целью помочь участникам тренинга внедрить полученные в ходе тренинга знания в профессиональную деятельность, оказать консультативную поддержку по вопросам применения новых моделей поведения в работе [3, с. 278].

Преимущества: отработка знаний, умений и навыков, полученных на тренинге, анализ модели поведения сотрудника и её дальнейшая коррекция, минимизация эффекта забывания и обесценивания новых знаний.

Недостатки: рост затрат на обучение, сопротивление на разных уровнях управления, вероятность поверхностного внедрения новых технологий работы ввиду недостаточного контроля со стороны руководства компании.

4. Переход от геймификации к разбору и анализу реальных управленческих инструментов

Обычно игра моделируется специально под задачи и цели компании, а ее формат и «протекание» напрямую зависит от результатов, которых компания хочет достичь. Но любая модель — это ограниченное, упрощенное представление о реальности [4]. Поэтому получает распространение обучение по следующей схеме: сначала рассматривается определенный управленческий инструмент, потом слушатели курса отправляются на экскурсию и знакомятся с его функционированием в другой компании. Вернувшись, участники группы закрепляют полученные знания на практике и защищают проекты перед топ-менеджментом компании.

Преимущества: экономия финансовых затрат в сравнении с применением передовых игровых методов, большая практическая применимость материала, возможность решения актуальных, назревших проблем в организации.

Недостатки: формат больше подходит для представителей поколения X, сам процесс такого обучения не является сильным мотиватором, относительно узкая направленность занятий.

5. Переход от кадрового делопроизводства к развитию человеческого потенциала

Если ещё несколько лет назад отдел кадров ассоциировался скорее с массой бумажной работы и кадровым администрированием, то функции современного отдела по управлению персоналам значительно шире: это оценка, адаптация, развитие, обучение и переподготовка сотрудников.

Преимущества: автоматизация рутинных функций кадровых служб, возможность создания условий для повышения эффективности работы сотрудников, непосредственное вовлечение «кадровиков» в создание новых методик работы с персоналом.

Недостатки: рост требований к компетенциям кадровых служб, инертность перехода на новые стандарты работы.

6. Распространение коучинга

Суть коучинга как одного из инструментов менеджмента заключается в том, что тренер-консультант по развитию топ-менеджеров, соблюдая условия полной конфиденциальности, активно участвует в повседневной жизни клиента и дает рекомендации по различным вопросам. При этом, задача профессионального коуча – помочь клиенту (руководителю, собственнику) в осознании и реализации важных для него решений [5, с.123]. Применяется коучинг и для работы со специалистами высшего и среднего звена.

Преимущества: прояснение истинных ценностей и приоритетов, развитие скрытого потенциала руководителей и сотрудников, улучшение отношений с коллегами, воспитание уверенности в себе, повышение эффективности работы, укрепление самосознания.

Недостатки: дороговизна, необходимость специальных компетенций у коуча в области психологии, опасность погружения в личные проблемы клиента, непривычность применения данного метода.

7. Непрерывность обучения

Внедрение непрерывного проектного обучения становится возможным через самоподдерживающуюся систему обучения и развития (ССОР). Система включает анализ ситуации, детальную диагностику задач, разработку тренингов и их проведение, создание сценариев поддержки, отчетности и нематериальной мотивации, подготовку и сертификацию внутренних тренеров [6, с. 332].

Преимущества: ощутимая экономия средств за счет того, что функционирует внутри компании без дополнительных вложений в течение одного-двух лет, сохраняет и углубляет навыки сотрудников.

Недостатки: большая трудоёмкость метода.

Таким образом, системный экономический кризис вынудил бизнес считать показатели эффективности в сфере обучения персонала. Но в сравнении с кризисом 2008 г., когда бездумно и полностью урезались HR-бюджеты по всем статьям, в 2015 и 2016 гг. организации отказываются от такого подхода, они начинают избирательно просчитывать: кого, чему и каким образом учить.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. 7 трендов корпоративного обучения в 2016 году [Электронный ресурс]. – режим доступа: http://www.e-xecutive.ru/education/proeducation/1985421-7-trendov-korporativnogo-obucheniya-v-2016-godu

2. Аксенова О.А. Корпоративная система генерации знаний: формирование и методы управления: автореф. дис. … к.э.н. / О.А. Аксенова. – СПб., 2008. – 42 с.

3. Кудрявцева Е.И. Проектный подход в управленческом обучении / Е.И. Кудрявцева // Материалы научно-практической конференции Северо-Западного института управления. – 2012. – № 1. – С 275–281.

4. Геймификация наступает [Электронный ресурс]. – режим доступа: http://hr-portal.ru/article/geymifikaciya-nastupaet

5. Гибнер Я. М. Коучинг как инструмент эффективного обучения и развития персонала / Я.М. Гибнер // Молодой ученый. – 2011. – № 8. – Т. 1. – С. 121–124.

6. Шекшня С.В. Управление персоналом современной организации / С.В. Шекшня. – М.: ЗАО «Бизнес-школа «Интел-синтез», 2007. – 332 с.

О РАЗВИТИИ ПОЛИТИКИ КОРПОРАТИВНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ НЕФТЕГАЗОВЫХ КОМПАНИЙ РОССИИ

Клестова И.А.

Пермский государственный национальный исследовательский университет

Вопросы экологической безопасности и социальной стабильности являются приоритетными в большинстве развитых стран. Требования, предъявляемые к компаниям, заставляют учитывать их в своей политике данные сферы деятельности. Понимание и принятие на себя компаниями социальной ответственности перед обществом привело к возникновению к концу 20 в. термина «корпоративной социальной ответственности» (КСО), в целом понимаемого как этичное поведение организаций по отношению к человеческому обществу.

Среди всех отраслей экономики по качеству социальной, экономической и корпоративной политики компаний, по данным FTSE Group, нефтегазовая отрасль занимает последнее место, то есть является сектором с минимальной социальной ответственностью бизнеса [1]. Несомненно, это вызвано как высокими экологическими и производственными рисками в отрасли, так и продолжавшимся многие десятилетия пренебрежением надлежащими мерами охраны труда и снижением негативного влияния нефтегазовой деятельности на экологию и общество со стороны большинства компаний. Вместе с тем авторами исследования FTSE Group подчеркивается, что в этой отрасли существует значительная дифференциация, и некоторые крупнейшие энергетические компании являются мировыми лидерами в области социальной и экологической политики. Парадоксальным образом именно в нефтегазовом секторе социальной политике компаний сопутствуют наибольшие вызовы и проблемы, и именно в этой отрасли эффективность политики КСО проявляется наиболее наглядным образом. Несмотря на существующие знания в области КСО за рубежом, в России данное направление имеет свои особенности и недостатки, например, отсутствует единый подход к пониманию и отражению сущности концепции. Актуальность данной проблемы и недостаточное развитие данной концепции в России являлись основополагающими факторами для постановки цели данной работы. В связи с этим целью данной работы является исследование аспектов КСО нефтегазовых компаний для дальнейшего совершенствования политики КСО в России.

ПАО «ЛУКОЙЛ» – одна из крупнейших международных вертикально интегрированных нефтегазовых компаний, обеспечивающая 2.1% мировой добычи нефти. Компания имеют сильную политику социальной ответственности. Она входит в десятку лучших компаний России в области КСО и выпускает нефинансовые отчеты. В 2014 году Компания приступила к реализации 5-ой корпоративной Программы экологической безопасности организаций Группы «ЛУКОЙЛ» на 2014–2018 годы. В отчетном периоде на природоохранные цели направлено около 59.2 млрд руб. Социальные и благотворительные программы являются для Компании составляющей корпоративной стратегии и помогают конструктивному сотрудничеству с государством, деловыми кругами и обществом [2].

Следующей крупной компанией в нефтегазовой отрасли России является ПАО «Газпром». «Газпром» ежегодно поддерживает множество общественных проектов, оказывая помощь в развитии культуры, науки, образования, пропаганде здорового образа жизни. Программа «Газпром — детям» — крупнейший

социальный проект компании. С 2007 по 2013 гг. на ее реализацию было направлено более 20 млрд руб. ОАО «Газпром» в 2013 г. были установлены новые Корпоративные экологические цели ОАО «Газпром» на период 2014–2016 гг. По итогам 2014 г. в выполнении целей достигнут положительный прогресс по пяти из шести установленных показателей [3].

Несмотря на огромный вклад нефтегазовых компаний России в социальную сферу, ПАО «ЛУКОИЛ» и ПАО «Газпром» по объему затрат не являются лидерами в области КСО компаний данной отрасли в мире, т.е. в сравнении с ведущими зарубежными компаниями - конкурентами в области нефтегазодобычи.

Так, к примеру, компания «ЭксонМобил» – крупнейшая в мире вертикально-интегрированная нефтегазовая компания. За последние 125 лет компания прошла путь от продавца керосина в США до крупнейшей мировой нефтедобывающей и нефтехимической корпорации. «ЭксонМобил» в 2011 г. вложила в различные социальные проекты и благотворительность более 234 млн долл., из которых почти 124 млн долл., то есть более 50%, приходится на США. Saudi Aramco – национальная нефтяная компания Саудовской Аравии, которая контролирует месторождения с запасами нефти примерно 260 млрд баррелей (99 % запасов Саудовской Аравии, около четверти мировых разведанных запасов нефти), выполняет важную социальную роль как спонсор технического образования и подготовки кадров. На программы по поиску, обучению и переподготовке кадров компания ежегодно затрачивает около 1 млрд долл. С 1953 г. она построила более 130 государственных школ, а ее Центр подготовки профессиональных кадров с 1994 г. присуждает 4800 грантов в год саудовским студентам, обучающимся в зарубежных университетах [4]. Нефтяной гигант Saudi Aramco совместно с T-Systems и SAP разработал продукт Saudi Aramco Medication & Pharmacy (SAM&P). Он является расширением решения SAP для здравоохранения и предназначен для повышения эффективности и надежности использования лекарственных препаратов. Основной целью системы является обеспечение медицинского персонала средством, гарантирующим, что пациентам назначается нужное лекарство в необходимой дозировке. По словам разработчиков, SAM&P является первой в мире информационной системой с подобной функциональностью.

В исламских странах, помимо светских законов, религиозные нормы регулируют хозяйственное поведение компаний. Особо подчеркивается преимущество этических ценностей перед материальными, взаимозависимости интересов общества и личности, а также справедливом перераспределении матери-

альных благ в обществе путем осуществления обязательных и добровольных пожертвований и уплаты различных налогов[5].

Понимание корпоративной социальной ответственности существенно разнится в США и континентальной Европе, в результате чего обычно выделяют две разновидности концепций КСО. Если в США она представляет собой исключительно добровольную деятельность предприятий сверх определенного законом минимума, то в Европе соответствующая сфера деятельности компаний, как правило, регулируется нормами, стандартами и законами государства. Стоит отметить, что в России КСО нефтегазовой отрасли имеет несколько иные приоритеты, чем за рубежом, что связано с различиями в законодательстве и условиями среды существования компаний в целом. Так, для российских компаний ключевыми вопросами являются соответствие законодательным нормам. Американские компании ориентированы на сам бизнес и изменение стиля жизни.

Проанализировав деятельность нефтегазовых компаний в сфере КСО, можно выделить следующие отличительные черты нефтяных компаний: в России отличается порядок разработки и осуществления социальных программ, не всегда выделяются приоритетные социальные направления, не отработан механизм контроля над утвержденными программами из-за отсутствия необходимой нормативно-правовой базы, отсутствует система оценивания результативности и эффективности реализуемых программ;

Учитывая недолгую историю российских компаний в проектах КСО, текущее состояние КСО в России, на наш взгляд, можно оценить положительно. Для развития политики КСО нефтегазовых компаний России до уровня зарубежных, на наш взгляд, необходимо:

- поддерживать международный обмен опытом в области КСО,
- внедрять новые проекты, нацеленные на глобальные проблемы в области экологии и социального развития не только в России, но и в мире,
- создать обоснованные критерии оценки КСО совместно с другими компаниями, экспертами и государственными органами, основываясь на международном опыте.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Пичков О. Мировой бизнес и политическая власть // Корпоративная социальная ответственность американских нефтегазовых компаний / О. Пичков – М.: МГИМО-Университет.

2. ПАО «ЛУКОИЛ» официальный сайт. Электронный ресурс. Режим доступа: http://www.lukoil.ru/ (дата обращения 10.03.2016г.)

3. Корпоративная социальная ответственность (Обзор опыта международных нефтяных компаний). Электронный ресурс. Режим доступа: http://csrjournal.com/1481-korporativnaja-socialnaja-otvetstvennost-obzor.html (дата обращения 20.03.2016).

4. JAMES A. BAKER «SAUDI ARAMCO: NATIONAL FLAGSHIP WITH GLOBAL RESPONSIBILITIES» - RICE UNIVERSITY, 2007г.

5. Батаева Б.С. Исламская модель корпоративной социальной ответственности / Б.С. Батаева. – ФГОУ ВПО «Финансовая академия при Правительстве РФ», 2010.

6. ПАО «Газпром»:официальный сайт. Электронный ресурс. Режим доступа: http://www.gazprom.ru/ (дата обращения: 02.04.2016г.)

7. Saudi Aramco - http://www.saudiaramco.com/ (дата обращения 10.03.2016г.)

СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ

Кочетова Е.С.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

В современном мире управление персоналом является одной из основных функций организации. Причина состоит в том, что персонал – ключевой ресурс, способный как генерировать новые идеи, вывести компанию в лидеры рынка, так и полностью обанкротить ее. В результате этого компании стараются выстроить эффективную Hr-систему, которая бы раскрывала потенциал сотрудников, способствовала набору перспективных кандидатов, формировала их лояльность компании и снижала бы разнообразные издержки. Отметим, что данная система отличается чрезвычайной сложностью – ввиду постоянно изменяющейся среды, необходимостью принимать во внимание потребности и интересы множества людей, учитывать при этом возможности самой организации. Поэтому HR-ы на сегодняшний день сталкиваются с множеством проблем в этой области. Некоторые из них достаточно легко решить, другие же необходимо продумывать на уровне топ-менеджмента или приглашать для этого внешнего консультанта. Рассмотрим основные проблемы в области управления персоналом на современном этапе развития.

Отсутствие стратегического подхода в управлении и единой базы данных.

Системный подход – основа эффективной деятельности организации. Только при едином функционировании всех элементов возможно получение хорошего результата. Однако на данный момент именно такой подход – редкость в управлении. Решая проблемы по мере поступления, руководство не замечает многих из них, упуская важные моменты, что негативно влияет на раз-

витие компании. При этом многие проблемы связаны именно с управлением персоналом.

HR-служба работает только в областях подбора и решения кадровых вопросов, не обращая внимания на мотивацию сотрудников или их обучение из-за нехватки ресурсов, времени или потому, что не видит в этом смысла, необходимости [4]. При этом часто сотрудники одного и того же отдела не знают, чем занимается их коллега.

Отметим также отсутствие такого важного документа во многих компаниях, как кадровая стратегия, в которой прописываются цели и задачи HR-службы, рассматривается бюджет и планируется численный и качественный состав персонала на ближайшее и более длительное время. Без данного документа Hr-служба ориентируется только на задачи руководства и свои собственные представления о нуждах компании. Не зная своих возможностей и потребностей персонала, компании, Hr-ы начинают внедрять любые методики, даже не адаптируя их. Это не позволяет достичь поставленных целей, растрачивает ресурсы организации на ненужные нововведения и негативно влияет на статус и репутацию самой службы.

Также бессистемность связана с еще одним направлением деятельности Hr-в – оценкой проведенных работ. Этот этап является обязательным в их работе, так как позволяет выявить проблемы и устранить их. Однако, согласно исследованию компании PwC, всего около 5% компаний полностью используют возможности Hr-аналитики как инструмента сбора и анализа информации [7].

Также отметим нежелание самого руководства участвовать в деятельности Hr-службы – как топ-менеджмента, так и линейных начальников. Их участие необходимо, так как только они могут предоставить необходимые данные для анализа, быть проводниками изменений, предлагаемых Hr-ми, помогать выработать общую стратегию. Частично в этом есть вина и самих специалистов по управлению персоналом, поскольку они не доказывают свою точку зрения или не подготавливают аргументы – цифровые данные, показатели, не анализируют динамику и пр.

Неправильно сформированная система мотивации.

У сотрудников любой компании есть свои потребности. Есть они и у самой организации, и у руководства. Поэтому одна из задач Hr-отдела – постараться удовлетворить все из них. Для этого в организации вводится система мотивации персонала, которая учитывает возможности компании и интересы сотрудников. Однако эта система чрезвычайно сложна и с ней связано множество проблем, например, непонимание того, что же нужно самим работникам [5].

Так, на сегодняшний момент основной вызов связан с распределением заработной платы, которое должно быть справедливым и честным, что многие компании не могут достичь. В РФ это вообще является чрезвычайно актуальным вопросом: часто специалисты одного уровня и одной квалификации получают в одной и той же организации непропорционально разные заработные платы. Это связано с тем, что компании не проводят тщательный анализ рынка и не соотносят затрачиваемый труд и вознаграждение, что негативно влияет на мотивацию персонала [5]. Также на это влияет отсутствие системной оценки в компании.

Отметим также, что ограничением является и закрытость информации для персонала. Hr-службы не раскрывают данные о том, как начисляется заработная плата, что является основными критериями оценки и пр.

Слабая система сотрудничества и обмена знаниями.

Учитывая демографические проблемы и выход многих специалистов на пенсию, существует необходимость сформировать систему обмена и передачи знаний в компании. Однако во многих компаниях среднего и мелкого бизнеса таких систем нет, поэтому знания и накопленный опыт не остаются в компании, а переходят к конкурентам. Особенно это характерно для российских компаний в технологических сферах – в инженерном деле и пр.

При этом в самих организациях нет системы, которая бы помогала формировать вовлеченность сотрудников в управление организацией, делиться своим опытом. Многие Hr-специалисты слишком загружены, чтобы заниматься этим, а руководство не понимает важности данной системы. В результате персонал не чувствует свою значимость для организации и старается найти более комфортное место работы в другой организации, забирая свои знания с собой. Все это формирует упущенную выгоду и издержки на поиск нового сотрудника и его обучение. Отметим, что все же половина всех специалистов по управлению персоналом понимает важность этой проблемы [8].

Еще одно ограничение – отсутствие лидеров в компании. 51% российских компаний отметили необходимость мер в этом направлении [8]. Особенно это актуально для сферы фармацевтики и здравоохранения. При этом HR-специалисты влияют на этот процесс в значительной степени – через тщательный подбор, оценку перспективных сотрудников и их развитие, в том числе и развитие их лидерских качеств.

Демографические проблемы и разница поколений

На макроэкономическом уровне население продолжает стареть во многих странах ЕС, а также США и Японии. Средний возраст населения в Германии и

Японии – 46 лет, в то время как в США это 36 лет. Демографический профиль очень сильно отличается в Африке, где средний возраст в ЮАР составляет 25 и 15 лет в Уганде [1]. Эта мировая тенденция сильно влияет на деятельность Hr-службы. Учитывая старение населения в развитых странах, специалистам приходится сталкиваться с трудностями в подборе – сотрудники с большим опытом уходят, поэтому необходимо подготавливать на их смену новых. Соответственно, приходится затрачивать ресурсы на обучение и развитие новичков, что многие компании делать не могут или не хотят. В ближайшем будущем это вызовет профессиональный кризис, когда необходимых специалистов просто негде будет искать.

Низкое внимание к Hr-бренду

На сегодняшний день, Hr-бренд – важная составляющая деятельности службы по управлению персоналом, которая влияет на репутацию всей компании. Однако ей не уделяется должного внимания – существуют проблемы с инвестированием, поскольку Hr-бренд не рассматривается как эффективный инструмент работы. Также отметим то, что его созданием, как правило, занимается только сам Hr-отдел, без участия отдела маркетинга, связей с общественностью и руководства. В результате этот бренд зачастую не отражает общую стратегию всей организации, и поэтому просто «висит в воздухе» [6], ведь у Hr-специалистов нет необходимых специфических знаний о том, как правильно выводить товар на рынок, как должна быть выстроена реклама продукта и пр.

Отметим также проблему, характерную именно для российского рынка – стереотипное отношение к самой Hr-службе в обществе[2]. Исторически сложилось, что в РФ Hr-ы рассматриваются как простые делопроизводители, связанные только с подбором и работой с документами, а все их нововведения – дань моде и заимствования зарубежных партнеров и компаний. Это негативное отношение мешает отделу внедрять изменения, использовать новые методики, поскольку специалисты сталкиваются с противодействием в коллективе, нежеланием изменять трудовой процесс и пр. Большая часть их работы остается незамеченной, поэтому руководство не может оценить их деятельность объективно. Поэтому во многих компаниях HR все еще считается неэффективным и ненужным инструментом.

Создание подходящей организационной культуры

---

[2] Буланова Д.П. Проблемы в работе HR-служб и подходы к их решению. // Материалы VII Международной студенческой электронной научной конференции «Студенческий научный форум». URL: http://www.scienceforum.ru/2015/818/12313 (дата обращения: 19.11.2016).

Следует отметить, что создание правильной организационной культуры – еще один вызов для Hr-специалистов, согласно докладу компании SilkRoad[3]. Для эффективного подбора в организации, высокой производительности необходимо создать и такую культуру, которая бы учитывала и особенности рынка, и возможности кандидатов. Однако многие Hr-специалисты не способны это сделать: согласно исследованию, 48% респондентов не были уверены в алгоритме создания привлекательной организационной культуры.

Таким образом, подведем итоги.

Управление персоналом – динамично развивающаяся область, значение которой для организации нельзя недооценивать. В последнее время были созданы новые методики (например, автоматизированная система анализа резюме), разработана научная база управления персоналом. Однако при этом в данной области существует также и множество проблем. Необходимо дальнейшее изучения управления персоналом, проведение эмпирических исследований и анализ полученных данных.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Challenges For HR Directors In 2016. URL: http://www.forbes.com/sites/karenhigginbottom/2015/12/30/challenges-for-hr-directors-in-2016/#1aee9a65ae29

2. *The top 6 challenges HR is likely to face in 2016. URL:* http://www.humanresourcesonline.net/6-challenges-hr-will-face-2016/ (дата обращения: 19.11.2016).

3. Богатырёва М. Р. Современные проблемы управления персоналом / М. Р. Богатырёва, Э. И. Каспранова, А. М. Файзуллина // Сборники конференций НИЦ Социосфера. – 2013. – № 57-1.

4. Буланова Д.П. Проблемы в работе HR-служб и подходы к их решению /Д.П. Буланова // Материалы VII Международной студенческой электронной научной конференции «Студенческий научный форум».

5. Купцова А. С. Примеры актуальных проблем управления персоналом на современном этапе / А. С. Купцова, Д. В. Родин // Вестник Нижегородского университета им. Н. И. Лобачевского. – 2004. – № 2. – С. 366-369.

6. Морозова М.Э. HR-брендинг: теория, практика, перспективы. // Государственное управление в XXI веке: материалы 13-й международной конференции, май 2015. [Сборник] / Коллектив авторов. – М.: «КДУ», «Университетская книга». – 2016. – С. 50-55.

7. Новохатько И.М. Управление человеческими ресурсами: проблемы и перспективы HR-аналитики / И.М. Новохатько, М.С. Хренникова // Вестник научных конференций. – 2016. – № 6-2(10). – С. 85-89.

---

[3] The top 6 challenges HR is likely to face in 2016. URL: http://www.humanresourcesonline.net/6-challenges-hr-will-face-2016/ (дата обращения: 19.11.2016).

8. Перспективы развития функции по управлению персоналом в России. URL: http://www.pwc.ru/ru/hr-consulting/publications/assets/future_of_hr_jan14.pdf

СИСТЕМЫ ОПЛАТЫ ТРУДА ТОП-МЕНЕДЖЕРА НА ПРОИЗВОДСТВЕННОМ ПРЕДПРИЯТИИ

Куликов Е.А.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Одной из основных проблем, касающихся оплаты труда топ-менеджмента, является отрыв заработной платы от конечных результатов деятельности предприятия. Несмотря на это достаточно большое количество экономистов считают наиболее эффективным премирование по результатам. Например, Р.Я. Яковлев в своей работе «Оплата труда в организации» говорит о том, что главный показатель премирования топ-менеджеров – выполнение или перевыполнение планового показателя прибыли. В качестве показателя эффективности деятельности данной категории персонала можно применять такие показатели, как увеличение производительности труда, сокращение трудоемкости, снижение себестоимости продукции и т.д. [4].

Основной задачей установления показателей эффективности работы топ-менеджеров является то, что они должны отражать результаты деятельности, на которые топ-менеджер оказал непосредственное влияние. Подтверждением этому является работа А.Л. Жукова «Регулирование и организация оплаты труда», в которой автор отмечает, что в настоящее время существует объективная необходимость взаимосвязи установления размера заработной платы топ-менеджера и конечных результатов труда сотрудников всего предприятия [1].

Что касается производственного предприятия, задействованного к примеру, в промышленной сфере, то можно сказать, что топ-менеджеры не вносят прямой вклад в производственную деятельность предприятия, поэтому их профессиональную деятельность не целесообразно оценивать наряду с производственными рабочими, которые принимают непосредственное участие в производственном процессе. Из этого следует, что на производственном предприятии при начислении заработной платы топ-менеджерам необходимо применять системы оплаты труда, касающиеся только данной профессии.

Основной проблемой выбора системы оплаты труда топ-менеджеров на такого рода предприятии является выбор того, что эта система должна оцени-

вать: индивидуальный трудовой вклад каждого топ-менеджера или конечные результаты деятельности всей фирмы [2]. Для производственного предприятия этот выбор является наиболее проблемным, так как:

- существует сложность оценки индивидуального вклада топ-менеджера;
- деятельность топ-менеджеров имеет косвенное отношение к конечным результатам деятельности производственного предприятия.

Промышленным предприятиям следует использовать повременно-премиальную систему оплаты труда управляющих должностей. Данная система состоит из оклада и премиальных выплат. Используя повременно-премиальную систему оплаты труда, на производственных предприятиях следует уделять особое внимание премированию топ-персонала, которое выступает в качестве стимулирования увеличения трудовых показателей.

Подтверждением этому является теория агентских отношений, центральным звеном которой являются взаимоотношения руководителей предприятия и топ-менеджеров. Согласно данной теории, одно лицо (принципал) поручает другому лицу (агенту) выполнить некоторые задачи в интересах принципала. Выполнение этих задач не всегда соответствует интересам агента. Для удовлетворения собственных интересов принципал использует механизмы стимулирования агента.

В целях стимулирования данной категории персонала используются как краткосрочные премиальные системы, которые рассчитаны на срок до одного года, так и долгосрочные – сроком более одного года. При долгосрочных системах премиальные выплаты топ-менеджеры получают ежегодно при условии выполнения целевых показателей премирования. Бывают ситуации, когда топ-менеджеры компании, вкладывая много сил в развитие организации, претендуют на равную часть с её владельцем, во избежание таких ситуаций следует правильно подобрать систему оплаты труда в виде эффективной мотивации. Для этого разрабатывается схема его материального стимулирования: компенсационный пакет, способствующий его заинтересованности в процветании компании, росту прибыли, увеличению капитализации бизнеса, большей ответственности в принятии управленческих решений, стремлению к работе на долгосрочную перспективу. Также в премировании топ-персонала используются [3]:

- акции, ограниченные в обращении;
- фантомные акции;
- опционные программы.

Системы оплаты труда топ-менеджеров, например, на предприятии, функционирующем в торговой сфере, основывается на следующих элементах:

- фиксированное вознаграждение;
- вознаграждение за достижение корпоративных целей;
- вознаграждение за достижение индивидуальных целей;
- опционный план.

Фиксированное вознаграждение, с учетом требований трудового законодательства, выплачивается дважды в месяц. При этом для большего эффекта, рекомендуется разделить данные выплаты на две части: 10 % в виде аванса, остальные 90 % по окончании отчетного периода. Вторая часть вознаграждения будет более ощущаться, чем в случае, когда заработная плата разделена на равные части.

Вознаграждение за достижение корпоративных целей является переменной частью оплаты труда топ-менеджера. Методика определения размера оплаты основывается на оценке влияния топ-менеджеров на совокупный финансовый результат деятельности. При установлении размера выплат этой части оплаты труда необходимо учитывать уровень выполнения основного показателя бизнес-плана предприятия. Сроки и периодичность данных выплат также определяются в соответствии с бизнес-планом. Наиболее предпочтительным периодом выплат таких бонусов является один год.

Вознаграждением за достижение индивидуальных целей является переменная часть заработной платы руководителя, размер которой определяется в соответствии с уровнем выполнения профессиональных задач. На предприятии необходимо разработать индивидуальный план развития на определенный период, в котором будет прописан комплекс задач для каждого сотрудника. Каждой задаче в индивидуальном плане развития следует присвоить удельный вес, который в совокупности за определённый период составит 100 %, и в соответствии с этими показателями определять размер вознаграждения за достижение индивидуальных целей каждого топ-менеджера.

Опционным планом в системе оплаты труда топ-менеджеров является переменная часть заработной платы, которая обеспечивает прямую зависимость эффективности труда топ-персонала и прибыли, получаемой предприятием. Для определения количества опционов и характера их распределения необходимо разработать Положение по оплате труда топ-менеджеров. Основное преимущество опционного плана заключается в том, что топ-менеджер имеет возможность прямого участия в бизнесе компании. Обязательным условием получения вознаграждения по опционному плану является достижение индивидуальных и корпоративных целей на 100%.

Подводя итог, следует отметить, что при выборе системы оплаты труда топ-менеджеров следует использовать очень грамотный подход для того, чтобы мотивировать их на выполнение работы с полной отдачей. Чем больше будет применяться мотивационных средств, тем более эффективной будет профессиональная деятельность топ-персонала, следовательно, будут лучше конечные результаты деятельности предприятия. Для этого следует применять такие системы оплаты труда, которые позволяют использовать премиальные выплаты.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Жуков, А.Л. Регулирование и организация оплаты труда: Учебное пособие для студентов вузов / А. Л. Жуков // Акад. труда и соц. отношений. – М.: МИК, 2013. – 335 с.

2. Радыгин А. Корпоративное управление в России: ограничения и перспективы / А. Радыгин // Вопросы экономики. – 2002. – № 1.

3. Теплова Т. Системы вознаграждения топ-менеджеров в стоимостной концепции финансового управления / Т. Теплова // Проблемы теории и практики управления. – 2003. – № 1.

4. Яковлев Р. А. Оплата труда в организации / Р. А. Яковлев. – 2-е изд., перераб. и доп. – М., 2015. – С. 70.

5. Александрова И.Б.Современные методы управления как фактор развития организации / И.Б. Александрова, В.Г. Фролов // В сборнике «Общество, наука и инновации» сборник статей Международной научно-практической конференции: в 4-х частях. Отв. ред.: А.А. Сукиасян. 2013. С. 6-12.

6. Сидоренко Ю.А. Стратегические приоритеты развития промышленного производства и экономическая безопасность / Ю.А. Сидоренко, В.Г. Фролов // Научное обозрение. – 2014. – № 8-1. – С. 238–285.

ЗНАЧЕНИЕ СОЦИАЛЬНОГО РАЗВИТИЯ ТРУДОВЫХ КОЛЛЕКТИВОВ СОВРЕМЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Ларина Н.Ю.

Нижегородский институт менеджмента и бизнеса

Цель статьи – установить сущность и составляющие социального развития, проанализировать систему критериев оценки уровня социального развития трудовых коллективов.

Управление социальным развитием является одним из элементов социальной политики, в которую входят: система социальной защиты, сфера оплаты труда, социальное обеспечение и т.п.

Все процессы, протекающие в социальной сфере, можно объединить в

три группы, которым соответствуют функции социального управления [1]:

- связанные с изменениями в условиях жизни людей;
- направленные на формирование и развитие социальных качеств людей;
- направленные на формирование, функционирование и развитие социальных систем как целостных образований.

Безусловно, важное значение для людей имеют материальные условия их жизни. Поэтому большое значение имеет такая функция управления социальным развитием, как обеспечение источниками средств к существованию и создание благоприятных возможностей для повышения уровня доходов. Применительно к наёмным работникам это означает обеспечение максимально полной занятости и роста заработной платы на основе повышения эффективности труда. Применительно к нетрудоспособным указанная функция заключается в создании эффективной системы социальной защиты и поддержки. По отношению к предпринимателям эта функция должна проявляться в создании достаточно благоприятных и стабильных правовых и финансовых условий их деятельности [2].

Остальные функции этой группы включают: охрану труда и улучшение его условий, обеспечение охраны здоровья работников, обеспечение оптимальной адаптации людей к изменяющейся социальной обстановке, улучшение бытовых условий жизни, развитие социально-культурной инфраструктуры, создание условий и совершенствование механизмов участия работников в управлении предприятиями.

Третья группа функций социального управления охватывает целенаправленные воздействия на вышеупомянутые процессы формирования, функционирования и развития социальных систем (предприятий, организаций) как целостных образований, изменение их социальной структуры и организации [3].

Наиболее четко функции социального управления данной группы относятся к небольшим социальным системам, таким как трудовой коллектив. Предметом управления социальным развитием здесь выступает довольно сложный процесс превращения совокупности людей в коллектив как некую целостность, придание ему организованности и т.д., а затем и многообразные процессы его функционирования и развития, но не как производительной силы, не как субъекта производственных отношений, а как социальной системы.

Объектом социального управления могут быть общество в целом, отдельные его сферы и подсистемы. Сам объект управления носит системный, многоуровневый характер – от общества в целом, его основных подсистем – до социальных групп, слоев и первичных коллективов. Субъектом социального управления являются лица, занятые в специализированных государственных или об-

щественных организациях и службах, наделенные функциями по осуществлению управления [4].

Социальное развитие управляемых объектов должно соединять в едином комплексе вещественные и личные факторы производства на основе максимального учета новейших требований, предъявляемых человеку как важнейшей и главной цели производства.

Уровень социального развития трудовых коллективов – категория относительная, поскольку зависит не только от уровня реальных доходов и объемов фактического потребления работниками материальных и духовных благ, а и от уровня развития в обществе самих потребностей в жизненных благах. Это категория многоуровневая, включающая три основные структурные составляющие: лично персонифицированный уровень социального развития, интегрированный и социально-дифференцированный. Другими словами, эта категория может характеризовать, соответственно, совокупный уровень социальной защищённости трудового коллектива в целом, отдельных социальных групп или отдельно взятого работника.

На основании тщательного анализа существующей статистической базы и особенностей социальных процессов, которые возникли в России на протяжении последних лет, изучения опыта стран бывшего СНГ и дальнего зарубежья установлено, что целостная система критериев оценки уровня социального развития трудовых коллективов должна включать не только количественные, но и качественные показатели, сгруппированные по определенным признакам. Наиболее полно и комплексно система таких показателей может быть сгруппирована по нижеприведённым критериям [5].

1. Достигнутый уровень реальных доходов и имущественной обеспеченности работников предприятия.

2. Уровень социальной защищенности членов трудового коллектива.

3. Уровень потребления материальных благ, культурных и бытовых услуг работниками предприятия.

4. Жилищные условия членов трудового коллектива.

5. Условия труда.

6. Степень удовлетворения потребностей работников предприятия в сферах физического, духовного и социального развития.

7. Состояние здоровья и продолжительность жизни работников предприятия.

8. Уровень общественно-правовых гарантий, которые имеют работники предприятия.

Социальное развитие управляемых объектов должно соединять в едином комплексе существенные и личные факторы производства на основе максимального учета новейших требований, предъявляемых человеку как важнейшей и главной цели производства. Выделение в социально-экономической системе предприятия самостоятельного объекта управления - социальной подсистемы, которая имеет свою многоуровневую структуру: социальное развитие техники и технологии, социальное развитие организационных форм производства, социальное развитие трудового коллектива, развитие социальной инфраструктуры, совершенствование экологических процессов является одной из задач, поставленных в работе. Основным фактором, который может обеспечить эффективный рост, является человек как составная часть трудовых ресурсов, определяющий гуманитарный потенциал общества. Поэтому очень важны социальные аспекты управления персоналом, наиболее существенные, применимые к нынешнему этапу развития. Добиться роста эффективности производства практически невозможно без целенаправленных и согласованных усилий всех членов трудового коллектива. Интенсивность этих усилий, в свою очередь, во многом зависит от того, насколько успешно решаются в трудовом коллективе вопросы социального развития [1].

Основой социально-экономического развития государства является эффективное функционирование предприятий. Экономическая эффективность предприятия – высокая прибыльность при сочетании использования минимального количества ресурсов для производства данного объема продукта, что позволяет динамично функционировать предприятию. Экономическая эффективность отражает интересы владельцев капитала, а не трудового коллектива. Социальная эффективность предприятия это степень удовлетворения потребностей работников данного предприятия. В сложившейся ситуации в России социальное развитие предприятий рассматривается только лишь с точки зрения максимизации прибыли. Таким образом, социальные задачи подчинены экономическим потребностям.

Если взять за основу социальной эффективности степень удовлетворения потребностей работника данного предприятия и рассматривать работников данного предприятия как часть населения страны, складывающуюся в трех сферах с соответствующими группами параметров, то можно выделить следующую систему социальных параметров (см. табл. 1).

Таблица 1 – Система социальных параметров

Трудовая сфера	Сфера распределения	Бытовая сфера (личное потребление)
Занятость	Уровень и структура доходов	Питание
Безработица	Дифференциация доходов	Обеспеченность жилищем и домашним имуществом
Рабочий день	Направления использования	Здравоохранение
Оплата труда	Налоговая система	Культура
Безопасность труда		Другие социальные услуги

Существует прямая связь между экономической эффективностью предприятия и социальным развитием трудового коллектива. В то же время экономическая и социальная эффективность вступают в противоречие, так финансирование социального развития осуществляется за счет отчислений из прибыли, что снижает экономическую эффективность. В сложившейся ситуации государство должно взять на себя регулирование процесса социального развития на предприятиях, так как развитие на микроуровне является составной частью макроуровня.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Управление социальным развитием организации: учебное пособие / Под ред. Егоршина А.П. – М.: ИНФРА-М, 2013. – 326 с.
2. Управление персоналом: учебное пособие / А.Я. Кибанов. – М.: ИНФРА-М, 2013. – 238 с.
3. Социальный менеджмент / под ред. Д.В. Валового. – М.: ЗАО «Бизнес-школа «Интел-Синтез», 2000. – 140 с.
4. Управление человеческими ресурсами / Под ред. М. Пула, М. Уорнера. – СПб.: Питер, 2002. – 1200 с.
5. Экономика труда: учебное пособие / А.М. Асалиев, Г.Г. Вукович, Л.И. Сланченко. – М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. – 171 с.

КОРПОРАТИВНЫЙ ПОРТАЛ КАК МЕХАНИЗМ УСКОРЕНИЯ ОБМЕНА ИНФОРМАЦИЕЙ НА ПРЕДПРИЯТИИ

Минин А.Д.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Одной из современных проблем управления персоналом является необходимость увеличения скорости движения информации на предприятии. Эта проблема порождает целый ряд вопросов, которые в той или иной степени стоят перед каждой организацией. Это и необходимость быстрого взаимодействия

между сотрудниками предприятия, его структурными подразделениями, и ознакомление с последними новостями из жизни компании, и как можно более быстрая адаптация новых сотрудников. Также немаловажной проблемой сегодня является необходимость повышения вовлечённости сотрудников [1]. На наш взгляд, эти проблемы можно решить с помощью такого инструмента, как корпоративный портал.

Корпоративный портал представляет собой интернет-портал, доступ к которому имеют только сотрудники предприятия на своих рабочих местах. Поскольку доступ к корпоративному порталу ограничен, то ему не нужна высокая пропускная способность в отличие от обычного интернет-сайта, на который может зайти неограниченное количество посетителей. Одним из удобств корпоративного портала является доступ к нему из обычного браузера без загрузки специального программного обеспечения. Также его несомненным достоинством являются относительно низкие расходы на создание и функционирование [2].

На корпоративном портале следует размещать только ту информацию, которая необходима каждому сотруднику. Например, такой информацией могут быть сведения о сотрудниках, лента дней рождения сотрудников, последние обновления корпоративного портала, новости и мероприятия организации, организационная структура, информация о компании, контакты сотрудников. Отметим, что нельзя создать структуру корпоративного портала, носящую универсальный характер для всех предприятий, поэтому она корректируется модераторами под соответствующую организацию.

При принятии решения о создании корпоративного портала необходимо определиться с точной структурой, выбрать дизайн и подумать о навигации. Качественное решение этих вопросов на этапе создания корпоративного портала способствует его дальнейшей эффективной работе.

Предлагаем рассмотреть основное наполнение и назначение следующих обязательных, по нашему мнению, разделов корпоративного портала:

1. главная страница;
2. организационная структура;
3. о компании;
4. контакты.

На главной странице считаем необходимым разместить следующую информацию:

1. логотип и название компании;

2. элементы навигации в виде горизонтального меню для доступа к другим разделам;

3. фотографию сотрудника, который зашёл на корпоративный портал;

4. ленту ближайших дней рождения сотрудников;

5. ленту последних обновлений на портале;

6. новости и мероприятия, проводимые предприятием.

Основным назначением главной страницы является быстрый переход к другим интересующим сотрудника страницам.

Раздел «Организационная структура» должен содержать схему подчинённости подразделений предприятия с указанием принадлежности сотрудников к этим подразделениям. Очень важно, чтобы в этом разделе были указаны все сотрудники, поскольку любой сотрудник должен знать, с какими подразделениями или сотрудниками он может взаимодействовать и по каким вопросам, перед кем он должен отчитываться за результат своего труда. Последнее актуально в связи с тем, что в некоторых организациях сегодня наметилась тенденция к снижению персонификации обязанностей и ответственности [3]. Также в этом разделе можно указать основное направление деятельности подразделения предприятия.

Раздел «О компании» предназначается для информации об истории предприятия. Здесь же можно разместить приветственную речь руководителя. Немаловажным будет и указание на ближайшие перспективные проекты компании, на цели, которые стоят перед ней на ближайшую перспективу.

В разделе «Контакты» нужно указать информацию обо всех сотрудниках организации в целях быстрого контактирования сотрудников между собой. Считаем, что информация о сотруднике должна включать следующие пункты:

1. личная фотография;

2. фамилия, имя и отчество сотрудника;

3. должность;

4. подразделение;

5. номер внутреннего телефона;

6. адрес корпоративной электронной почты;

7. дата рождения;

8. дата прихода на предприятие.

Обратим внимание на то, что часть данных о сотруднике являются его персональными данными, поэтому у сотрудника необходимо взять согласие на их обработку в соответствии с Федеральным законом от 27 июля 2006 г. № 152-ФЗ «О персональных данных» [4].

Таким образом, корпоративный портал является эффективным механизмом ускорения информационного обмена на предприятии. Он позволяет также экономить рабочее время, оптимизировать бизнес-процессы и повысить эффективность сотрудников. Но всё же корпоративный портал порождает затраты на его создание и поддержание в работоспособном состоянии. В связи с этим считаем, что экономическую целесообразность в рассматриваемом виде он будет иметь для организаций с численностью сотрудников от пятидесяти человек.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

4 Бергер С. Карьерный коучинг приходит в компанию / С. Бергер // Кадровик.ру. – 2014. – № 1. – С. 60– 66.

5 Скоробогатова Т. Справочный портал как часть корпоративной культуры компании / Т. Скоробогатова // Кадровик.ру. – 2012. – № 9. – С. 68–72.

6 Конопатов С.Н. Управление персоналом: факторы успеха / С.Н. Конопатов // Управление персоналом. – 2016. – № 31. – С. 20–40.

7 Федеральный закон от 27 июля 2006 г. № 152-ФЗ «О персональных данных» // Российская газета. 2006. 29 июля. № 165; Официальный интернет-портал правовой информации (www.pravo.gov.ru). 2014. 22 июля. № 0001201407220042.

ОГРАНИЧЕНИЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ СРЕДСТВ КОММУНИКАЦИИ КАК СРЕДСТВО ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ

Минина С.А.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

В современном мире в свете активно идущего научно-технического прогресса использование средств коммуникации занимает всё большую часть времени человека. Не исключается такое использование и в рабочее время сотрудника организации. А это, в свою очередь, создаёт проблему рационального использования рабочего времени, поскольку чрезмерное пользование средствами коммуникации, не связанное с выполнением своих трудовых обязанностей, снижает нормы выработки сотрудников. Считаем, что эту проблему можно решить путём введения для сотрудников ограничений использования средств коммуникации в личных целях в рабочее время для повышения эффективности управления персоналом.

Стоит отметить, что многие сотрудники используют средства коммуникации для достижения своих рабочих целей. Так, например, посредством Интерне-

та юристы знакомятся с судебной практикой, менеджеры по продажам ищут потенциальных клиентов, рекрутеры ищут персонал, дизайнеры подбирают графический материал, начальники отделов читают соответствующую периодическую литературу, аналитики знакомятся с финансовыми новостями [1]. Также, например, посредством телефонных звонков работают секретари и уже упоминавшиеся выше менеджеры по продажам. Но бывает и так, что эти категории работников под предлогом выполнения должностных обязанностей используют средства коммуникации в личных целях. А это, в свою очередь, существенным образом влияет на качество и количество выполняемых ими заданий.

Но это ещё не самое негативное последствие для предприятия, поскольку использование средств коммуникации при работе может нарушать нормы охраны труда. Так, например, недопустимо использование мобильного телефона рабочим на конвейере, водителем на трассе, экспериментатором в лаборатории [2].

Одной из причин рассматриваемого явления видится, на наш взгляд, безразличное отношение некоторых работников к результатам своего труда. Кстати, культура ответственности в целом очень слабо развита в нашей стране во многих сферах, не исключая и бизнес [3]. Ещё одной причиной можно назвать недостаточный контроль со стороны работодателя и, в частности, непосредственного руководителя. В этой связи задачей непосредственного руководителя как представителя работодателя является налаживание эффективного контроля за сотрудником в его рабочее время. Но для этого необходимы соответствующие правовые средства.

Прежде всего, в качестве общей превенции необходимо разработать и утвердить локальный нормативный акт, который бы регулировал использование средств коммуникации в рабочее время. Такие нормы могут быть закреплены в правилах внутреннего трудового распорядка или являться частью отдельного положения. Пренебрежение этим лишает работодателя права утверждать о нарушении трудовой дисциплины работником [4].

Также не следует забывать и о должностной инструкции работников. В ней мы рекомендуем прописать для каждой конкретной должности необходимость или её отсутствие в отношении использования средств коммуникации в процессе работы. Для должностей, у которых такая необходимость присутствует, нужно прямо прописать использование исключительно для выполнения должностных обязанностей.

Не будет лишним указание в тексте трудового договора на использование рабочего времени исключительно для решения рабочих вопросов. Это будет

подразумевать запрет на использование средств коммуникации в личных целях в рабочее время, что усилит позицию работодателя в случае возникновения какого-либо спора.

Но всё же не стоит забывать о той категории работников, которым необходимо постоянное или систематическое использование средств коммуникации. Для последних можно создать отдельное положение, которое будет конкретизировать порядок действий работника в случае, если ему необходимо использование средств коммуникации в рабочих целях. Так, например, он может создавать служебную записку на имя директора предприятия через непосредственного руководителя о необходимости использования средств коммуникации. Директор предприятия, признав его обоснованным, разрешает такое использование, в случае необходимости привлекая соответствующих работников для обеспечения возможности использования. Например, если необходим доступ к определенным интернет-ресурсам, то директор организации даёт указание IT-специалисту для открытия доступа.

К слову, если рассматривать ограничение доступа в Интернет, то можно применять различные технические средства блокировки доступа. Например, установить перечень запрещённых к посещению сайтов в целях фильтрации интернет-трафика.

В дальнейшем при нарушении сотрудником установленных правил использования средств коммуникации его можно будет привлечь к дисциплинарной ответственности. При этом необходимо в точности соблюсти процедуру, установленную законодательством Российской Федерации, в частности, Трудовым кодексом Российской Федерации [5].

Подводя итоги сказанному, можно сделать вывод о том, что ограничение использования средств коммуникации в личных целях в рабочее время является средством повышения эффективности управления персоналом. Отсутствие таких ограничений является нежелательным, поскольку в конечном счёте может угрожать экономической безопасности предприятия.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Жижерина Ю. Запрещаем работникам использовать Интернет в личных целях / Ю. Жижерина // Кадровая служба и управление персоналом предприятия. – 2016. – № 1. – С. 25–34.

2. Жижерина Ю. Использование мобильного телефона на работе / Ю. Жижерина // Кадровая служба и управление персоналом предприятия. – 2016. – № 4. – С. 11–20.

3. Мельник И. Культура ответственности очень слабо развита в нашей ментальности / И. Мельник, Н. Матюшина // Управление персоналом. – 2016. – № 30. – С. 41–45.

4. Титова Ю. Утверждаем локальный нормативный акт / Ю. Титова // Кадровая служба и управление персоналом предприятия. – 2015. – № 2. – С. 26–34.

5. Трудовой кодекс Российской Федерации // Российская газета. 2001. 31 декабря. № 256; Официальный интернет-портал правовой информации (www.pravo.gov.ru). 2016. 4 июля. № 0001201607040124.

ФОРМИРОВАНИЕ КОМПЛЕКСНОЙ СИСТЕМЫ МОТИВАЦИИ ПЕРСОНАЛА КАК СРЕДСТВА УПРАВЛЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬЮ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ.

Наместникова Л.С.

ФГБОУ ВО ЮРГПУ (НПИ) им. М.И. Платова

В условиях современной рыночной экономики деятельность любого предприятия включает в себя постоянный систематический анализ и оценку эффективности использования ресурсов, в том числе эффективность функционирования системы управления человеческими ресурсами [1]. Практически каждое предприятие вводит в процесс управления систему мотивации персонала с целью повышения эффективности труда. Однако в большинстве случаев, данная система не дает намеченных результатов – это связано с бездумным копированием ее из различных доступных источников. Данная система способна изменить ситуацию на предприятии в желаемом направлении только после адаптации под конкретную организацию и текущую ситуацию на ней, учитывая ее специфику и особенности ее персонала. Другими словами поставленных целей и задач можно достичь за счет создания или усовершенствования системы мотивации персонала, отвечающей современным реалиям.

Существует множество мотивационных мер, довольно часто применяемых на предприятиях и способных значительно повлиять на ход его деятельности, но зачастую не получается достичь планируемого результата, это связано с ограниченностью каждой из них в отдельности. Поэтому, мотивационные меры следует рассматривать в виде взаимодополняющего комплекса мер.

Рассматривая систему мотивации персонала комплексно, можно выделить наиболее часто встречающиеся и используемые на предприятиях меры. Наиболее важной является контроль состояния мотивации. Необходимость отслеживать интересующую информацию позволяет вносить коррективы в уже существующие планы, утвержденные на предприятии, просматривать тенден-

цию развития как отдельных подведомственных структур, так и всего предприятия в целом.

Можно сказать, что мотивационные меры – это основа любой системы мотивации [2]. Использование комплексной системы подразумевает использование единоразовых и периодических мер, внесенных в планирование деятельности управленческого аппарата, а также разработку экстренных мер, необходимых для устранения отклонений в системе работы управленческого аппарата. В состав комплексной системы управления персоналом входят как материальные, так и нематериальные меры. Однозначно сформулированного соотношения данных мер не существует, каждое предприятие самостоятельно принимает решение в расстановке приоритетов. Если же говорить о нашей стране в целом, то значительную часть принято отдавать материальному стимулированию, нежели нематериальному, чего нельзя сказать о западных государствах. Там это соотношение обратно. Причиной этому является низкий уровень жизни в нашей стране, и, как следствие, низкая заработная плата по сравнению с развитыми иностранными государствами.

При выделении материального стимулирования, как основного, предприятие вероятнее всего так и останется на данном виде мотивационной меры. Это связано с тем, что материальное стимулирование отвечает за низкий уровень, согласно пирамиде Маслоу, и определяется как простое выживание. Естественно, в данном случае речь не идет о самореализации, самовыражении и т.п., а без развития не может быть и перехода на следующий уровень. На территории нашей страны достаточно большое количество предприятий, выделяющих в основном своем стимулировании нематериальные мотивационные меры. В примерном соотношении это 25-30% российских предприятий. Не исключены и случаи подмены материальных и нематериальных стимулирующих мер, например, некоторые предприятия при попытке сэкономить на заработной плате персонала совершают подмен поощрений материальных на нематериальные, что, конечно, вызывает негативные реакции со стороны работников предприятий.

Для того чтобы наступил этап нематериального стимулирования, этап материального должен быть полностью удовлетворен. В связи с этим два этих вида должны использоваться в комплексе, взаимно дополняя друг друга, что несомненно приведет к достижению высоких результатов и усовершенствованию средств управления эффективностью деятельности организации.

Таким образом, целесообразно использовать комплексную систему мотивации персонала на предприятии, целью которой является достижение заплани-

рованных экономических показателей и стратегическое развитие предприятия [3].

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Степаненко Д. О. Методические подходы к оценке эффективности системы управления персоналом организации / Д.О. Степаненко // Вестник ОГУ. – 2012. – №8 (144). – С. 80–85.

2. Матвеева Э. С. Построение комплексной системы мотивации персонала на промышленных предприятиях / Э.С. Иатвеева // Вестник ННГУ. – 2011. – №6-1. – С. 287–289.

3. Одегов Ю.Г. Организация службы управления персоналом: Современный подход / Ю.Г. Одегов, Р.Л. Котова. – М., 2009. – С. 168.

ЭФФЕКТИВНОСТЬ МЕТОДОВ НЕМАТЕРИАЛЬНОГО СТИМУЛИРОВАНИЯ В УПРАВЛЕНИИ ПЕРСОНАЛОМ КОММЕРЧЕСКОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

Приписнов С.А.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Актуальность темы не вызывает никаких сомнений, ведь в современном менеджменте все больше внимания уделяется аспектам, связанным с персоналом. И это не удивительно, ведь успех работы любого предприятия напрямую зависит от того, насколько слажена команда, насколько она мотивированна.

Цель работы заключается в рассмотрении влияния нематериальной мотивации на деятельность коммерческой организации. Объектом выступает персонал, предметом – методы нематериального стимулирования.

С точки зрения М. Мескона, современному руководителю необходимо научиться четко различать термины «мотивация» и «стимулирование», так как их отождествление является основной причиной многих недоразумений в организации труда и управления персоналом, что снижает эффективность профессиональной деятельности последнего.

По мнению М. Мескона, под мотивацией понимается процесс стимулирования самого себя и других на деятельность, направленную на достижение индивидуальных и общих целей организации» [4].

Для получения нужного настроя сотрудников есть две формы поощрения – материальное и нематериальное стимулирование. Если с первым вариантом все предельно ясно, то моральная сторона вопроса поощрения персонала не

всегда реализована должным образом. С ее помощью компания без финансовых вложений может получить реальное улучшение показателей.

Нематериальное стимулирование, как одно из направлений системы стимулирования, позволяет не только мотивировать сотрудников к труду, реализуя миссию организации, но также – формировать новое сознание и менталитет персонала.

Р.Е. Кошелев, ссылаясь на современные исследования в сфере организационной психологии, утверждает, что активное изучение и внедрение системы нематериального стимулирования в организации обусловлено тем, что повышение заработной платы уже не дает такого эффекта в повышении результативности и качества работы сотрудников, как это было прежде [3].

Одним из определений нематериального стимулирования является определение, данное в А.В. Елизаровым и В.В. Лисуковым. По их мнению, под *нематериальным стимулированием* следует понимать систему способов и форм стимулирования персонала, направленную на удовлетворение психологических, внеэкономических, но также не менее важных и значимых для работников потребностей с целью повышения эффективности их профессиональной деятельности [2].

В зависимости от специфики работы компании, индивидуальных особенностей каждой организации могут применяться разные методы нематериального стимулирования. Приемы данного подхода сводятся к обеспечению хорошей мотивации и комфортных моральных условий работы для каждого сотрудника и для команды в целом.

Главные методы нематериального стимулирования сотрудников, используемые сегодня в большинстве эффективных компаний, следующие:

- удовлетворение требований сотрудников по графику работы, предоставление гибкого графика, простого оформления отгулов;
- демонстрация признательности компании за выполненную сотрудником работу, разработка внутренней системы поощрения званиями, дипломами, уровнями;
- проведение корпоративных мероприятий, командных соревнований, спортивных событий между сотрудниками фирмы;
- разработка и развитие командного духа, который базируется на основах и принципах философии компании, на личностном росте.

Для человека, который выполняет физическую или умственную работу в команде других людей, важно получить ту обстановку, в которой он будет чувствовать важность своего труда. Большинство сотрудников, выполняющих

сложную физическую работу, быстро начинают чувствовать себя винтиками в огромном двигателе, от работы которых немногое зависит. Необходимо предоставить сотруднику ощущение важности, необходимости и ценности той работы, которую он выполняет.

Прибавка к заработной плате мотивирует человека в течение нескольких недель или месяцев, пока эта прибавка не станет привычным делом. Моральная же обстановка, созданная руководителями компании, будет окружать сотрудника каждую минуту его пребывания на работе.

Продуктивность и настроение сотрудников будут зависеть исключительно от качества этой обстановки. Именно нематериальные способы поощрения персонала делают возможным создание качественной обстановки, в которой каждый сотрудник будет ощущать невероятную ценность своего труда и получать должное моральное вознаграждение наряду с работой в приятном коллективе [5].

При выборе наиболее эффективных способов нематериальной мотивации персонала следует учитывать индивидуальность каждого человека, ведь то, что является стимулирующим фактором к труду для одного работника, возможно, окажет обратное действие на другого. Примером этого может быть порученное наставничество за новичком в коллективе – один работник оценит это для себя как комплимент самому опытному сотруднику, увидит в этом свою ценность для предприятия, а другой решит, что его обременяют лишними обязанностями и это послужит стимулом к выполнению своей работы «спустя рукава». Поэтому следует учитывать такие факторы, как амбициозность, трудолюбие, коммуникабельность и другие личностные качества отдельных сотрудников [1].

В качестве примеров можно рассматривать деятельность многих компаний, но разработать необходимо собственную стратегию нематериального поощрения сотрудников. Создание командного духа и приятных условий труда, а также *умеренного соперничества* – вот основные принципы современного нематериального поощрения. Приемы для достижения этих целей могут быть разные:

- ежемесячное подведение итогов рабочего процесса, награждение лучших сотрудников;
- перераспределение труда на предприятии в зависимости от умений и предпочтений работников;
- предоставление высокой ответственности за инициативную и самостоятельную работу;
- отсутствие многоуровневого контроля;
- создание возможностей роста и развития.

Каждому человеку неизбежно хочется расти морально и материально. Компания должна создавать прозрачную систему стимулирования, чтобы сотрудники имели четкое представление о возможностях карьерного роста, что также является нематериальным фактором мотивации. Истории успеха сотрудников, тренинги и предоставление возможностей для личностного роста также сыграют важную роль в нематериальном стимулировании.

Как можно видеть, грамотная система нематериальной мотивации охватывает разные стороны жизнедеятельности сотрудников, и её создание является выполнимой задачей. Введение способов нематериального стимулирования оказывает сильное влияние на эффективную работу организации, а без ее присутствия предприятию, увы, не достичь лидирующих позиций. Поэтому применение способов нематериального стимулирования – одна из главных задач, как маленькой организации, так и достаточно крупной.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Гареев Р.А. Управление процессом стабилизации производственного коллектива / Р.А. Гареев. – Уфа, 2014. – 213 с.
2. Елизаров А.В. Нематериальные формы мотивации персонала предприятия / А.В. Елизаров, В.В. Лисуков // Альманах современной науки и образования. В 2-х ч. Ч. I. – Тамбов: Грамота, 2010. – № 1 (32). – С. 52–55.
3. Кошелев Р.Е. Роль системы стимулирования персонала в социальной политике предприятия и управлении человеческими ресурсами // Государственное управление. Электронный вестник. Вып. № 8. Октябрь 2014. С. 35.
4. Мескон М. Основы менеджмента / М. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури. – М.: Издательство «Дело», 1997. – 704 с.
5. Управление персоналом: учебник / под ред. Т. Ю. Базарова и Б. Л. Еремина. – М.: ЮНИТИ, 2014. – 549 с.

ОСОБЕННОСТИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ КАРЬЕРЫ: ФАКТОРЫ КАРЬЕРНОГО РОСТА

Румянцева Ю.Ф.
Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Тематика карьерного роста в нашей стране в настоящее время является особенно актуальной. Она привлекает внимание не только специалистов в области управления персоналом, но и остальных сотрудников организации. Данная тенденция вызвана реформированием основных сфер нашего общества,

становлением рыночной экономики, что повлекло за собой изменение отношения ко многим процессам и явлениям в обществе.

Многие молодые специалисты уже на последних курсах обучения в высших учебных заведениях задумываются о построении своей профессиональной карьеры и выборе организации, которая наилучшим образом будет способствовать ее реализации.

Для одних людей карьера становится результатом реализации детального долгосрочного плана, для других – это набор случайностей. Очевидно, что для успешного развития карьеры недостаточно одних пожеланий сотрудника, даже если они принимают форму хорошо продуманного плана. Для продвижения по иерархической лестнице необходимы профессиональные навыки, знания, опыт, настойчивость и определенный элемент везения.

Многие эксперты в области планирования карьеры, рассматривая проблему отношения личности к карьере, подчеркивают, что каким бы образом ни развивалась карьера, определяющим фактором является не объективная ее оценка со стороны, а субъективная оценка человека, делающего эту карьеру. Ф.Ницше говорил: «Если вы хотите высоко подняться, пользуйтесь собственными ногами! Не позволяйте нести себя, не садитесь на чужие плечи и головы!» [5].

В период социалистического развития слово «карьерист» было чуть ли не ругательным словом. «Карьерист» — человек готовый лезть по головам пренебрегая всякие нормы приличия для достижения желаемого результата. Однако на сегодняшний день словосочетание «делать карьеру» означает рост достатка, стремление добиться высокого уровня профессионализма в своём деле, желание занимать руководящие должности.

Возможно, сейчас вопрос выбора карьеры встает на равные позиции с другими актуальными проблемами человека в современном мире, такими как финансовая зависимость, потеря личности, утрата моральных ценностей, военная нестабильность и нищета.

В России существует множество способов продвижения по карьерной лестнице. Как правило, фактор времени может быть решающим в этом процессе. Высокую должность в компании можно получить как благодаря личным связям, так и благодаря собственным заслугам, а именно самому выстраивать свою карьерную лестницу.

Не менее важную роль при реализации карьеры играют факторы успешного выбора профессии, места работы и карьерного притязания самого работника. Достижения человека в той или иной профессии зависят от соответствия между его личностью и содержанием трудовой деятельности. Другими слова-

ми, успех человека зависит от соотношения того, что он хочет достичь, и того, что он делает для достижения поставленной цели.

В российской практике существуют внутренние и внешние барьеры, препятствующие продвижению по карьерной лестнице для представителей обоих полов, поэтому именно гендерные стереотипы, несмотря на общие позитивные изменения в бизнес-культуре России, продолжают тормозить планомерное развитие карьеры специалистов в нашей стране. Стереотипы в отношении женщины-руководителя сформированы у 45 %, которые считают, что карьера женщины в бизнесе не совместима с полноценной семейной жизнью, 36 % считает, что женщина теряет свою женственность при активном построении карьеры, 31 % опрошенных воспринимают женщину-руководителя скорее как исключение, чем как правило. Причем сотрудники крупных иностранных компаний реже разделяли эти взгляды по сравнению с работниками российских компаний [4].

Самообразование является важным слагаемым желаемого продвижения по карьерной лестнице. Все, кто добился значительных успехов в своей деятельности, независимо от ее вида, очень много занимались самообразованием. Оно влияет не только на приобретение новых знаний, но и на то, что данный вид образования развивает навыки творческого осмысления действительности и умения самостоятельно анализировать различную информацию, события и явления. Человеку приходится преодолевать неизвестность, в связи с этим у него развивается самостоятельность и независимость мышления, стойкость в преодолении возникающих трудностей. Кроме того, давно известно, что ничто не усваивается так хорошо, как добытое собственным трудом.

Цели карьеры меняются с возрастом, а также по мере того, как меняемся мы сами, с ростом нашей квалификации, взглядов, принципов, ценностей и т.д. Формирование целей карьеры – это постоянный процесс. Стоить отметить, что человек будет успешен, если будет находиться в гармонии со своим собственным миром, поэтому важно помнить не только о материальном вознаграждении от работы, но и о моральном. Когда работа в радость и приносит удовольствие, мы способны наиболее эффективно решать поставленные перед нами задачи.

Все вышеперечисленные факторы имеют больше влияние на успешное продвижение по карьерной лестнице, но все же не стоит забывать, что иногда имеет место его величество случай. И многие великие люди, несмотря на внешние обстоятельства, смогли добиться больших успехов и стать знаменитыми благодаря тому, что шли вперед, руководствуясь собственными убеждениями,

игнорируя правила и книги. Известными примерами подобных «звездных» историй являются: Марк Цукерберг и Стив Джобс.

Марк Цукерберг создал один из самых популярных сайтов в Интернете - социальную сеть номер один. Как ее нынешний исполнительный директор и президент стремится сохранить лидирующее положение компании на долгие годы [2].

Стив Джобс был соучредителем и главным исполнительным директором Apple, двигателем и идеологом в IT-индустрии на протяжении десятилетий. Джобс был не только талантливым инженером, но и гениальным предпринимателем. Становлению блестящей карьеры самого известного бизнес-магната способствовал жесткий и настойчивый характер, вера в себя и свои способности, талант руководителя. На протяжении своей карьеры Джобс работал с крупнейшими компаниями и всегда продвигал свое видение бизнеса. Ярким примером был его отказ выпустить программы на Mac OS, работающих с не-Apple [3].

Подводя итог, хотелось бы еще раз подчеркнуть важность построения своего карьерного пути. Управление развитием карьеры является сложным, требующим значительных ресурсов процессом, так как от этого будет зависеть реализация человека и его самовыражение в обществе. Успех – это результат совокупности способностей, стремлений и мудрости. Как говорил Ли Якокка, имеющий мудрость и богатый жизненный и профессиональный опыт американский менеджер: «Своим основным качеством, которое привело меня к успеху, я считаю решительность. Без решительности вы не добьетесь ничего. Все остальные качества всего лишь дополнения» [1]. Что еще раз доказывает, что все в наших руках!

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Ли Якокка Карьера менеджера. – М.: Издательский дом «Прогресс», 1991.

2. https://ru.wikipedia.org/wiki/

3. Айзексон У. Стив Джобс. – М.: Издательство АСТ 2012 г.

4. Гендерная дискриминация в РФ: необходимость преодоления / http://accion-positiva. ucoz. es/news/gendernaja_diskriminacija_v_rf_

5. Ницше Ф. «ТАК ГОВОРИЛ ЗАРАТУСТРА»

7. Материалы сайтов: www. superjob. ru, www. gender. ru, www. kontakt. ru, www. kom20.ru, FinTimes. ru, http://ru. euronews. com/, www. vedomosti. ru.

7. Соболева И. В. Доклад о развитии человеческого потенциала в Российской Федерации. Цели развития тысячелетия в России: взгляд в будущее / И.В. Соболева. – М.: ПРООН, 2010.

8. Бушуева Н. В. Проблема человеческого капитала в современной России: гендерный аспект / Н.В. Бушуева // Уровень жизни населения регионов России. – 2011. – № 6. – С. 45–48.

ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ РАЗВИТИЕ ГОСУДАРСТВЕННЫХ СЛУЖАЩИХ

Рябинина Е.И.
Нижегородский государственный университет им. Н.И.Лобачевского

Для создания современного гражданского общества, повышения качества жизни населения Российской Федерации, что является приоритетным в стратегиях социально-экономического развития России и регионов, необходимо эффективное государственное управление и эффективная деятельность органов государственной власти. Для этого необходимо постоянно совершенствовать профессионализм и компетентность государственных гражданских служащих. Поэтому сейчас наиболее актуален вопрос о профессиональном развитии государственных служащих РФ в постоянно реформирующейся системе государственной службы.

Необходимость постоянного профессионального развития государственных гражданских служащих – обучение, переподготовка кадров и повышение квалификации зависит от следующих факторов:

- в быстро развивающемся современном обществе происходит постоянное естественное устаревание знаний и информации, касающейся деятельности государственных гражданских служащих РФ;
- в связи с постоянным реформированием изменяется законодательная и нормативная правовая база;
- в ходе внедрения современных инновационных технологий в практику государственного управления происходит заимствование из практики других стран или из опыта частных организаций.

Повышение профессионализма государственных гражданских служащих рассматривается как процесс постоянного улучшения и усвоения новых теоретических знаний, овладения новыми умениями и практическими навыками [1].

Официально признана проблема недостаточности компетентности и профессионализма государственных гражданских служащих. Недостаточное знание нормативно-правовой базы, касающейся государственной гражданской службы, управленческой подготовки, знания современных технологий государственного управления и опыта их внедрения негативно влияют на эффективность и результативность.

Обозначив актуальность выбранной темы, необходимо разобраться, что понимается под профессиональным развитием.

Профессиональное развитие государственных гражданских служащих – это приобретение ими новых знаний, умений и навыков, необходимых для эффективного выполнения их должностных обязанностей [2].

Основным законом, регулирующим деятельность государственных гражданских служащих, в котором также закрепляются положения об их профессиональном развитии, является Федеральный закон №79-ФЗ от 27 июля 2004 года «О государственной гражданской службе Российской Федерации».

В п. 4 части 1 статьи 4 данного Федерального закона закреплен принцип профессионализма и компетентности государственных гражданских служащих как один из основных принципов государственной службы. Необходимо разобраться с двумя этими понятиями.

Профессионализм – это соответствие работника требованиям среды, в которой он работает, должности, а также требованиям работодателя. Под профессионализмом государственных служащих понимаются глубокие и всесторонние знания, умения, владение практическими навыками в сфере государственного управления [3].

Компетентность – это наличие знаний в области государственного управления, позволяющих работнику судить о чем-либо с учетом разных точек зрения [Шамахов]. Под ней понимается глубокое знание своего дела, сущности выполняемой работы, специальные знания и умения, позволяющие глубоко разбираться в той или иной проблеме. В контексте компетентности и профессионализма государственных служащих постоянно упоминались такие понятия, как знания, умения и навыки. Необходимо понять, что под ними подразумевается.

Под профессиональными знаниями государственных служащих понимается полная и приведенная в систему совокупность знаний в области государства и права, в области управления, социологии, экономики, политологии, психологии, теории и практики реализации полномочий органов государственной власти. Также вместе с базовыми знаниями крайне важно, чтобы государственные служащие четко знали свои задачи, функции, права и обязанности по занимаемой должности, способы и средства их исполнения.

Под умениями государственных служащих понимаются их профессиональные знания, выраженные в решении определенных служебных задач в соответствии с той должностью, которую они занимают.

Под навыками государственных служащих понимаются умения, осуществляемые ими в процессе служебной деятельность в рабочее время для решения задач, которые свойственны данной должности. Такие навыки появляются при

выполнении типичных задач на своем рабочем месте. В процессе многократного выполнения государственный служащий осуществляет эти задачи автоматически, не задумываясь, и приобретает определенный навык. Это позволяет сэкономить рабочее время, свести до минимума ошибки и просчеты [4].

Вместе профессиональные знания, умения и навыки являются показателями профессионализма и компетентности государственного гражданского служащего.

В соответствии с ч. 1 ст. 60 Федерального закона № 79 «О государственной гражданской службе РФ» выделяются следующие принципы формирования кадрового состава гражданской службы:

1. назначение на должность гражданской службы гражданских служащих с учетом их заслуг в профессиональной служебной деятельности и деловых качеств;
2. совершенствование мастерства гражданских служащих.

Также в этой же статье 60 части 2 указываются приоритетные направления формирования кадрового состава гражданской службы, касающиеся профессионального развития:

1. профессиональная подготовка, переподготовка, повышение квалификации и стажировка государственных служащих в соответствии с программами профессионального развития государственных служащих;
2. ротация гражданских служащих;
3. содействие должностному росту государственных служащих;
4. применение современных кадровых технологий при поступлении на государственную службу и ее прохождении.

Данные принципы и направления реализуются п. 11, части 1, ст. 14, закрепляющей право государственного гражданского служащего на профессиональную переподготовку, повышение квалификации и стажировку. Также в п. 6 части 1 статьи 15 закрепляется обязанность государственных служащих поддерживать уровень квалификации, необходимый для надлежащего исполнения должностных обязанностей. Это показывает, что профессиональное развитие является как правом, гарантированным государством, так и обязанностью государственного служащего.

В существующей системе государственной службы профессиональное развитие тесно связано с продвижением по службе, уровнем денежного содержания, применением мер поощрения, присвоением классных чинов, оценкой качества службы и т.д.

Человек, избравший государственную службу своей профессией, должен непрерывно повышать теоретический уровень своих знаний и практические навыки на протяжении всей служебной карьеры, независимо от занимаемой им должности государственной службы. И поэтому профессиональная переподготовка и повышение квалификации являются неотъемлемой частью системы прохождения государственной гражданской службы.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Федеральный закон № 79-ФЗ от 27 июля 2004 «О государственной гражданской службе Российской Федерации» (основные ст. 60-63);

2. Кудаев П.П. Управленческие технологии профессионального развития государственных гражданских служащих / П.П. Кудаев // Молодой ученый. – 2003. – № 12. – С. 663–667;

3. Шамахов В.А. Профессионализм и компетентность государственных служащих / В.А. Шамахов // Государственная служба: Вестник Координационного совета. – 2011. – № 2. – С. 4–9;

4. Постановление Правительства РФ № 363 от 6 мая 2008 года «Об утверждении государственных требований к профессиональной переподготовке, повышению квалификации и стажировке государственных гражданских служащих Российской Федерации».

СПЕЦИФИКА КОМАНДНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ СПО

Фокина А.О.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

1. Командная работа является более эффективной, чем работа в одиночку;
2. Единая цель для всех членов команды, параллельно с этим каждый должен уметь мыслить самостоятельно;
3. Ответственность несет не один человек, а весь коллектив
4. Командная работа – это один из видов делегирования полномочий. Права и обязанности у всех членов команды - одинаковые.
5. Для того, чтобы добиться успеха работы в команде, необходимы следующие условия:

- Четко поставленная единая цель для всей команды;
- Грамотно подобранные специалисты;
- Наличие четкого плана работы для каждого члена команды;
- Способность участников команды к сотрудничеству.

6. Ошибки при работе в команде:

- Не высказывают своего мнения;
- Не стремятся достичь общей цели;
- Не поддерживают усилия и старания команды;
- Не вносят свой вклад в общее дело;

7. Основа любой команды – это люди. С одной стороны, они должны обладать довольно-таки обширными дополнительными знаниями и навыками, с другой – легкообучаемыми.

8. Руководство командой.

Грамотный руководитель должен донести до всех членов команды общую цель, предоставить план работы каждого студента и на протяжении всей работы мотивировать на достижение общего интереса.

9. Преимущества работы в команде:

- каждый отдельный студент не имеет права выходить за рамки своих должностных обязанностей;
- при принятии решения в команде учитываются мнения всех ее членов;
- работа командой позволяет выявлять все недочеты;
- работа в команде воспитывает в студенте терпимость, лояльность по отношению к коллегам, уважение чужого мнения, корректное поведение, преодоление эгоизма.

10. Принципы работы в команде:

- команда всегда принимает решения сообща;
- все члены команды равнозначны, их мнение, права и обязанности одинаковы;
- приобретение нового опыта, лучших качеств, реализация себя, конструктивное восприятие критики, сдерживание личных амбиций.

11. Недостатки:

Большое количество времени уходит на знакомство, формирование команды, дискуссии, возможность пассивного присутствия.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Полушкина Т.М. Социология управление / Т.М. Полушкина, Е.Г. Коваленко, О.Ю. Якимова // Научная электронная библиотека. – М.: Академия естествознания,2013г,Ч.6.1 URL:http://www.monographies.ru/ru/book/section?id=6856

2. Авдеев В. В. :Управление персоналом. Оптимизация командной работы: Реинжиниринговая технология: Учебное пособие / В.В. Авдеев. – М.: ФиС, 2006.

3. Чанько А. Д. : Команды в современных организациях: учебник / А.Д. Чанько Высшая школа менеджмента СПбГУ. – СПб.: Изд-во «Высшая школа менеджмента», 2011.

4. Коэн Д.: Стартап в Сети: Мастер-классы успешных предпринимателей [Электронный ресурс] / Дэвид Коэн, Брэд Фелд ; Пер. с англ. — М.: Альпина Паблишер, 2014. — 338 с. - ISBN 978-5-9614-1541-4 - Режим доступа: http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=520443

МЕТОДЫ СТИМУЛИРОВАНИЯ ТРУДА ПЕРСОНАЛА ОРГАНИЗАЦИИ

Фокина Н.А.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Актуальность проблемы управления персоналом обусловлена значимостью уровня производительности труда на предприятии. Персонал организации является важнейшей частью компании. Правильно подобранные сотрудники и дальнейшая их мотивация играют огромную роль в жизни любой фирмы.

Для того чтобы добиться хороших успехов в работе и не подвести организацию, в которой трудишься. Работник должен иметь личную заинтересованность. Вызвать желание к труду можно либо мотивацией, либо стимулированием. Несмотря на то что понятия очень близки и часто употребляются нами как синонимы, они имеют целый ряд отличий между собой. Суть разницы поможет руководителям и лидерам более результативно справляться с поставленными задачами. Рассмотрим эти два понятия:

Мотивация – это осознанное человеком побуждение к активности, целенаправленному действию, решению поставленных задач. Стремление является внутренним и проявляется только тогда, когда оно до конца понято субъектом. В основе мотивации лежит определённая потребность (физиологическая, духовная, ценностная), после удовлетворения которой импульс к действию существенно снижается.

Стимулирование – это мера внешней поддержки, благодаря которой осуществляется воздействие на активность человека. Главная задача такого процесса – ускорение управленческих процессов, склонение субъекта к совершению ожидаемого действия, изменение поведения. Стимулирование может быть как позитивным (вознаграждение), так и негативным (угроза применения санкций).

Таким образом, можно сделать вывод, что мотивация свойственна конкретной личности и является внутренне осознанным побуждением к действию,

в то время как стимулирование – воздействие внешнее. Стимулирование – простая форма воздействия на человека.

Существуют две формы стимулирования труда: материальная и нематериальная. Материальная форма стимулирования труда в свою очередь бывает в денежной и неденежной форме.

Материально-денежное стимулирование – это поощрение работников денежными выплатами по результатам трудовой деятельности. Применение таких стимулов, как материально-денежных, позволяет регулировать поведение работников на основе использования различных денежных выплат. Заработная плата является основной частью дохода работника. Заработная плата не имеет целостной структуры. Чаще всего она состоит из нескольких частей (например, оклад + премия). На этом также стоит заострить внимание, т.к. изменения процентных соотношений составляющих заработной платы так же приводит к изменению производительности труда.

К основным методам материально - неденежной формы относят те блага, которые работник затрудняется приобрести сам по каким-либо причинам. Чаще всего материально-неденежная форма стимулирования труда оказывает влияние не только на результаты трудовой деятельности, но и на социальную активность сотрудника. Кроме содержательной ценности, такие формы стимулирования труда имеют морально-престижную сторону. Материально-неденежные блага выделяют поощряемого работника и привлекают внимание со стороны остальных сотрудников. Такие методы очень часто подвергаются обсуждению в коллективе, становятся предметом оценки.

Материально-неденежные блага очень универсальны. Они имеют две стороны, и обе положительные. Во-первых, эти блага измеряются в деньгах, во-вторых, они материальны и визуализированы.

Материально-неденежная форма может быть представлена в таких видах, как например: Пользование социальными учреждениями организации; пользование домами отдыха, детскими оздоровительными лагерями по льготным путевкам; улучшение социальных условий труда; повышение гибкости графика работы; введение сокращенной рабочей недели или дня; проведение корпоративных мероприятий и т.д.

Далеко не всегда материальные методы являются ключевыми в стимулировании персонала. Большое влияние оказывает моральное стимулирование персонала. Например, возможность карьерного роста, похвала, сильный и понимающий руководящий состав компании, соблюдение Трудового кодекса РФ, благоприятный психологический климат и т.д. Важно учесть, что, выбирая ме-

тод нематериальной стимуляции персонала, что все работники индивидуальны, и что для одного – хорошо, на другого может повлиять в обратном действии. Поэтому при выборе метода нематериального стимулирования труда очень важно правильно оценить многие факторы, такие как, например, темперамент характера, амбициозность, коммуникабельность, трудолюбие и многие другие личностные качества человека. Такие методы при грамотном и структурированном подходе оказывают большое влияние на персонал.

Построить грамотную систему стимулирования труда в организации довольно сложная задача, но при соблюдении всех нюансов предприятия и четко проанализировав весь состав персонала компании это сделать все же реально. Важно использовать все вышеперечисленные методы в совокупности, и тогда рост производительности труда на предприятии будет повышаться.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Абрамова С. В. Мотивация и стимулирование труда персонала / Проблемы современной экономики: материалы II междунар. науч. конф. (г. Челябинск, октябрь 2012 г.) / С.В. Абрамова. – Челябинск: Два комсомольца, 2012. – С. 149–153.

2. Базарова Т.Ю. Управление персоналом: Учебник / Т.Ю. Базарова. – 2-е изд. – М.: ЮНИТИ, 2014. – 491 с.

3. Ильин Е. П. Мотивация и мотивы Е.П. Ильин. – Питер - Москва, 2011. – 310 с.

4. Коноваленко В. А. Управление персоналом - креативный менеджмент. В помощь руководителю / В.А. Коноваленко, М.Ю. Коноваленко. – М.: Дашков , 2012. – 224 с.

УСПЕШНОСТЬ ВЫПУСКНИКА НА РЫНКЕ ТРУДА: ВОЗМОЖНОСТИ И МЕТОДЫ ЕЕ ИЗМЕРЕНИЯ

Фролова Е.В.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

В настоящее время большой интерес ученых вызывает проблема функциональности и эффективности высшего образования. Ее изучением занимаются такие ученые, как С.Ю. Рощин, В.Н. Рудаков [1], Ю.Н. Касымова, С.В. Рачек [2], И.А. Денисова, М.А. Карцева [3], Е.М. Авраамова, Ю.Б. Верпаховская [4] и др., а также ряд зарубежных исследователей.

Актуальность данной проблемы трудно преуменьшить, так как оценка функциональности и отдачи от высшего образования позволяет сформировать

оптимальную модель взаимодействия рынка образовательных услуг и рынка труда, что поможет повысить эффективность образования в целом.

Данная проблема тесно связана с оценкой качества образовательных услуг в вузе. Для измерения качества вуза учеными используются три вида показателей [1, с. 4-5]:

- показатели качества образовательных услуг в вузе «на входе» - такие как средний балл ЕГЭ абитуриентов, поступивших в вуз, конкурс по определенным специальностям и т.п.;
- показатели качества образовательных услуг в вузе в процессе обучения – к ним можно отнести уровень развиваемых компетенций, соответствие учебных планов требованиям профессии и т.п.;
- показатели качества образовательных услуг в вузе «на выходе» - такие как зарплаты выпускников, их трудоустроенность, соответствие должностей, занимаемых выпускниками, их специализации и т.п.

При этом показатели эффективности вуза «на выходе» являются наиболее интересными с точки зрения взаимодействия с рынком труда, так как именно выпускники несут в себе продукт образовательной деятельности вуза.

Целью данной работы является составление и анализ интегрального показателя успешности выпускника вуза на рынке труда.

Данный показатель (назовем его – КУ – коэффициент успешности) должен включать в себя две основных группы показателей.

Одна из них связана с успешностью выпускника в получении образования, когда он только вступает на рынок труда и, возможно, еще не имеет работы.

В эту группу подпоказателей целесообразно включить такие показатели, как (разработано на основе модели из работы [2]):

1) наличие оконченного высшего образования (одного, двух) на уровне бакалавриата/специалитета
2) наличие степени магистра в данной сфере
3) участие в конференциях
4) владение иностранными языками, наличие сертификатов по иностранным языкам;
5) уровни развития основных профессиональных компетенций, развиваемых при обучении в вузе;
6) наличие опыта работы при обучении в вузе (по специальности/не по специальности);
7) наличие стажировок при обучении в вузе;
8) успешность прохождения производственной и преддипломной

практики.

Вторая группа показателей КУ связана с успешностью выпускника в начале его карьеры на рынке труда (по истечении полугода, года, трех лет после выпуска из вуза).

В данную группу включаются такие показатели, как:

1) средний уровень заработной платы выпускника (в сравнении со средним по отрасли);

2) уровень востребованности полученных выпускником в вузе профессиональных компетенций;

3) уровень востребованности знания выпускником иностранного языка и сертификатов по нему;

4) степень соответствия его образования требованиям полученной должности (недообразован, переобразован, образован в соответствии с требованиями должности);

5) степень удовлетворенности выпускника работой и занимаемой должностью;

6) степень удовлетворенности выпускника зарплатой.

Таким образом, интегральный показатель КУ может быть получен как взвешенная сумма 8 показателей из первой группы и 6 показателей из второй группы.

Здесь следует сказать, что показатели из первой группы могут обусловливать, в какой-то мере, рост показателей из второй группы, однако показатели из второй группы являются более важными.

Соответственно, основными задачами разработки модели являются:

1) нахождение оптимальных методов измерения показателей из первой и второй группы;

2) оценка корреляции показателей из первой группы с показателями из второй группы;

3) оценка весов показателей из первой и второй групп для конструирования интегрального показателя;

4) апробация полученных весов на эмпирических данных.

С целью обеспечения измеримости показателей автором предложены следующие методы измерения. Целью измерения является присвоение показателям численной величины, таким образом целесообразность методов определяется корректностью и простотой перевода показателя в численное значение.

1 группа:

1) наличие оконченного высшего образования (одного, двух) на уровне бакалавриата – целесообразно измерять пропорционально количеству лет фактически полученного образования 4 – в случае бакалавриата, 4+3 – в случае получения второго высшего;

2) наличие степени магистра в данной сфере – также рассчитывается исходя из количества лет, т.е. 0 – при отсутствии и 2 – при наличии степени магистра;

3) участие в конференциях – влияние этого показателя на успешность выпускника на рынке труда вызывает сомнения, поэтому целесообразно измерять его бинарной переменной 1-0;

4) владение иностранными языками, наличие сертификатов по иностранным языкам – 1 за каждый язык на уровне свободного профессионального владения;

5) уровни развития основных профессиональных компетенций, развиваемых при обучении в вузе – способом измерения этого показателя может служить количество часов тех предметов, в УПК которых предполагается развитие данной компетенции, данные могут быть взяты из учебных программ;

6) наличие опыта работы при обучении в вузе (по специальности/не по специальности) – количество лет опыта по специальности или количество лет с понижающим коэффициентом опыта не по специальности;

7) наличие стажировок при обучении в вузе – количество лет стажировок, связанных с будущей специальностью;

8) успешность прохождения производственной и преддипломной практики – количество часов практики с понижающим коэффициентом в случае получения оценки хорошо, удовлетворительно или неуд.

2 группа:

1) средний уровень заработной платы выпускника (в сравнении со средним по отрасли) – измеряется как соотношение среднемесячной зарплаты выпускника за период (полгода, год, три года) и среднемесячной зарплаты в среднем по отрасли;

2) уровень востребованности полученных выпускником в вузе профессиональных компетенций – измеряется на основе опроса выпускника и работодателя в виде бинарной переменной для каждой профессиональной компетенции;

3) уровень востребованности знания выпускником иностранного языка и сертификатов по нему – также измеряется в виде бинарной переменной;

4) степень соответствия его образования требованиям полученной должности (недообразован, переобразован, образован в соответствии с требованиями должности) – измеряется как количество лет образования выпускника по отношению к количеству лет требуемого образования;

5) степень удовлетворенности выпускника работой и занимаемой должностью – на основе опроса выпускника, как бинарная переменная;

6) степень удовлетворенности выпускника зарплатой – на основе опроса выпускника, как бинарная переменная.

При обнаружении сильной корреляции между показателем из первой группы и показателем из второй группы целесообразным является исключение показателя из первой группы, так как именно показатели из второй группы обладают наибольшим весом при определении успешности выпускника на рынке труда.

Данное измерение позволяет составить анкету и получить данные о выпускниках с целью их дальнейшего использования в модели. Автором составлен проект анкеты-опросника для определения значений показателей первой и второй группы.

Дальнейшее направление исследования – определение коррелированности показателей с использованием эмпирических данных и нахождение способа определения весов показателей.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Рощин С.Ю. Влияние «качества» вуза на заработную плату выпускников / С.Ю. Рощин, В.Н. Рудаков. Препринт WP15/2015/03 Серия WP15 Научные труды Лаборатории исследований рынка труда, Москва, 2015.

2. Касымова Ю.Н. Модель конкурентоспособности выпускника и система показателей ее оценки / Ю.Н. Касымова, С.В. Рачек // Дискуссия. – Екатеринбург: ООО «Издательский дом «Ажур». – 2012. – № 12(30). – С. 77– 80

3. Денисова И.А. Отдача на уровни, типы и качество образования // Заработная плата в России: эволюция и дифференциация / И.А. Денисова, М.А. Карцева; под ред. В.Е. Гимпельсона, Р.И. Капелюшникова. – М.. Гл. 7, 2007.

4. Работодатели и выпускники вузов на рынке труда: взаимные ожидания // Е.М. Авраамова, Ю.Б. Верпаховская // Социологические исследования. – 2006. – № 4. С. 37–46.

НАСТАВНИЧЕСТВО КАК СРЕДСТВО АДАПТАЦИИ МОЛОДЫХ СОТРУДНИКОВ МУНИЦИПАЛЬНЫХ УЧРЕЖДЕНИЙ

Харитонова А.В.
Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского
Арзамасский филиал

В докладе изложены преимущества наставнической деятельности для создания благоприятных условий адаптации сотрудников муниципальных учреждений.

Правильно выполненная работа отдела кадров при подборе сотрудника на новую должность в большинстве случаев играет ключевую роль в его дальнейшем эффективном выполнении своих функций в соответствии с требованиями рабочего места. И лишь потом организация проводит различные методы активного социально-психологического обучения (тренинги, ротация, повышение квалификации и т.д.) сотрудника с целью его дополнительной мотивации. Тем не менее статистика показывает, что большинство «новичков» покидают компанию в течение первых двух месяцев и принимают это решение уже с первого дня пребывания на новом рабочем месте.

Кадровая политика Муниципального бюджетного учреждения «Многофункциональный центр предоставления государственных и муниципальных услуг населению города Арзамаса» (далее – МБУ «МФЦ города Арзамаса») предусматривает тщательный подбор персонала, его мотивацию и обучение. Вместе с тем в кадровой политике учреждения обнаруживается одно упущение – это отсутствие системы наставничества. В преимущественном большинстве молодые специалисты, только что устроившиеся в муниципальное учреждение, испытывают ряд проблем: пробелы в знаниях, неуверенность в правильности выполняемых действий, недостаточное знание особенностей функционирования данного учреждения. Впоследствии плохая адаптация вызывает преждевременное увольнение молодых служащих из-за лишения возможности улучшить свои профессиональные и личностные знания, навыки, умения, способствующие более качественному исполнению своих должностных обязанностей. Таким образом, система наставничества нацелена ввести молодого сотрудника в служебный коллектив, обеспечить его профессиональное становление для успешного выполнения обязанностей.

Наставничество характеризуется тем, что наставник обязан выполнять необходимые задачи по обучению новичков, не освобождаясь от своей основ-

ной работы. Для организации действия наставничества в учреждении необходимо разработать Положение о наставничестве, в котором четко прописываются задачи, обязанности, компетенции наставников, а также указывается размер вознаграждения за качественное обучение новых сотрудников. Поскольку наставничество, прежде всего, ориентировано на успешную адаптацию и вхождение новичков в рабочий процесс, то и мотивация наставников должна быть зависима от показателей работы новичков [3].

К одному наставнику возможно прикрепление одного или нескольких новых сотрудников, с которыми он должен проводить ежедневную работу и к каждому искать индивидуальный подход. Разрабатывается индивидуальный план наставничества, который предусматривает все основные моменты адаптации, такие как:

- знакомство со всем коллективом;
- экскурсия по офису;
- введение в должность: знакомство с должностной инструкцией, основными обязанностями сотрудника;
- помощь в организации рабочего процесса;
- знакомство с распорядком дня, правилами учреждения, организационной культурой;
- обеспечение сотрудника всем необходимым для работы;
- советы по решению спорных вопросов.

Наставник обязан не только помогать новичку в решении профессиональных вопросов, но также выполнять функции воспитателя, формируя в своих подопечных необходимые компании личностные и профессиональные качества.

Наставничество может применяться не только для адаптации новых сотрудников, но также при переходе одного сотрудника на другую должность. Данный метод обучения применяется для обучения абсолютно разных категорий работников: от рабочего персонала до руководящих должностей.

В самом начале обучения наставник должен иметь представление о том, какими навыками должен обладать его подопечный к концу обучения. Наставничество обязано быть прозрачным: новичок должен четко понимать цели, которые ставятся перед ним, должен всегда иметь возможность получить обратную связь по интересующим его вопросам [1].

Успех адаптации новичков по методу наставничества в первую очередь зависит от личности наставника, его компетенций, знаний, опыта, навыков,

нацеленности на результат, способности поддерживать и мотивировать своего подопечного. Чем лучше наставник справится со своей работой в первые месяцы адаптации сотрудника, тем лучше будут показатели самого сотрудника в дальнейшем и показатели организации в целом.

Наставник обязан помочь новичкам понять свои рабочие обязанности, стандарты в работе, донести до них критерии, по которым будет оцениваться выполняемая ими работа.

К сожалению, во многих организациях система наставничества если и практикуется, то не разработана должным образом, и сам процесс наставничества является либо номинальным, либо пускается на самотек и не контролируется руководством.

Со стороны подопечного наставничество можно рассматривать как возможность лично наблюдать за выполнением работ и обязанностей на практике.

Система наставничества имеет ряд плюсов.

1. Младший персонал получает дополнительную поддержку, а именно, возможность обратиться с вопросами и просьбами к своему наставнику, не тревожа при этом начальство.

2. Руководство компании освобождено от необходимости дополнительно осуществлять контроль за новыми сотрудниками. Ему достаточно спрашивать регулярные отчеты с наставников.

3. Наставничество развивает ряд профессиональных и личностных качеств у самих наставников, которые в дальнейшем пригодятся им в работе и в жизни.

4. Наставничество позволяет выявить наиболее выдающихся и компетентных сотрудников, которые в перспективе при должном поощрении и продвижении смогут принести ощутимую пользу всей компании.

5. Наставничество учитывает особенности каждого сотрудника при обучении, поскольку подразумевает индивидуальный подход. Это гарантирует лучшее усвоение материала новичками.

6. Наставник может влиять на формирование не только профессиональных, но и личных качеств сотрудников, желательных для организации, поскольку выступает еще и в роли его воспитателя.

7. Наставничество предоставляет обратную связь, что позволяет устранить недопонимание со стороны новичков и обеспечить более тщательное выполнение работы.

Однако наставничество как метод адаптации новых сотрудников имеет и ряд минусов:

1. Большие временные и ресурсные затраты. Подготовка новых сотрудников может отнимать много времени и сил у наставников и наносить вред его основным обязанностям.

2. Ограничение в должном внимании новичков со стороны наставника. В силу своей занятости наставник может не успевать охватить всех своих подопечных и качественно выполнить свои обязанности.

3. Отсутствие объективности. Иногда, наставник может переносить на новичков свои личные ожидание и стереотипы, никак не связанные со стандартами работы в компании. Новичок же будет воспринимать их за истину, заранее формируя неверный шаблон поведения.

4. Несовместимость характеров. Иногда наставник и новичок могут не совпадать по темпераменту, взглядам на жизнь и на рабочий процесс. И если наставник не абстрагируется от субъективного отношения, процесс адаптации может не сложиться.

5. Выполнение работы со стороны наставника для галочки. Такие моменты возникают, когда наставник недостаточно замотивирован в данном процессе. Чтобы избегать подобных ошибок, руководство компании должно заранее обговаривать с наставником систему вознаграждения и подстраивать ее под него в случае его несогласия. Наставники не должны считать, что выполняют работу сверх нормы. Наоборот, наставники и руководство должны проповедовать одну цель: обучить и подготовить новых профессионалов на благо организации.

6. Формальный подход к наставничеству со стороны руководства. При отсутствии четкого понимания необходимости данного процесса наставничество теряет смысл и становится формальным.

7. Отсутствие четкой структуры системы наставничества. Система наставничества должна быть прозрачной не только для новичков, но и для самих наставников. Они должны заранее знать все условия. Для этого создаются положения о наставничестве, разрабатываются документы, регламентирующие данный процесс. В некоторых организациях прописываются должностные инструкции, подробно объясняющие должностные обязанности каждого наставника [2].

Далее в статье указывается на необходимость внедрения системы наставничества в механизмы кадровой политики, описывается алгоритм построения процесса наставничества в МБУ «МФЦ города Арзамаса».

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

5. Емельянов Ю.Н. Активное социально-психологическое обучние/ Ю.Н. Емельянов. – Ленинград: Изд- во ЛГУ, 1985. – 167 с.

6. Кабаченко Т.С. Психология в управлении человеческими ресурсами/ Т.С. Кабаченко. – СПб.: Питер, 2003. – 400 с.

7. Шекшия С.В. Управление персоналом современной организации. Учебно-практическое пособие. – М.: ЗАО «Бизнес-школа «Интел-Синтез», 2002. – 368 с.

ПУТИ РАЗВИТИЯ МОТИВАЦИИ СТУДЕНТОВ К ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Чухманова М.В.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

В сегодняшних экономических условиях в России остается актуальной проблема малого и среднего бизнеса. Но именно данному направлению в экономике принадлежит ведущая роль, с его помощью произойдет улучшение благосостояния населения, увеличение среднего класса и улучшение качества продукции и предоставляемых услуг.

Для развития предпринимательства необходимо привлекать молодежь, так как это самая динамичная часть общества, которая носит в себе большой потенциал и обладает способностью к предпринимательской деятельности. Молодежное предпринимательство – очень сложный объект и требует к себе особого внимания со стороны органов власти, занимающихся вопросами молодежной политики.

К сожалению, молодые предприниматели при создании собственного бизнеса в Российской Федерации сталкиваются с огромными трудностями. В начале пути предпринимателей ожидают большие трудности, которые связаны с расходами, ответственностью и конкуренцией.

2009 год был объявлен, согласно приказу Президента, «Годом молодежи», однако по статистическим данным, после 2009 года по Нижегородской области численность занятых в сфере индивидуального предпринимательства существенно сократилась. (табл. 1).

Таблица 1 – Численность занятых в сфере индивидуальной предпринимательской деятельности Нижегородской области (тыс.чел) [1]

Регион	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Нижегородская обл.	138,4	123,9	93,9	91,8	62,3	91,6

С чем же связаны проблемы развития молодежного предпринимательства? Анализ состояния развития молодежного предпринимательства в Российской Федерации показал, что основными проблемами этой сферы являются:

- отток молодежи;
- несовершенная федеральная законодательная база, которая не в полной мере регулирует предпринимательство среди молодежи;
- неразвитость системы государственной поддержки молодых людей, занимающихся предпринимательством;
- неэффективность инфраструктуры поддержки молодежного предпринимательства;
- неразвитая информационная поддержка молодежного предпринимательства и многое другое [3].

Несмотря на то, что в Нижегородской области действуют несколько программ и мероприятий, преследующих цель активизировать предпринимательскую деятельность, имеются проблемы, которые тормозят ее развитие. Для выхода из сложившейся ситуации необходимы продуктивные и правильные действия как со стороны органов государственной власти, и так и со стороны самих молодых предпринимателей. Решение появившихся проблем будет способствовать становлению благоприятного предпринимательского климата в России и достижению приоритетных целей государства, ориентированных на экономический рост страны.

Стоит отметить, что основной контингент молодежи сконцентрирован в высшем учебном заведении. Студент – это человек, который стоит на пороге взрослой жизни и его намерения к самоутверждению могут раскрыться путем начала своего собственного дела. На наш взгляд, одной из проблем развития молодежного предпринимательства мотивированность людей начать что-то новое.

Мотивацию связывают с потребностями и мотивами, мировоззрениями человека и особенностями его представления о себе, личностными особенностями и функциональными состояниями, с переживаниями, знаниями о среде и прогнозом ее изменения, с ожидаемыми последствиями и оценками других людей [2].

Чтобы мотивировать студентов на начало своего собственного дела, необходимо создать в сознании учащихся положительный образ предпринимателя, что в большей степени обусловливается заинтересованностью учебного заведения в будущем развитии своих выпускников. Стоит сказать, что руководство вуза заинтересовано в развитии своих выпускников, что может вылиться

не только в моральное и эмоциональное удовлетворение, но и в увеличение рейтинга вуза, повышение его конкурентоспособности, а также спонсоров и работодателей для будущих студентов. Неосведомленность о ведении своего бизнеса и возможностей его развития раскрывает проблемы развития предпринимательской активности и отсутствия денежных средств.

Чтобы решить проблему мотивации студентов для занятия предпринимательской деятельностью нужно взаимодействовать с общественными организациями, государственными органами. Также не исключена роль бизнес-инкубатора, так как важной его задачей является создание перспективно работающих хозяйственных объектов либо перестроение действующие с тем, чтобы, после программ оздоровления, она возобновили свою финансовою устойчивость и организационную самостоятельность.

Также большую роль в решении указанных вопросов играет объединение предпринимательской, учебной и творческой деятельности. Модель проведения такой работы наиболее оптимальна и может постепенно внедряться в образовательный процесс.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Территориальный орган Федеральной службы государственной статистика по Нижегородской области - http://nizhstat.gks.ru/
2. Стратегия развития молодежи Российской Федерации на период до 2025 года [Электронный ресурс]: СПС Консультант- Плюс: Законодательство: Версия Проф. – Режим доступа: http://www.consultant.ru/ 01.08.2015
3. Иванников В.А. Формирование побуждения к действию / В.А. Иванникова // Вопросы психологии. – 1985. – № 3. – С. 113–123.

СИСТЕМНЫЙ ПОДХОД КАК ЭФФЕКТИВНЫЙ МЕТОД ОБУЧЕНИЯ ПЕРСОНАЛА

Шкляева Я.И.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Актуальность проблемы обучения персонала обусловлена следующими факторами: изначально неправильно поставленная цель обучения персонала, недостаточная заинтересованность обучаемого, неверный выбор форм и методов обучения.

При реализации стратегии управления персоналом большинство крупных компаний делает акцент на таком инструменте кадровой политики, как обуче-

ние персонала, ведь оно «способствует удержанию персонала, снижает уровень текучести кадров, позволяя любому предприятию не только выжить в рыночных условиях, но и достигнуть конкурентного преимущества, удержать и улучшить свои позиции на рынке, обеспечить рост и накопление человеческого капитала и увеличить его производительность» [1, с. 171].

В свою очередь эффективность обучения напрямую зависит от способности руководителей заинтересовать и мотивировать сотрудников, а также выбрать рациональные формы и методы обучения, подходящие под специфику деятельности организации.

«В условиях рыночной конкуренции и постоянно совершенствующихся технологий, система обучения сотрудников должна быстро реагировать на изменения потребностей производства в рабочей силе и адаптироваться к ситуации на рынке труда. Отсюда вытекает требование к гибкости системы обучения персонала, к ее способности быстро менять содержание, методы, организационные формы в соответствии с данными условиями, чтобы избежать излишних издержек и повысить эффективность трудовой деятельности» [2, с. 192].

У каждого из методов обучения есть определенные преимущества и недостатки. Традиционные методы способствуют приобретению базовых знаний, необходимых при применении должностных обязанностей. Активные методы развивают коммуникативные навыки, творческий потенциал, образное мышление и инициативность. Методы профессионального обучения ускоряют адаптацию новичка. Идеального метода, который отвечал бы всем требованиям современной организации, не существует, поэтому необходимо интегрировать самые оптимальные из них и адаптировать под специфику деятельности своей организации.

При таком раскладе целесообразно применять системный подход - это использование всех методов в комплексе. Он наиболее эффективен при разработке плана обучения, так как все перечисленные методы будут дополнять друг друга и обучение будет проходить циклично на протяжении всего периода работы сотрудника в организации.

При системном подходе следует обратить внимание на уровень квалификации обучающегося, его стаж работы, сферу деятельности и другие факторы. Так, например, для работников производственной сферы стоит сделать акцент на практической деятельности и развитии прикладных навыков, для офисных сотрудников – на творческий потенциал, образное мышление и инициативность, для работников в сфере торговли – на коммуникативные навыки.

На первом этапе при системном подходе применяются методы професси-

онального обучения на рабочем месте, направленные на адаптацию вновь прибывших сотрудников, такие как производственный инструктаж, демонстрация, наставничество или кураторство:

- производственный инструктаж заключается в ознакомлении работника с условиями труда, нормами, правилами и распорядками на новом рабочем месте;
- наставничество основано на профессиональной подготовке новых сотрудников квалифицированными специалистами;
- при демонстрации преподаватель на своем примере показывает и объясняет специфику работы, затем обучающийся повторяет данные действия;
- кураторство – форма контроля со стороны квалифицированных специалистов за деятельностью подопечного.

На втором этапе используются традиционные и активные методы обучения в зависимости от сферы деятельности обучающегося, направленные на повышение квалификации, они могут проводиться как на рабочем месте, так и с отрывом от производства. Так, лекции и семинары проходят в совокупности с тренингами, деловыми играми, поведенческим моделированием и разбором практических ситуаций «case-study».

- лекции – устное последовательное изложение материала по рассматриваемому вопросу;
- семинары – форма учебно-практических занятий, при которой происходит совместное обсуждение проблем, поиск путей их решения;
- тренинги направлены на развитие практических навыков и социальных установок, а также компетентности межличностного и профессионального поведения путем моделирования определенных ситуаций;
- деловые игры используются для отработки организационных и управленческих процессов, основаны на решении конкретных практических ситуаций, связанных с профессиональной деятельностью;
- поведенческое моделирование – обучение навыкам межличностного общения, основанное на формировании идеализированной модели поведения, являющейся примером для подражания.
- разбор практических ситуаций «case-study» основан на ситуационном анализе (исследование реальных ситуаций), направлен на решение проблем и принятие последующих управленческих решений.

На третьем этапе необходимо произвести контроль полученных знаний в форме тестирования или устного опроса по проведенным ранее занятиям, произвести работу над ошибками и закрепить полученные результаты на практике.

Все этапы должны быть последовательны и цикличны, выбор форм должен соответствовать сфере деятельности организации и целям обучения сотрудников, только тогда системный подход в обучении будет эффективен и целесообразен.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Борщева Ю.А. Инвестиции в обучение персонала в структуре человеческого капитала: теоретический аспект / Ю.А. Борщева // Вестник ПАГС. – 2011. – № 28. – С. 166–171.

2. Шкляева Я.И. Обучение персонала: сравнительный анализ форм и методов, обоснование их эффективности // Наука и современность: сборник статей Международной научно-практической конференции (28 апреля 2016 г, г. Сызрань). В 3ч. Ч.1. – Уфа: МЦИИ ОМЕГА САЙНС, 2016. – С. 185–193.

3. Егоршин А.П. Управление персоналом: учебник для вузов. – 6-е изд. доп. и перераб./ А.П. Егоршин. – Н. Новгород: НИМБ, 2007. – 1100 с.

4. Кибанов А.Я. Основы управления персоналом: учебник/ А.Я. Кибанов. – 2-е изд. перераб. и доп. – М.: ИНФРА-М, 2008. – 447 с.

Секция 7. УЧЕТНО-АНАЛИТИЧЕСКОЕ И КОНТРОЛЬНО-РЕВИЗИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

ПОРЯДОК ОФОРМЛЕНИЯ СЧЕТОВ-ФАКТУР В РАСЧЕТАХ С ПОСТАВЩИКАМИ

Аверина А.А.
Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Расчеты с поставщиками являются одной из актуальных тем в настоящее время. Это связано с тем, что постоянно совершающийся кругооборот хозяйственных средств вызывает непрерывное возобновление многообразных расчётов. Одним из наиболее часто встречающихся видов расчетов в деятельности организаций различных сфер и форм собственности как раз и являются расчеты с поставщиками за товарно-материальные ценности, поэтому данная тема является актуальной.

Целью статьи является изучить порядок оформления счетов-фактур в расчетах с поставщиками. Для начала мы рассмотрим, кто же такие поставщики.

К поставщикам относятся организации, поставляющие различные товарно-материальные ценности (готовую продукцию, товары, сырье), оказывающие услуги (посреднические, арендные, коммунальные) и выполняющие разные работы (строительные, ремонтные и др.) [2, с. 109].

В соответствии с условиями заключенного между организациями договора расчеты с поставщиками осуществляются после отгрузки ими товаров, выполнения работ или оказания услуг либо в любой другой момент времени. Также нужно помнить, что расчетные документы поставщиков содержат отдельную строку, по которой выделяется сумма налога на добавленную стоимость, исчисленная по ставкам 10 или 18% [2, с. 110].

Первый экземпляр счета-фактуры, составленного на бумажном носителе, выставляется покупателю, второй экземпляр остается у продавца.

Строка «Всего к оплате» заполняется для составления книги покупок, книги продаж. При внесении в счет-фактуру исправлений после составления к

нему одного или нескольких корректировочных счетов-фактур в графах 3 – 6, 8 и 9 исправленного счета-фактуры указываются показатели без учета изменений, указанных в графах 3 – 6, 8 и 9 по строке Б (после изменения) и в графах 5, 6, 8, 9 по строкам В (увеличение), Г (уменьшение) одного или нескольких корректировочных счетов-фактур, составленных к этому счету-фактуре.

Рассмотрим ошибки, которые допускают в счет-фактуре. В соответствии с п. 6 ст. 169 НК РФ документ подписывают руководитель и главный бухгалтер организации либо иные лица, уполномоченные на то приказом по организации или доверенностью от имени организации. В счет-фактуре, утвержденной Приложением № 1 к Постановлению Правительства РФ от 26 декабря 2011 г. №1137, в показателях «Руководитель организации или иное уполномоченное лицо» и « Главный бухгалтер» проставляется подпись уполномоченного лица и указываются его ФИО.

На практике часто встречаются счета-фактуры, подписанные не тем лицом. Счета-фактуры, составленные с использованием факсимильной подписи, не могут являться основанием для принятия НДС к вычету. Специалисты Минфина объясняют это тем, что при совершении сделок использовать факсимильную подпись можно только в случаях, предусмотренных законодательством (п. 2 ст. 160 ГК РФ).

Книгу продаж и покупок можно вести как в бумажном, так и в электронном виде (п. 1 Правил ведения книги покупок, п. 1 Правил ведения книги покупок и книги продаж, утв. постановлением Правительства РФ от 26.12.2011 № 1137). Способ налогоплательщик выбирает самостоятельно.

По окончании квартала до 20-го числа следующего месяца бумажные варианты книг покупок и продаж необходимо:

- подписать (это делает руководитель организации или уполномоченное им лицо, либо индивидуальный предприниматель);
- прошнуровать;
- пронумеровать страницы.

Организация также должна скрепить страницы книг печатью. С книгами продаж и покупок, составленными в электронном виде, ничего делать не требуется: их не нужно распечатывать и подписать придется только в случае отправки в налоговый орган. Хранить книги продаж и покупок – как бумажные, так и электронные – следует не менее 4 лет с даты последней записи. Такие нормы установлены п. 24 Правил ведения книги покупок и п. 22 Правил ведения книги продаж, утв. постановлением Правительства РФ от 26.12.2011 № 1137.

Таким образом, правильно оформленные счета-фактуры помогают своевременно отследить задолженности перед поставщиками, контролировать своевременный и правильный расчет, что обеспечит снижение кредиторской задолженности и повысит финансовую деятельность предприятия.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Постановление Правительства РФ от 26.12.2011 № 1137 (ред. от 29.11.2014) «О формах и правилах заполнения (ведения) документов, применяемых при расчетах по налогу на добавленную стоимость»
2. Учебник по бухгалтерскому учету (под редакцией Ю.А. Бабаева)
3. http://buhonline24.ru/nalogi/kniga-pokupok-i-prodazh/

ОТЛИЧИТЕЛЬНЫЕ ЧЕРТЫ УЧЕТНО-ИНФОРМАЦИОННОГО ПРОСТРАНСТВА ПРЕДПРИЯТИЙ СТРОИТЕЛЬСТВА

Анциферова А.И.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Актуальность исследования обусловлена тем, что информационное пространство строительного предприятия представляет собой взаимозависимые информационные массивы, которые формируются в рамках действующей системы управления потоки информации. В данном случае большое значение как одного из основообразующих сегментов информационного поля строительного предприятия, формирующим достоверную бухгалтерскую информацию, выступает учетное информационное поле [1, с. 324].

Учетно-аналитическая система в строительстве опирается на бухгалтерскую информацию, включая оперативные данные и использующиеся для экономического и финансового анализа не только статистическую, но и техническую информацию.

Учетно-аналитическая система строительного предприятия формируется на таких принципах, как гибкость (должна быть актуальна в соответствии с целями и задачами строительного предприятия, с учетом особенностей бизнес-процессов производства, своевременно трансформироваться при их изменении); динамичность (должна развиваться с учетом внедрения управленческих технологий); формирование информации происходит в соответствии с экономическим содержанием и юридической формой [2, с. 88].

Предъявляемые пользователями требования к учетно-аналитической информации в строительстве постоянно повышаются под влиянием изменений в отрасли, политики инвестирования в условиях затяжного кризиса, глобализация экономики, стремительные новшества в средствах коммуникации способствуют предпочтению собственниками актуализации информации порой даже в ущерб прозрачности и точности. В связи с этим острой проблемой становится соответствие учётной информации ожиданиям пользователей.

Учетно-аналитическое пространство строительных организаций, в отличие от торговых и промышленных, должно учитывать особенности строительного производства. Они сводятся к следующему [3, с. 20]:

Во-первых, в отличие от отрасли торговли, в строительстве производство продукции неподвижно в процессе ее создания и эксплуатации, в данном случае перемещению подлежат только кадры предприятия и непосредственно орудия труда, используемые при строительстве.

Во-вторых, процесс создания и возведения объектов строительства занимает более длительный период времени, чем в промышленности, что в свою очередь, требует более длительного привлечения в эту деятельность как профессиональных рабочих сил, так и необходимых средств производства.

В-третьих, строительство взаимозависимо со многими параллельными отраслями, предприятия – поставщики снабжают строительство сырьем, материалами и необходимым оборудованием.

Учитывая эти особенности, учетно-информационное пространство в строительной организации, должно способствовать созданию благоприятной внешней среды организации; обеспечению сохранности основных активов и обеспечивая предотвращение воровства и хищения активов, а так же нецелевого использования как оборотных средств в качестве материальных ценностей, так и внеоборотных активов в виде строительной техники; соблюдению критериев сметного нормирования, что в итоге обеспечивает высокое качество строительно-монтажных работ; актуализации основных норм строительства, обязательному соблюдению правил охраны труда и техники безопасности на объектах строительства; обеспечению достоверности и прозрачности данных бухгалтерского учета и отчетности [4, с. 89].

Таким образом, учетно-информационное пространство в строительстве имеет существенные отличительные черты в сравнении с промышленными и торговыми организациями, в первую очередь это характеризуется неподвижностью объектов строительства, долгосрочным незавершенным производством.

До сегодняшнего времени учетное информационное пространство в строительстве не изучалось, исследования теоретиков и практиков по данному направлению не проводились, хотя некоторые отдельные вопросы исследованы весьма обстоятельно. На протяжении последних пяти лет нововведения и изменения норм отечественного законодательства, направленных на сближение в соответствии с нормами международного учета, носят достаточно действенный характер, тем самым предполагая совершенно новые подходы к исследованию феномена учётного информационного пространства именно в строительной отрасли.

Определенная значимость данной проблемы усугублена тем, что именно учетное информационное пространство, которое включает в себя существенные объёмы общедоступной информации в отчетности предприятий, влияет как на принятие решений заинтересованными лицами, так и оказывает и обратное воздействие на развитие самого учета в строительстве [5, с. 325].

Следовательно, информационное учетное пространство именно в строительной отрасли должно быть главным звеном единого экономического информационного пространства, которое ориентируется на актуальные запросы пользователей информации строительного предприятия.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Учетно-отчетная информация в системе управления // Известия АГУ. – 2014. – № 2 (82). Т. 2. – С. 324–328.

2. Андреева С.В. Концепция формирования учетной системы современного предприятия: функциональный аспект / С.В. Андреева // Вектор науки ТГУ. – 2013. – № 1. – С. 87–92.

3. Баева Е.А. Компоненты учетно-информационного пространства / Социально-экономические явления и процессы / Е.А. Баева, А.В. Баев. – 2012. – № 10. – С. 16–21.

4. Кудряшова В.В. Глобализация: понятие и роль в формировании единого учетного информационного пространства / В.В. Кудряшова, В.В. Марков, Е.Б. Удачина // Известия МГТУ МАМИ. – 2013. № 4 (18). Т. 1. С. 82-91.

5. Сидорова М.И. Модели интеграции различных учетных систем в единое информационное пространство / М.П. Сидорова // Международный бухгалтерский учет. – 2013. – № 30. – С. 20–28.

ОРГАНИЗАЦИЯ УЧЕТНО-ИНФОРМАЦИОННОГО ПРОСТРАНСТВА ВЫПОЛНЕНИЯ СТРОИТЕЛЬНО-МОНТАЖНЫХ РАБОТ В СТРОИТЕЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

Анциферова А.И.
Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Актуальность исследования обусловлена тем, что хозяйствующие субъекты строительной отрасли, осуществляя экономическую деятельность, публикуют информацию не только о своей деятельности, но и о своем имуществе, и о своих результатах. Тем самым они формируют определенную область экономического пространства, которую можно определить, как информационное поле (пространство) [1, с. 16].

Информационное пространство строительного предприятия представляет собой взаимодействующие информационные массивы и формируемые существующей организационной структурой управления потоки информации. В свою очередь, одним из сегментов информационного поля, генерирующих бухгалтерскую информацию, является учетное информационное поле.

Учетное информационное пространство на предприятиях строительной отрасли призвано выполнять следующие функции [2, с. 82]:

- информационная поддержка внутренних и внешних пользователей в процессе принятия решений;
- гармонизация процесса управления предприятием и строительно-монтажными работами;
- оптимизация управления строительно-монтажными работами предприятия;
- создание условий для эффективного функционирования предприятия на рынке строительства.

Таким образом, учет можно представить как информационную систему строительного предприятия, в которой непрерывно отражаются все факты хозяйственной деятельности. При этом она состоит из трех компонентов: управленческий, финансовый и налоговый учет.

Стоит отметить, что на законодательном уровне бухгалтерский учет определяется как информационная система, функционирование которой в соответствии с определенными правилами обеспечивает информацией различные категории пользователей в необходимом для них аспекте [3, с.].

Учетно-аналитическая система в строительстве опирается на бухгалтерскую информацию, включая оперативные данные и использующиеся для экономического анализа статистическую, техническую, социальную и другие виды информации.

Учетно-аналитическая система строительного предприятия формируется на таких принципах, как гибкость (должна соответствовать целям и задачам организации, учитывая особенности бизнес-процессов, своевременно трансформироваться при их корректировке); динамичность (должна развиваться с учетом внедрения управленческих технологий); формирование информации происходит в соответствии с экономическим содержанием и юридической формой [4, с. 88].

Предъявляемые пользователями требования к учетно-аналитической информации в строительстве постоянно повышаются под влиянием изменений в отрасли строительства, политики инвестирования в условиях затяжного кризиса, глобализации экономики. Стремительные новшества в средствах коммуникации способствуют предпочтению собственниками актуализации информации порой даже в ущерб прозрачности и точности. В связи с чем острой проблемой становится соответствие учётной информации ожиданиям пользователей.

Определенная значимость данной проблемы усугублена тем, что именно учетное информационное пространство, которое включает в себя существенные объёмы общедоступной информации в отчетности предприятий, влияет как на принятие решений заинтересованными лицами, так и оказывает и обратное воздействие на развитие самого учета в строительстве [5, с. 325].

Следовательно, информационное учетное пространство именно в строительной отрасли должно быть главным звеном единого экономического информационного пространства, которое ориентируется на актуальные запросы пользователей информации строительного предприятия.

В условиях традиционного подхода к бухгалтерскому учету публикация и формирование отчетности являются завершающим этапом обработки учетной информации. При этом именно с этого момента являющегося, по сути, окончанием учетной процедуры, начинается сам процесс формирования учетного информационного пространства, так как время предоставления отчетности до принятия заинтересованными пользователями решения возникают некоторые информационные отношения, обусловленные тем, что строительные предприятия при составлении отчетности, формируют определенное информационное поле отчетности, которое реформируется в процессе его понимания пользователями в пространство финансовой отчетности.

Таким образом, все большее значение приобретает своевременность поступления учетной информации к пользователям именно в той форме, которая в большей степени способствует ее восприятию, что требует решения задачи повышения актуализации учетной информации. Этому способствует использование последних достижений в области средств и технологий коммуникаций и разработка оптимальных для восприятия потребителями методов представления учетной информации.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Баева Е.А. Компоненты учетно-информационного пространства / Е.А. Баева, А.В. Баев // Социально-экономические явления и процессы. – 2012. – № 10. – С. 16–21.
2. Кудряшова В.В., Марков В.В., Удачина Е.Б. Глобализация: понятие и роль в формировании единого учетного информационного пространства / В.В. Кудряшова, В.В. Марков, Е.Б. Удачина // Известия МГТУ МАМИ. – 2013. – № 4 (18). – Т. 1. – С. 82–91.
3. Сидорова М.И. Модели интеграции различных учетных систем в единое информационное пространство / М.И. Сидорова // Международный бухгалтерский учет. – 2013. –№ 30. –С. 20–28.
4. Андреева С.В. Концепция формирования учетной системы современного предприятия: функциональный аспект /С.В. Андреева // Вектор науки ТГУ. – 2013. – № 1. – С. 87–92.
5. Учетно-отчетная информация в системе управления / Известия АГУ. – 2014. – № 2 (82). – Т. 2. – С. 324–328.

СОВРЕМЕННЫЕ ВОПРОСЫ АУДИТА РАСЧЕТОВ С ПЕРСОНАЛОМ ПО ОПЛАТЕ ТРУДА

Белова О.П.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Повышение требований к качеству информации, формируемой в бухгалтерской отчетности, неизбежно усиливает роль аудита отчетности. Одной из важнейших задач организации является грамотное и экономически обоснованное построение системы расчетов с персоналом по оплате труда. В связи с этим на современном этапе возрастает роль аудита этих расчетов.

Особенности методики аудита расчетов с персоналом по оплате труда обусловлены спецификой данного участка бухгалтерского учета. Эта специфика обусловливает и следующие направления работы аудитора. Аудитору необходимо проверить грамотность применения в организации регламентаций зако-

нодательства, касающегося начислений оплаты труда работникам и удержаний из заработной платы. Аудитор должен исследовать действующую в организации систему внутреннего контроля расчетов с персоналом по оплате труда. Необходима проверка степени достоверности начислений и выплат работникам и отражения информации о них в бухгалтерском учете и отчетности организации. При этом важна и оценка корректности ведения в организации аналитического учета расчетов с персоналом по оплате труда.

В методику аудита расчетов с персоналом по оплате труда целесообразно включить следующие методы. Метод проверки арифметических расчетов обеспечит проверку правильности и корректности арифметических расчетов сумм начисленной заработной платы и удержаний из нее.

Следующий метод связан с проверкой корректности бухгалтерских проводок, выбранных счетов, применяемых в организации для учета расчетов по оплате труда, и корреспонденций этих счетов. Полагаем, что отдельным методом является проверка объективности сальдо на счетах расчетов по оплате труда. Получение подтверждения о достоверности этих сальдо обеспечивается в этом методе не только проверкой бухгалтерских документов, но и устным опросом персонала. При этом устный опрос может применяться как для предварительной проверки объективности указанной информации, так и с целью уточнения тех или иных вопросов, появляющихся в ходе осуществляемой проверки. Еще одним методом можно назвать проверку тождественности данных аналитического и синтетического учета расчетов по оплате труда. Следует отметить важность проверки не только соотношения информации этих двух видов учета, но и проверку сопоставимости информации о расчетах по оплате труда в отчетном и предшествующем отчетному периодов.

Если говорить о последовательности работ по аудиту расчетов по оплате труда, то можно выделить четыре различных этапа таких работ. К первому относится оценка системы внутреннего контроля расчетов с персоналом по оплате труда. Второй заключается в определении выборки аудиторской проверки. На третьем этапе проводятся непосредственно аудиторские процедуры. Четвертый этап является заключительным: на нем осуществляется обобщение результатов аудиторской проверки. Рассмотрим особенности некоторых из данных этапов.

Оценка системы внутреннего контроля необходима в соответствии с отечественными стандартами аудиторской деятельности. Полагаем, что именно эта оценка позволяет определить степень вероятности тех или иных ошибок в учете организации и тем самым оценить вероятную степень достоверности итоговой

информации, связанной с расчетами по оплате труда.

Для оценки системы внутреннего контроля аудитору необходимо применить Правило (стандарт) № 8 «Понимание деятельности аудируемого лица, среды, в которой она осуществляется, и оценка рисков существенного искажения аудируемой финансовой (бухгалтерской) отчетности» [1]. Система внутреннего контроля должна обеспечить минимизацию рисков, связанных с расчетами по оплате труда. Отметим, что при оценке системы внутреннего контроля аудита операций по расчетам с персоналом по оплате труда целесообразно проконтролировать контрольную среду, оценку рисков организацией, информацию, связанную с подготовкой бухгалтерской отчетности в части расчетов по оплате труда, контрольные действия, а также проверку средств контроля.

Одной из особенностей аудита расчетов по оплате труда является необходимость работы с большим количеством нормативных актов, так или иначе связанных с данными расчетами, а также с достаточно большим объемом документов по учету заработной платы. Следует учесть еще и постоянно меняющееся законодательство в области расчетов с персоналом, которое значительно усложняет проведение проверки. Это делает актуальным вопрос о определении выборки аудиторской проверки.

Уже при планировании работ аудитору необходимо принять решение о том, следует ли ему применять при проверке учета и отчетности сплошную или выборочную проверку. Полагаем, что сплошная проверка целесообразна в том случае, если число элементов проверяемой совокупности достаточно мало или в том случае, если применение аудиторской выборки является менее эффективным, чем проведение сплошной проверки. В противном случае необходима выборочная проверка. При этом необходимо применить Федеральное правило (стандарт) аудита № 16 «Аудиторская выборка» [2]. Учитывая регламентации данного стандарта, для построения выборки аудитору следует определить порядок проверки раздела бухгалтерской отчетности, связанного с расчетами по оплате труда, информацию, из которой будет сделана выборка, и объем данной выборки.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Правилом (стандартом) № 8 «Понимание деятельности аудируемого лица, среды, в которой она осуществляется, и оценка рисков существенного искажения аудируемой финансовой (бухгалтерской) отчетности».
2. Федеральное правило (стандарт) аудита № 16 «Аудиторская выборка».

ОСНОВЫ ЭНЕРГЕТИЧЕСКОГО АУДИТА

Березина Е.С.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Аудит (от лат. audit – слушает) – термин, имеющий несколько значений. В широком смысле и в деловой лексике аудитом называется процедура независимой проверки и оценки деятельности организации, в том числе ее систем, бизнес-процессов и проектов. Таким образом, термин применим не только к проверке бухгалтерской отчётности организаций с целью выражения мнения о её достоверности.

Энергоаудит, или энергетическое обследование, является разновидностью промышленного аудита, включающего в себя элементы финансового и чисто технического аудита. Энергосистемы предприятия играют ключевую роль в производственном процессе, определяющую уровень качества и конкурентоспособность предприятия. Оптимизация работы энергетических систем уменьшает сумму энергозатрат, благодаря чему повышается конкурентоспособность выпускаемой продукции и рентабельность деятельности предприятия, высвобождаются дополнительные финансовые ресурсы.

Для некоторых экономических субъектов проведение энергоаудита является обязательной и периодической (не реже чем один раз в пять лет) проверкой, например для органов государственной власти и местного самоуправления, коммунальных хозяйств, предприятий нефтяной и газовой отрасли.

Задачами энергоаудита является обнаружение источников нерациональных энергозатрат и неоправданных потерь энергии, разработка рекомендаций по их ликвидации, составление программы по экономии и рациональному использованию энергоресурсов [1].

Энергоаудит вправе осуществлять только лица (юридические или физические), являющиеся членами саморегулируемых организаций (СРО) в области энергетического обследования. Указанные субъекты должны иметь подготовленных специалистов, приборный парк, опыт работы в энергетике и соответствующие методики проведения энергоаудита.

Несмотря на существенные отличия применяемых методик, общий порядок проведения энергетического обследования можно описать следующим образом:

1. Энергоаудит системы электроснабжения и электропотребления.
2. Анализ режимов работы систем водоснабжения и водоотвода.
3. Энергоаудит теплотехнического оборудования.

4. Обследование компрессорного оборудования, системы разведения и потребления сжатых газов.

5. Анализ режимов работы холодильного оборудования.

Основная ценность этой части работы состоит в разработке энергетических и тепловых балансов, которые состоят из приходной (поступление энергетических ресурсов) и расходной части (потребление названных ресурсов). Для этого проверяющая организация должная иметь необходимый комплект портативного измерительного оборудования, который позволит установить фактическое энергопотребление разными производственными участками обследуемого предприятия.

Результатом энергетического обследования является отчет о проверке и энергетический паспорт, который регистрируется в Минэнерго РФ. Из этих документов заказчик получает исчерпывающую информацию о потреблении энергоресурсов, о состоянии инженерных систем, ограждающих конструкций. Энергетический паспорт составляется по форме, установленной Минэнерго [2], и содержит представленные по определенной форме данные, характеризующие реальное потребление предприятием различных видов энергоресурсов, эффективность их использования, источники и возможности сокращения энергопотребления и увеличения энергоэффективности.

Заключительная часть энергоаудита требует от аудитора значительного опыта и творческого подхода к решению проблемы, поскольку включает в себя разработку рекомендаций по энергосбережению и их технико-экономическое обоснование. Ведь каждое предприятие уникально и типовые решения, как правило, могут решить только часть проблем. На данном этапе задачей аудитора является поиск новых решений или выбор между несколькими известными альтернативами.

В разработанной программе по энергосбережению приводятся необходимые организационные и технические мероприятия, которые ранжируются по их эффективности и срокам окупаемости, с выделением первоочередных, наиболее эффективных и быстро окупаемых мероприятий [3]. И для получения максимального эффекта от внедрения предлагаемых энергосберегающих мероприятий на конкретном предприятии необходимо объективное и профессионально проведенное энергетическое обследование, основной для которого должна быть грамотно разработанная методология энергоаудита.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Федеральный закон от 23 ноября 2009 г. N 261-ФЗ «Об энергосбережении и о повышении энергетической эффективности и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации»

2. Приказ Минэнерго России от 30.06.2014 г. N 400 «Об утверждении требований к проведению энергетического обследования и его результатам и правил направления копий энергетического паспорта, составленного по результатам обязательного энергетического обследования»

3. АудитЭнергоСервис: энергосбережение, энергоаудит, энергосервис. [Электронный ресурс]. Режим доступа: URL: https://www.АудитЭнергоСервис.рф

4. Справочно-правовая система «Консультант-плюс». [Электронный ресурс]. Режим доступа: URL: http://www.consultant.ru.

ФОРМИРОВАНИЕ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНЧЕСКОГО УЧЕТА: ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ

Буланов О.А.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

В современных условиях постоянно и кардинально изменяющихся рыночной конъюнктуры, экономической и финансовой нестабильности, оперативность принятия управленческих решений является залогом не только финансового благополучия, но и «выживания» предприятия. Данные обстоятельства побуждают организации к внедрению и последующему совершенствованию системы управленческого учета.

Исследование методических подходов к вопросу постановки управленческого учета демонстрирует отсутствие единства взглядов в научном сообществе по данной проблеме, что безусловно связано с дифференцированными потребностями управленческого персонала, характером осуществляемой предприятием экономической деятельности, а также с особенностями конкретных учетно-аналитических систем.

Особо ценными источниками в вопросе постановки управленческого учета являются исследования Вахрушевой О.Б. [1], Мизиковского И.Е. [4], Кизилова А.Н. и Богатого Д.В. [3], Пенезевой О.О. [5], Долгих Т.С. [2] и др.

Наиболее систематизированной видится классификация, предложенная Кизиловым А.Н. и Богатовым Д.В. и выделяющая три основные группы методик на основе используемых подходов: стратегических, тактических и проектных.

Группа методик, основанная на использовании стратегического подхода, ориентируется как на стратегический, так и тактический уровни управления, что опосредованно через принимаемые управленческие решения, способствует эффективности деятельности компании в перспективе. Характерной особенно-

стью данных методик является определение миссии предприятия на основе стратегического анализа (аудита) на начальном этапе разработки системы управленческого учета и дальнейшее ориентирование на полученные в результате сведения.

Методики, основанные на тактическом подходе, не уделяют должного внимания анализу стратегии компании, сосредоточиваясь на построении системы, максимально раскрывающей внутренние процессы хозяйствующего субъекта и позволяющей впоследствии дать наиболее точную оценку как конкретным решениям, так и деятельности в целом.

Третья группа методик выделяется как наиболее характерная модель деятельности аудиторско-консалтинговых организаций при оказании услуг по постановке управленческого учета. Проектный подход, лежащий в их основе, сводится к применению базовых инструментов к задачам и требованиям, предъявляемым к системе учета хозяйствующим субъектом.

Данный подход предполагает разработку и реализацию плана внедрения системы управленческого учета в ограниченный период времени с минимальными рисками и возможностью управления возникающими отклонениями.

По мнению авторов классификации, наиболее сбалансированным подходом к построению системы управленческого учёта является стратегический подход, позволяющий максимально эффективно привнести в жизнь интересы и цели предприятия.

Между тем, не исключая высокую степень гармонизации стратегической методики, рекомендация к применению таковой в процессе построения системы управленческого учета всеми хозяйствующими субъектами видится не соответствующей основным принципам управленческого учета, а именно экономичности, обоснованности, окупаемости и рациональности структуры.

На разных этапах развития бизнеса могут применяться различные варианты взаимодействия подсистем. Низкий уровень развитости внутрихозяйственных отношений вкупе с высоким уровнем неопределенности и риска требуют системы, позволяющей максимально оперативно представлять информацию для анализа хозяйственной деятельности и принятия управленческих решений и позволяют ограничиться учетом затрат и результатов деятельности организации. В свою очередь обратная ситуация требует максимально полного набора подсистем управленческого учета.

Среди наиболее базовых элементов при постановке управленческого учета для любого хозяйствующего субъекта можно выделить следующие: учетные процедуры сбора, обработки и представления информации пользователям; пер-

вичные документы, учетные регистры и формы управленческой отчетности; ключевые показатели деятельности, методики учета, планирования, анализа, контроля и мониторинга.

Таким образом, существует широкий круг подходов к построению системы управленческого учета, однако выбор универсального метода не видится возможным. Управленческий учёт должен формироваться на основе существующего этапа развития хозяйствующего субъекта, его задач и требований.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Вахрушева О.Б. Формирование управленческого учета на основе гармонизации учета, анализа, бюджетирования и контроля / О.Б. Вахрушева // Аудитор. – 2014. – № 11. – С. 62–67.
2. Долгих Т.С. Теоретические подходы к формированию системы управленческого учета / Т.С. Долгих // Международный бухгалтерский учет. – 2014. – № 27. – С. 2–6.
3. Кизилов А.Н. Нормативно-правовое регулирование управленческого учета в Российской Федерации / А.Н. Кизилов, Д.В. Богатый// Международный бухгалтерский учет. – 2013. – № 18. – С. 12–22.
4. Мизиковский И.Е. Генезис управленческого учета на отечественных предприятиях / И.Е. Мизиковский. – М.: Экономистъ, 2006. – 200 с.
5. Пенезева О.О. Управленческий учет позволяет сформировать стратегию и тактику управления компанией / О.О. Пезенева // Российский налоговый курьер. – 2013. – № 20. – С. 43–49.

ПРОБЛЕМЫ ОПРЕДЕЛЕНИЯ СРОКА ПОЛЕЗНОГО ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ОБЪЕКТОВ НМА

Валиенко А.О.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

При принятии к учету амортизируемых объектов экономический субъект определяет срок их полезного использования (СПИ) в целях начисления амортизации как в системе бухгалтерского учета, так и для целей налогообложения. Сложившаяся нормативная база не содержит каких-либо классификаторов объектов нематериальных активов (НМА), являющихся результатом интеллектуальной деятельности (РИД) человека. Поэтому в практической деятельности предприятий процесс установления СПИ для такого рода активов вызывает определённые проблемы и вопросы.

Сроком полезного использования является выраженный в месяцах период, в течение которого экономический субъект предполагает использовать объект НМА с целью получения экономической выгоды [1]. Определение СПИ по объекту НМА производится исходя из:

- срока действия прав организации на РИД или средство индивидуализации и периода контроля над активом;
- количества продукции, иного натурального показателя объема работ, который организация собирается получить с использованием этого актива;
- ожидаемого срока использования актива, в течение которого организация предполагает получать экономические выгоды.

К организации переходят исключительные права на НМА, поэтому определять СПИ объекта НМА следует, ориентируясь именно на предполагаемый срок его использования, в течение которого организация предполагает получать экономические выгоды [3]. Выбор способа расчета амортизационных отчислений по объектам НМА производится организацией исходя из расчета ожидаемого поступления будущих экономических выгод от использования актива, включая финансовый результат от его возможного выбытия. При невозможности обосновать применение способов уменьшаемого остатка и списания стоимости пропорционально объему продуктов труда применяется линейный способ начисления амортизации [4].

По НМА с определенным СПИ ежегодно необходимо проводить и документально оформлять две уточняющие процедуры [2]:

1) подлежит уточнению СПИ, если субъект хозяйствования намерен использовать актив в течение периода, существенно отличающегося от ранее (или первоначально при принятии на учет актива) установленного. Выявленное при проверке изменение СПИ влечет за собой пересчет суммы амортизации по объекту. То есть организация вправе при принятии на учет НМА установить для него ожидаемый на момент принятия к учету СПИ, а потом при необходимости или изменении условий использования его пересмотреть;

2) уточняется способ расчета амортизации по объектам НМА – в том случае, если порядок поступления выгод от использования актива существенно отклоняется от прогнозов, на основании которых был первоначально выбран соответствующий метод.

Какое отклонение из рассмотренных выше аспектов признать существенным, а какое нет, организация должна решить самостоятельно, учитывая уровень существенности информации учетных и отчетных показателей, зафиксированный в Приказе или распоряжении руководителя об учетной политике.

Срок полезного использования НМА – оценочное значение, поскольку в случаях уточнения СПИ или способа расчета амортизации меняется оценка ожидаемого поступления будущих экономических выгод предприятия от использования активов. Соответственно выполняемые корректировки отражаются как изменения в оценочных значениях по правилам бухгалтерского стандарта – ПБУ 21/2008 «Изменения оценочных значений на начало отчетного года. Отметим также, что отражение изменения оценочных значений в учетной и отчетной информации не является вариативным, носит обязательный характер и соответственно не является элементом учетной политики предприятия.

По НМА с неопределенным СПИ амортизация вовсе не начисляется. Однако ежегодно подтверждаются факторы, мешающие достоверному установлению СПИ по такому объекту НМА – по итогам года создается документ, где ответственные лица раскрывают данную процедуру. Если проверка показала, что активу с неопределенным сроком использования стало возможно установить СПИ, то организация должна это сделать, установить способ амортизации и начать ее начисление по общим правилам бухгалтерских стандартов. Возникающие при этом корректировки также признаются изменением оценочных значений на начало отчетного периода.

Порядок документального оформления операций с НМА практически не представлен в нормативно-правовой базе, поэтому вышеуказанные уточняющие процедуры по НМА организации следует документировать самостоятельно разработанными при формировании локального регламента - учетной политики [5] формами учетной документации. Проведение процедур следует поручить специальной комиссии, ее решение можно оформить актом или протоколом. Названные документы по завершении процедуры необходимо утвердить распорядительным документом, к примеру, приказом руководителя экономического субъекта.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Приказ Минфина РФ от 27.12.2007 N 153н «Об утверждении Положения по бухгалтерскому учету «Учет нематериальных активов» (ПБУ 14/2007).

2. Гаврилов Ю. Аудит нематериальных активов / Ю. Гаврилов. – М.: Лаборатория Книги, 2010. – 33 с.

3. Красильников А. Учет нематериальных активов / А. Красильников. – М.: Лаборатория книги, 2010. – 43 с.

4. Папковский П.Я. Бухгалтерский учет: учебное пособие / П.Я. Папиковский. – 2-е изд., испр. – Минск: Выш. шк, 2011. – 335 с.

5. Рутгайзер В.М. Оценка стоимости нематериальных активов / В.М. Рутгайзер. – М.: Маросейка. – 2010. – 136 с.

ИННОВАЦИОННЫЕ ПРОЦЕССЫ НА ПРЕДПРИЯТИИ. ОСОБЕННОСТИ И ПРОБЛЕМЫ ОТРАЖЕНИЯ В УЧЁТЕ

Галкина А.Н.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Одной из проблем, с которой на практике сталкивается предприятие, является необходимость сохранения конкурентоспособности. Следует заметить, что в условиях нарастающего темпа развития технологий критически важным становится вопрос эффективности производства и технологического совершенства выпускаемой продукции. Предприятиям приходится становиться более гибкими, чтобы адаптироваться к запросам и вызовам внешней среды. Однако любая инновационная инициатива, предпринятая с целью приобретения конкурентных преимуществ, будь то создание собственного отдела исследований и разработок, приобретение и внедрение сторонних инновационных продуктов и технологий, какие-либо комплексные варианты, нуждается в постоянном мониторинге, контроле, адекватной оценке, как в текущем времени, так и на перспективу.

Следует уточнить специфику инновационных процессов и указать, каким образом учетно-аналитический инструментарий способен помочь фирме в эффективной реализации инновационных процессов и достижении необходимых конкурентных преимуществ.

Инновационные процессы – основные элементы инновационной деятельности компании, которая включает кроме них и отдельные активности (например, переход на энергосберегающее оборудование). Исходя из информационных потребностей финансового и управленческого учета, следует структурировать инновационный процесс таким образом, чтобы акцентировать внимание на моментах изменения качества учетной информации (см. рис. 1).

Данная структура может быть применена для описания качества учетной информации, поскольку в ней переход на каждую стадию связан с принятием организационного (и финансово-экономического) решения по конкретному инновационному процессу (а в дальнейшем – и связанному с ним проекту или проектам) и изменением специфики поставленной перед исполнителем задачи.

Рис. 1 – Стадии реализации проекта

Следует заметить, что на любом этапе реализации инновационного процесса возможны определенные усложнения. В случае если выявлено, что проблема неоднозначна, возможны варианты, связанные либо с необходимостью постановки дополнительной стратегической цели, либо с расширением круга задач в рамках инновационного процесса, что приводит к необходимости детализации в учете и усложняет анализ инновационного процесса. Таким образом, нередки ситуации, когда инновационный процесс запускает не один отдельный проект, а целую совокупность связанных инновационных проектов. На рис. 2 показан последовательный процесс роста числа проектных задач, в котором на каждом этапе число задач прирастает на одну.

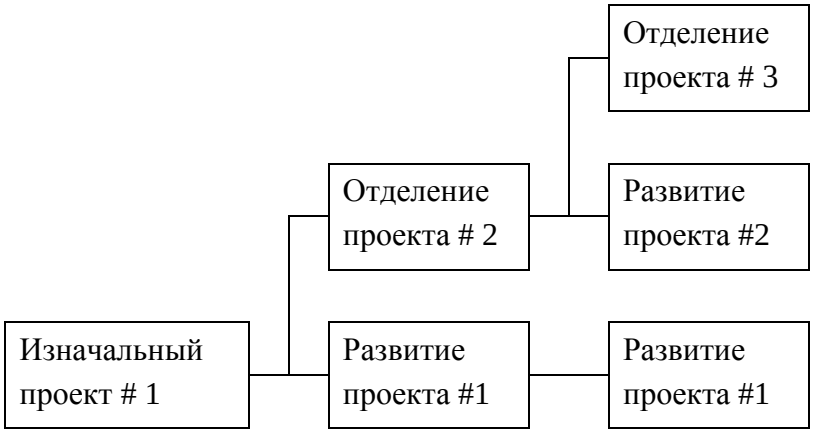


Рис. 2. Пример схемы развития проектов в инновационном процессе

Необходимость системы учета и контроля инновационных процессов связана с кругом существующих на предприятии проблем:

- проблема повышения эффективности реализуемых инноваций;
- проблема выбора наиболее эффективных вариантов реализации инновационных процессов и проектов внутри них;
- проблема мониторинга и контроля инновационной деятельности предприятия;
- проблема повышения определенности возможных выгод от запуска и внедрения инноваций в деятельность организации.

Своевременное и грамотное отражение инновационных процессов в учёте формирует информационную базу контроля и управления инновациями. Необходимо более детально раскрыть отражение инновационного процесса в учёте, прежде всего – в разрезе сопутствующих затрат.

В табл. 1 приведены варианты отражения затрат по инновационному процессу на разных его этапах. Нумерация счетов соответствует Плану счетов бухгалтерского учета для коммерческих организаций РФ [3], [4], [5], [6].

Таблица 1 – Варианты отражения затрат по инновационному процессу на разных его этапах

Категории расходов на НИОКР	**Расширенный перечень стадий реализации инновационного проекта (этапы инновационного процесса)**			
	Концептуальная стадия	**Предпроектная стадия**	**Проектная стадия**	**Стадия реализации**
Стоимость материально-производственных запасов, спецоборудо-вания и специальной оснастки	Д 97, 91-2 К 10, 16		Д 08, 97, 91-2 К 10, 16	Д 08, 90-2, 91-2 К 10, 16
Стоимость услуг сторонних организаций и лиц	Д 97, 91-2 К 60, 76		Д 08, 97, 91-2 К 60, 76	Д 08, 90-2, 91-2 К 60, 76
Затраты на заработную плату и другие выплаты работникам	Д 97, 91-2 К 70		Д 08, 97, 91-2 К 70	Д 08, 90-2, 91-2 К 70
Отчисления на социальные нужды	Д 97, 91-2 К 69		Д 08, 97, 91-2 К 69	Д 08, 90-2, 91-2 К 69
Амортизация объектов основных средств и нематериальных активов	Д 97, 91-2 К 02, 05		Д 08, 97, 91-2 К 02, 05	Д 08, 90-2, 91-2 К 02, 05
Затраты на содержание и эксплуатацию машин и оборудования и иные общепроизводственные расходы	Д 97, 91-2 К 25		Д 08, 97, 91-2 К 25	Д 08, 90-2, 91-208, 91-2 К 25
Общехозяйственные расходы	Д 97, 91-2 К 26		Д 08, 97, 91-2 К 26	Д 08, 90-2, 91-2 К 26

Сфера отражения инновационных процессов в учёте интересна и дает серьезную почву для научных изысканий, поскольку содержит достаточно большое количество противоречий и не формализованных в нормативной базе фактов хозяйственной жизни.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Казанцев А.К. Управление операциями: Учебник / А.К. Казанцев, В.В. Кобзев, В.М. Макаров; Под общ. ред. А.К. Казанцева: – М.: ИНФРА – М, 2013, 478 с. С. 164.
2. Романова М.В. Управление проектами: Учеб. пособие / М.В. Романова: – М.:ИД «Форум»: ИНФРА – М, 2013, 256 с. С. 42.
3. ПБУ 10/99 Расходы организации. Утв. Приказом Минфина РФ от 06.05.1999 N 33н (ред. от 27.04.2012)
4. ПБУ 14/2007 Учет нематериальных активов Положение по бухгалтерскому учету. Утв. Приказом Минфина РФ от 27.12.2007 N 153н (ред. от 24.12.2010).
5. ПБУ 17/02 Учет расходов на научно-исследовательские, опытно-конструкторские и технологические работы Положение по бухгалтерскому учету. Утв. Приказом Минфина РФ от 19.11.2002 N 115н (ред. от 18.09.2006).
6. План счетов бухгалтерского учета финансово-хозяйственной деятельности предприятий и инструкция по его применению. Утв. приказом Министерства Финансов РФ от 31 октября 2000 г. № 94н (ред. от 08.11.2010).

ПОДАРКИ СОТРУДНИКАМ БЮДЖЕТНОГО УЧРЕЖДЕНИЯ

Гладкая Д.А.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Подарок – это вещь (в том числе деньги и подарочные сертификаты), безвозмездно переданная одним лицом в собственность другому лицу. Учреждения могут дарить подарки только физическим лицам (работникам, в т.ч. бывшим, клиентам, работникам контрагентов). По общему правилу, вручение сотруднику подарка оформляется приказом руководителя учреждения [1].

Рассмотрим порядок отражения в бухгалтерском учете подарков сотрудникам, а также налоговый учет данного аспекта.

Стоимость подарков, переданных за год одному лицу, в т.ч. сотруднику, не облагается НДФЛ в части, не превышающей 4000 руб. (включая НДС). В налоговую базу по НДФЛ стоимость подарков в неденежной форме включается исходя из его рыночной цены с учетом НДС. [2]

Со стоимости подарков, превышающей эту сумму, надо исчислить НДФЛ:

- если одаряемый является налоговым резидентом РФ – по ставке 13%;

- если одаряемый не является налоговым резидентом РФ – по ставке 30%.

Страховые взносы в ПФР, ФСС и ФФОМС не начисляются на стоимость подарка, переданного:

- работнику учреждения, если с ним заключен письменный договор дарения;

- физлицу, не являющемуся работником учреждения (в т.ч. бывшему работнику, детям работников, клиентам), независимо от наличия письменного договора дарения.

Рассмотрим налог на добавленную стоимость (НДС):

Даритель – плательщик НДС в день передачи одаряемому неденежного подарка должен начислить НДС по ставке 18%: [3]

- если подарок куплен – на его покупную стоимость (без НДС);

- если подарок – собственная продукция дарителя – на его себестоимость.

Счет-фактура на подарок выписывается в одном экземпляре и регистрируется в книге продаж, но одаряемому не передается. Если в одном квартале вы дарили подарки нескольким лицам, то на все подарки можно составить один счет-фактуру.

Подарки могут быть выданы как в денежной, так и в не денежной форме, что повлияет на бухгалтерские записи в бюджетном учреждении.

1) Если подарки не денежные бухгалтер делает следующие проводки:

Содержание хозяйственной операции	Проводка	
	Дебет	Кредит
Передан неденежный подарок (на стоимость подарка без НДС)		07
Начислен НДС на стоимость неденежного подарка (без НДС)	0 401 10 130	0 303 04 730
Удержан из зарплаты работника НДФЛ со стоимости неденежного подарка (с НДС)	0 302 11 830	0 303 01 730

2) Если подарки денежные:

Содержание хозяйственной операции	Проводка	
	Дебет	Кредит
Выданы деньги из кассы подотчетному лицу	0 208 91 000	0 201 34 000, Забалансовый счет 18
Переданы деньги в качестве подарка	0 302 91 000	0 208 91 000
Подаренная денежная сумма отнесена на расходы текущего финансового года	0 401 20 290	0 302 91 000
Удержан НДФЛ с подаренных денег	0 302 91 000	0 303 01 000

Таким образом, можно сделать вывод, что стоимость подарков не подлежит обложению НДФЛ, если она не превышает 4000 руб. за налоговый период. Если же подарок превышает 4000 руб., то нужно начислить НДФЛ по определенным ставкам. Страховые взносы в ПФР, ФСС и ФФОМС не начисляются на стоимость подарка, а налог на добавленную стоимость не денежного подарка должен начисляться по ставке 18%.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Комиссарова Т.Ю. Подарки и материальная помощь сотрудникам учреждения / Т.Ю. Комиссарова // Журнал «Оплата труда в государственном (муниципальном) учреждении: бухгалтерский учет и налогообложение», N 6, июнь 2016 г.
2. Налоговый кодекс Российской Федерации. Часть 2. Федеральный закон № 117-ФЗ от 05.08.2000 г.
3. Издательство «Главная книга», 21.10.2016. Как учитывать подарки, в том числе сотрудникам и их детям? (для бюджетной организации)

НОВЫЙ ПОРЯДОК ПРИМЕНЕНИЯ КОНТРОЛЬНО-КАССОВОЙ ТЕХНИКИ

Голубев Д.К.
Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

С 15 июля 2016 года вступил в силу Федеральный закон № 290-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «О применении контрольно-кассовой техники (ККТ) при осуществлении наличных денежных расчетов и (или) расчетов с использованием платежных карт» [1]. Указанный закон устанавливает новые качественные характеристики применяемых организациями и индивидуальными предпринимателями кассовых аппаратов. Так, кассовые аппараты с 2016 года должны иметь возможность:

- подключения к интернету (через интернет-порт, встроенный GPRS- или wifi-модем);
- сохранять и передавать данные о каждой продаже (каждом чеке) оператору фискальных данных, который в свою очередь передает их в Федеральную налоговую службу (ФНС);
- отправки он-лайн чеков покупателям (в электронной форме на номер телефона или по электронной почте).

Кроме того, по новым правилам обязательная регистрация каждой кассовой машины в налоговой службе тоже будет осуществляться через интернет – на официальном сайте ФНС, через личный кабинет налогоплательщика. Для прохождения процедуры регистрации составленную заявку владельцу кассового аппарата необходимо заверить квалифицированной электронной подписью. Получить электронную подпись можно в удостоверяющем центре, аккредитованном Министерством связи и массовых коммуникаций РФ. На официальном сайте ведомства опубликован список таких центров.

Поправки не затронули продавцов, которые осуществляют деятельность в местности, отдаленной от сетей связи и приведенной в специальных перечнях субъектов РФ. В подобных местах продавец по-прежнему может ограничиться формированием чека ККТ на бумажном носителе и не заключать договор с оператором фискальных данных (п. 4 ст. 1 Закона № 290-ФЗ).

Оператор фискальных данных (ОФД) – по сути, посредник между кассой и специалистами ФНС. Таким оператором может быть российская организация, получившая соответствующее разрешение на обработку данных от налоговой службы. На настоящий момент на сайте ФНС в реестр ОФД включены пять организаций: «Энергетические системы и коммуникации», «Такском», «Эвотор ОФД», «Ярус» и «ПЕТЕР-СЕРВИС Спецтехнологии» [2]. Каждый владелец ККТ может заключить договор на обслуживание с любым из указанных операторов по своему усмотрению.

Оператор фискальных данных должен обеспечить всем желающим проверку своего чека - для этого необходимо зайти на сайт ОФД и ввести реквизиты чека. Помимо удобства для покупателей возникает некий «народный контроль», который может закончиться обращением покупателя в инспекцию ФНС и в конечном итоге обернуться для предприятия налоговой проверкой.

Законом № 290-ФЗ предусмотрен поэтапный переход к новому порядку применения ККТ. Так, с 15 июля 2016 года предусмотрена возможность добровольного перехода на новый порядок, с 1 февраля 2017 года регистрация ККТ будет осуществляться только по новому порядку, а с 1 июля 2017 года старый порядок вовсе прекращает свое действие.

Налогоплательщики, находящиеся на специальных налоговых режимах - ЕНВД и патентная система налогообложения – до вступления в силу Закона № 290-ФЗ могли осуществлять наличные денежные расчеты и расчеты с использованием платежных карт без применения ККТ (при условии выдачи по требованию покупателя соответствующего документа (товарного чека, квитанции и т.п.), подтверждающего прием денег за товар (работу, услугу)). С 1 июля

2017 года указанные налогоплательщики должны применять в своих расчетах онлайн-кассы на общих основаниях.

Таким образом, основные ключевые положения предлагаемой системы он-лайн касс – это:

- передача информации о всех расчетах в электронном виде в налоговую службу через коммуникационные технологии ОФД;
- электронная регистрация ККТ без посещения налогового органа и без физического предоставления кассового аппарата;
- построение системы гарантированного выявления нарушений на основе автоматизированного анализа информации о расчетах, выявления зон риска совершения правонарушений и проведения точечных результативных налоговых проверок;
- вовлечение покупателей в гражданский контроль [2].

Преимуществами для организаций и предпринимателей в новой системе является снижение расходов на ККТ; он-лайн регистрация кассовых машин в ФНС; возможность применения в составе ККТ современных электронных устройств (мобильных телефонов, планшетов). Для гражданина новые правила обеспечивают дополнительную защиту прав потребителя.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Федеральный закон «О внесении изменений в Федеральный закон «О применении контрольно-кассовой техники при осуществлении наличных денежных расчетов и (или) расчетов с использованием платежных карт» и отдельные законодательные акты РФ» от 03.07.2016 № 290-ФЗ.

2. Официальный сайт ФНС России. [Электронный ресурс]. Режим доступа: URL: https://www.nalog.ru

3. Новый порядок применения контрольно-кассовой техники. Официальный сайт ФНС России. [Электронный ресурс]. Режим доступа: URL: https://www.nalog.ru/rn77/taxation/reference_work/newkkt/

4. Справочно-правовая система «Консультант-плюс». [Электронный ресурс]. Режим доступа: URL: http://www.consultant.ru.

ЗАДАЧА ОПТИМИЗАЦИИ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ ПРОДАВЦА И РЫНКА С ПРИМЕНЕНИЕМ ТЕОРИИ ИГР

Голубева К.И.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Прежде чем принять решение о завозе нового товара любая солидная торговая фирма должна провести маркетинговое исследование. В маркетинговых же исследованиях довольно часто применяется теория матричных игр. Роль одного из игроков играет сама фирма, роль другого – конъюнктура рынка и спрос покупателей.

Теория матричных игр находится в тесной связи с линейным программированием, так как каждая конечная игра двух лиц с нулевой суммой может быть представлена как задача линейного программирования и решена симплексным, а в более простом случае – графическим методом, и наоборот, задача линейного программирования может быть представлена как игра [1].

Рассмотрим небольшую задачу оптимизации взаимодействия торговой фирмы с рынком или задачу предварительного маркетингового исследования.

Торговая фирма может завести для продажи в различных пропорциях товары четырёх типов – A1, A2, A3 и A4. Их реализация и доход фирмы зависят от вида товара и состояния спроса. Предполагается, что спрос может иметь два состояния – B1 и B2. Данные о прибыли, которая может быть получена от продажи товаров при различных состояниях спроса, представлены матрицей A, (a_{ij}(руб.) – прибыль на вложенный рубль, i- номер товара, j –номер состояния спроса).

$$A = \begin{pmatrix} 0 & 3 \\ 4 & 2 \\ 2 & 5 \\ 0 & 4 \end{pmatrix}$$

Задача:

Определить оптимальные пропорции завоза товаров из условия максимизации средней прибыли.

Решение:

Применим теорию игр. Роль первого игрока – игрока A – будет играть фирма, а роль второго игрока – игрока B – объективные обстоятельства, то есть спрос. Матрица A будет играть роль платёжной матрицы. Строки матрицы бу-

дем рассматривать как стратегии первого игрока, столбцы – как стратегии второго.

Из игры можно исключить стратегии. соответствующие первой и четвёртой строкам, назовём их А1 и А4, которые хуже стратегии А3, т.е. стратегии третьей строки. Другими словами, при всех состояниях спроса первый и четвёртый виды товаров не следует завозить, так как они обеспечивают прибыль на вложенный рубль меньшую, чем третий вид товара. Платёжная матрица упрощенной игры имеет вид:

$$A = \begin{pmatrix} 4 & 2 \\ 2 & 5 \end{pmatrix}$$

Определим верхнюю и нижнюю цены игры β и α (минимакс и максимин) (табл. 1):

Таблица 1

	B1	B2	α
A2	4	2	2
A3	2	5	2
β	4	5	α=2 β=4

Нижняя и верхняя цены игры не равны, значит оптимальное решение игры следует искать среди смешанных стратегий. Обозначим наборы вероятностей чистых стратегий игроков $S_A = (0, p_2, p_3, 0)$ и $S_B = (q_1, q_2)$.

Сведём игру относительно объективных обстоятельств, а точнее второго игрока – спроса к задаче линейного программирования:

$$Y = (y_1, y_2),$$

где $y_j = q_j / \nu$, $j = 1,2$

ν – цена игры или средняя прибыль на вложенный рубль.

Задача линейного программирования в отнормированных на цену игры переменных выглядит следующим образом [3]:

$$F(y) = \sum_{j=1}^{2} y_j \to \max$$

$$\begin{cases} 4y_1 + 2y_2 \le 1 \\ 2y_1 + 5y_2 \le 1 \\ y_j \ge 0,\ j = 1,2 \end{cases} \qquad (1)$$

Так как задача (1) имеет только два неизвестных, решим её графически (рис.1).

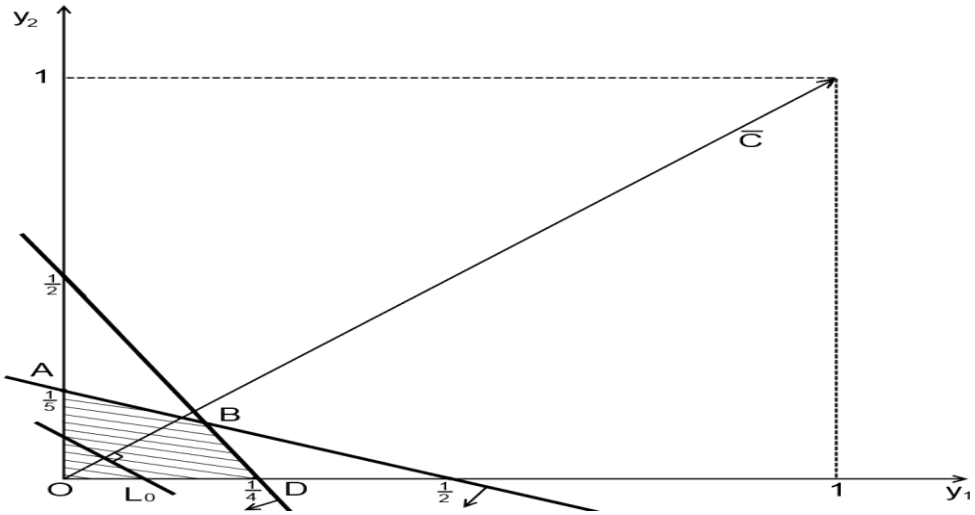


Рис. 1 – Графическое решение задачи (1)

Областью допустимых решений задачи является заштрихованная область OABD, вектор градиента функции $F(y)\,C$ является биссектрисой координатного угла, линия L_0 - линия уровня. Точка максимума функции $F(y)$ – точка B, которая является пересечением двух прямых, следовательно, её координаты даются системой:

$$\begin{cases} 4y_1 + 2y_2 = 1 \\ 2y_1 + 5y_2 = 1 \end{cases}$$

Получается $y_1 = 3/16, y_2 = 2/16$

$F_{\max} = 5/16$, цена игры – она же средняя прибыль на вложенный рубль - $\nu = 1/F_{\max} = 16/5 = 3{,}2$.

Вероятности применения вторым игроком его чистых стратегий, они же вероятности состояний спроса:

$q_1 = y_1 \cdot \nu = 0{,}6$, $q_2 = y_2 \cdot \nu = 0{,}4$.

Следовательно, набор стратегий второго игрока – спроса $S_B = (q_1, q_2) = (0{,}6; 0{,}4)$, т.е. спрос 1-го типа будет иметь место с вероятностью 0,6 , спрос второго типа – с вероятностью 0,4.

Для первого игрока – торговой фирмы составляем двойственную задачу:

$$X = (x_1, x_2)$$

где $x_i = p_i/\nu$, $j = 1{,}2$.

$$Z(x) = \sum_{i=1}^{2} x_i \to \min$$

$$\begin{cases} 4x_1 + 2x_2 \geq 1 \\ 2x_1 + 5x_2 \geq 1 \\ x_i \geq 0, i = 1,2 \end{cases} \qquad (2)$$

Решение задачи (2) даётся решением системы:

$$\begin{cases} 4x_1 + 2x_2 = 1 \\ 2x_1 + 5x_2 = 1 \end{cases}$$

$x_1 = 3/16, x_2 = 2/16$.

Вероятности применения первым игроком его чистых стратегий, они же пропорции завоза фирмой товаров второго и третьего типа:

$p_2 = x_1 \cdot \nu = 0{,}6$, $p_3 = x_2 \cdot \nu = 0{,}4$.

Таким образом, полный набор стратегий первого игрока – торговой фирмы $S_A = (0;0{,}6;0{,}4;0)$.

Таким образом, для продажи следует завозить товар второго и третьего типа в соотношении 3:2, а товары первого и четвёртого типов завозить вообще не следует. При этом средняя прибыль на вложенный рубль ν составит 16/5 или 3,2 руб.

Данная задача представляет собой фрагмент маркетинговых исследований для реальной торговой фирмы и её решение имело реальное практическое применение [2].

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Красс М.С., Чупрынов Б.П.Основы математики приложения в экономическом образовании / М.С. Красс, Б.П. Чупрынов. – М.: Дело, 2008.

2. Воронина А.С. Инновационное развитие российской экономики: проблемы и ближайшие перспективы / А.С. Воронина, Ю.Н. Пыхтеев, А.М. Самочадин // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. – 2015. – № 8. –С. 708–712.

3. Подчищаева О.В. Оптимизация затрат факторов производства для фирмы, работающей на конкурентном рынке / О.В. Подчищаева // Научное обозрение. – 2014. – № 8. – С. 451–453.

АУДИТ РАСЧЕТОВ С ПЕРСОНАЛОМ ПО ОПЛАТЕ ТРУДА

Дмитриева Е.С.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Статья отражает видение автора в отношении выстраивания методических основ проведения аудиторской проверки такого важного участка бухгал-

терского учета, как учет расчетов с персоналом по оплате труда.

Задача обеспечения качества осуществления контрольных процедур продиктована не только необходимостью подтверждения достоверности осуществления расчетов с работниками экономического субъекта, бюджетом и внебюджетными фондами, но и обеспечением достоверности учетных массивов, структурируемых в системе калькуляционного учета.

Процедуру осуществления аудиторской проверки исследуемого участка учета можно представить в разрезе следующих этапов:

- организационный этап, состоящий в осуществлении планирования аудита;
- основной этап, заключающийся в непосредственном проведении проверки;
- заключительный этап, представляющий собой обработку результатов выполнения аудита.

Аудит расчетов с персоналом по оплате труда является достаточно трудоемким и выступает самостоятельным разделом программы аудиторской проверки.

Цель аудита расчетов с персоналом по оплате труда можно охарактеризовать как формирование мнения о достоверности учетных данных и бухгалтерской (финансовой) отчетности в части расчетов с персоналом по оплате труда.

В рамках ее осуществления результативной и достоверной аудиторской проверки аудитор должен:

1) изучить рабочий план счетов и учетную политику исследуемой организации;

2) ознакомиться с организацией оперативно-технического учета использования трудовых ресурсов;

3) изучить организацию оплаты труда;

4) систематизировать информацию о видах и составе удержаний [1];

5) изучить порядок осуществления первичного учета исследуемого участка учета;

6) проверить правильность ведения аналитического учета расчетов по оплате труда и их соответствие данным синтетического учета;

7) проверить реальность и достоверность инвентаризации расчетов с персоналом.

Можно систематизировать типичные ошибки, выявляемые в ходе осуществления проверки расчетов с персоналом по оплате труда:

- отсутствие обязательных системных документов, связанных с оплатой

труда (Положения по оплате труда, Положения по премированию, штатного расписания, приказов, трудовых договоров, трудовых книжек, табелей учета рабочего времени и пр.);

- не применяются типовые формы первичных документов по оплате труда;
- несоблюдение условий труда, предусмотренных Трудовым кодексом РФ (непредоставление отпуска или предоставление его менее установленной продолжительности, принуждение к сверхурочной работе, невыплата заработной платы в установленные сроки) [3];
- несоответствие начисленной заработной платы или стимулирующих выплат условиям трудовых договоров, действующих в организации положениям;
- неправильное начисление доплат, установленных Трудовым кодексом РФ [3];
- неправильное исчисление среднего заработка;
- неправильное исчисление причитающихся работнику компенсаций (например, за неиспользованный отпуск);
- отсутствуют документы, подтверждающие начисление и удержание заработной платы;
- допущены ошибки при начислении выплат по среднему заработку (отпускных, по временной нетрудоспособности и др.);
- ненадлежаще ведется учет (например, неправильная корреспонденция счетов, расхождения между данными аналитического и синтетического учета) [4].

По результатам осуществления проверки аудитор должен донести до руководства сведения о выявленных недостатках регистрации учетных данных, системы внутреннего контроля, способных оказать существенное воздействие на достоверность учета и отчетности.

После завершения проверки аудитор формирует «Аудиторское заключение о бухгалтерской отчетности». Один его экземпляр направляется в налоговые органы, если организация обязана проводить ежегодную аудиторскую проверку в соответствии с законодательством. Каждому органу управления организацией также представляется отдельный экземпляр аудиторского заключения. Один экземпляр берет себе аудиторская организация в качестве отчета о проделанной работе.

Принято выделять следующие виды аудиторских заключений:

1) Немодифицированное (положительное) аудиторское заключение, что свидетельствует о достоверности отчетности и бухгалтерского учета во всех существенных аспектах;

2) Модифицированное аудиторское заключение составляется, когда выражается аудиторское мнение, отличное от немодифицированного. (Отрицательное аудиторское заключение; отказ в письменной форме от выражения аудиторского мнения; аудиторское заключение, содержащее дополнительную информацию с привлечением внимания к этой информации).

Аудиторская проверка расчетов с персоналом по оплате труда, базирующаяся на применении предложенного подхода к ее проведению, будет способствовать формированию надежных аудиторских доказательств в отношении соблюдения требований законодательства, правильности отражения учетных данных и их представления в бухгалтерской (финансовой) отчетности.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая): Федеральный закон от 30.11.1994 № 51-ФЗ [Электронный ресурс]. Режим доступа: СПС КонсультантПлюс.

2. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть вторая): Федеральный закон от 05.08.2000 № 117-ФЗ [Электронный ресурс]. Режим доступа: СПС КонсультантПлюс.

3. Трудовой кодекс Российской Федерации: Федеральный закон от 30.12.2001 № 197-ФЗ [Электронный ресурс]. Режим доступа: СПС КонсультантПлюс.

4. Аудит: учебное пособие / Ю.А. Данилевский и др. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: ФБК-ПРЕСС, 2002. – 544 с.

НДФЛ С ДОХОДОВ ИНОСТРАНЦЕВ, РАБОТАЮЩИХ ПО ПАТЕНТУ

Долганова В.А.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Трудовые мигранты в нашей стране – явление нередкое. Основные причины привлечения иностранцев к труду – нехватка российских кадров, как квалифицированных, так и неквалифицированных, несоответствие спроса и предложения по отдельным профессионально-квалификационным группам. Иногда работодатели используют труд иностранных работников из-за желания сэкономить на зарплате, социальных и пенсионных выплатах, оплате больничных и отпусков – ведь не секрет, что в некоторых компаниях мигранты трудятся нелегально.

Российские организации-работодатели, от которых налогоплательщики (иностранные работники) получают вознаграждение за выполнение трудовых или иных обязанностей, выполненную работу, оказанную услугу, именуются налоговыми агентами и обязаны исчислить, удержать у иностранцев и уплатить сумму НДФЛ [1].

Доходы иностранных работников облагаются НДФЛ по ставке 13% в случае:

- граждане – члены ЕАЭС;
- беженцы и граждане, получившие временное убежище;
- высоквалифицированные специалисты;
- граждане из «безвизовых» стран, работающие на основании патента;
- граждане из «визовых» стран – налоговые резиденты.

Доходы граждан из «визовых» стран – налоговых нерезидентов облагаются по ставке 30%.

Остановимся более подробно на расчете НДФЛ у иностранных граждан, работающих по патенту. Организация, приняв на работу иностранца, имеющего патент, становится налоговым агентом по НДФЛ в отношении выплаченного ему дохода в виде зарплаты.

С 01.01.2015 изменилась статья 227.1 НК РФ, которая регулирует правила исчисления и уплаты НДФЛ иностранными гражданами, работающими у физических лиц (не являющихся предпринимателями) на основании патента и выполняющими домашнюю и иную подсобную работу. Поправки связаны с тем, что с этой же даты действуют новые правила трудоустройства в России «безвизовых» иностранных лиц. Одно из нововведений: иностранцы получат возможность вести трудовую деятельность на основании патента не только у физических лиц, но и в организациях и у индивидуальных предпринимателей (иных самозанятых лиц). В связи с этим и на них будет возложена обязанность по уплате НДФЛ, но с учетом ряда особенностей [2].

Внесенными поправками изменен порядок уплаты фиксированного авансового платежа в части определения, на территории какого именно субъекта РФ или муниципального образования его нужно перечислить. Теперь платежи иностранным гражданам необходимо вносить по месту осуществления деятельности на основании патента.

В соответствии с п. 2 ст. 226 Кодекса в подобных ситуациях сумма налога уменьшается на сумму фиксированных авансовых платежей по НДФЛ, которую сотрудник-иностранец перечислил самостоятельно в бюджет для целей получе-

ния патента. Ежемесячный фиксированный авансовый платеж с 01.01.2015 составляет 1 200 руб.

Он подлежат корректировке:

- на коэффициент-дефлятор, установленный на соответствующий календарный год;

- на коэффициент, отражающий региональные особенности рынка труда (региональный коэффициент), устанавливаемый на соответствующий календарный год законом субъекта РФ.

Чтобы уменьшить общую сумму НДФЛ на фиксированные авансовые платежи, работодатель должен получить от налогового органа по своему месту жительства уведомление о подтверждении права на уменьшение. Для этого необходимо следующее: иностранный гражданин (работник) пишет в адрес работодателя заявление (в произвольной форме) о проведении указанного перерасчета (с приложением всех подтверждающих документов, работодатель представляет в свою налоговую инспекцию заявление с просьбой подтвердить право на вышеуказанное уменьшение сумм начисленного НДФЛ. Далее в срок, не превышающий 10 дней со дня получения заявления налогового агента (работодателя), налоговый орган направляет уведомление о подтверждении права на уменьшение налога на суммы фиксированных авансовых платежей, на основании которого организация и уменьшает исчисленную сумму НДФЛ на сумму внесенных иностранцем фиксированных авансовых платежей [3].

Таким образом, доходы сотрудника-иностранца, который работает на территории РФ на основании патента, облагаются НДФЛ по ставке 13 % вне зависимости от его налогового статуса. При этом его работодатель как налоговый агент по НДФЛ при исчислении суммы налога уменьшает его на сумму фиксированных авансовых платежей, уплаченных иностранцем.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Мухин В. Иностранный сотрудник с патентом: расчеты по НДФЛ / В. Мухин // «Информационный бюллетень «Экспресс-бухгалтерия». – 2016. – № 33.

2. Мясников Д. Принимаем на работу иностранца: особенности исчисления НДФЛ / Д. Мясников // Российский бухгалтер. – 2015. – № 5.

3. Ермошина Е.Л. Порядок исчисления НДФЛ с доходов работников-иностранцев / Е.Л. Ермошина // Актуальные вопросы бухгалтерского учета и налогообложения. – 2015. – № 10.

СРАВНЕНИЕ БУХГАЛТЕРСКОГО И НАЛОГОВОГО УЧЕТА ОСНОВНЫХ СРЕДСТВ В КОММЕРЧЕСКИХ ОРГАНИЗАЦИЯХ

Древняк О.В.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Рыночные условия хозяйствования ставят коммерческие организации перед необходимостью повышать эффективность деятельности во всех ее аспектах, в том числе и управление основными средствами. С этим связана необходимость тщательного изучения особенностей бухгалтерского и налогового учета основных средств.

Отличия между бухгалтерским и налоговым учетом касаются первоначальной стоимости и сумм начисленной амортизации.

Разницы между налоговым и бухгалтерским учетом при формировании первоначальной стоимости основных средств, возникающие по следующим причинам:

- Существующие отличия в стоимостных границах признания объекта основным средством, как указано выше (в налоговом учете основным средством считается имущество стоимостью свыше 100 000 руб. а в бухгалтерском – свыше 40 000 руб.).

- В бухгалтерском учете в первоначальную стоимость включаются проценты по кредиту, взятому для приобретения основного средства, признаваемого инвестиционным активом (п. 7 ПБУ 15/2008), а в налоговом – не включаются.

- По объектам, созданным хозяйственным способом, стоимость объекта формируется на основе расходов, понесенных организацией на постройку объекта, которые признаются в бухгалтерском и налоговом учетах по-разному.

- Результаты переоценки ОС в налоговом учете не отражаются. Это значит, что положительные и отрицательные результаты переоценки не признаются доходами и расходами и не учитываются при начислении амортизации.

Разницы между налоговым и бухгалтерским учетом, касающиеся принципов начисления амортизации:

- Налоговым учетом предусмотрено применение амортизационной премии. Это значит, что у организации есть право сразу списать на текущие расходы часть средств, потраченных на покупку или сооружение объекта. Для основных средств с третьей по седьмую амортизационную группы она не может превышать 30 процентов, для всех прочих групп – 10 процентов от первона-

чальной стоимости ОС. Размер ежемесячных амортизационных отчислений определяется за вычетом амортизационной премии.

- Ряд объектов в бухгалтерском учете подлежит амортизации, а в налоговом – нет. Например: имущество, приобретенное (созданное) с использованием бюджетных средств целевого финансирования (кроме имущества, полученного налогоплательщиком при приватизации), или имущество, полученное в виде безвозмездной помощи (содействия) Российской Федерации в бухгалтерском учете амортизируется, в налоговом – нет.

- Разницы в начислении амортизации между бухгалтерским и налоговым учетом могут возникать в случаях, когда СПИ объекта определяется по-разному. В бухгалтерском учёте этот срок определяется исходя из ожидаемого срока использования в соответствии с ожидаемой производительностью (мощностью), ожидаемого физического износа, нормативно-правовых и других ограничений использования, технических характеристик. В налоговом учёте срок полезного использования определяется в соответствии с классификацией основных средств (ст. 258 НК РФ) и ограничен сроками амортизационных групп.

Ввиду отличий между бухгалтерским и налоговым учетами основных средств могут формироваться постоянные (по доходам и расходам, учитываемым только в одном из учетов) и временные (по доходам и расходам, учитываемым в обоих учетах, но в разных отчетных периодах) разницы. Постоянные разницы приводят к образованию постоянных налоговых обязательств (ПНО) или активов (ПНА). Временные разницы классифицируются как вычитаемые или налогооблагаемые временные разницы и приводят к образованию отложенных налоговых активов (ОНА) и обязательств (ОНО), соответственно.

Учитывая, наличие достаточно большого количества различий между бухгалтерским и налоговым учетом, грамотному бухгалтеру необходимо разбираться во всех этих тонкостях и формируя учетную политику по основным средствам в целях бухгалтерского и налогового учета, постараться минимизировать данные расхождения для упрощения своей работы. Соответственно, к выбору методов ведения бухгалтерского и налогового учета следует подойти с большой ответственностью.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Налоговый Кодекс Российской Федерации: часть вторая – Федеральный Закон от 05.08.2000 №117-ФЗ (с изм. И доп., вступ. в силу с 01.10.2016)

2. Приказ Минфина России от 30.03.2001 № 26н (ред. от 16.05.2016) «Об утверждении Положения по бухгалтерскому учету «Учет основных средств» ПБУ 6/01»

3. Приказ Минфина России от 06.10.2008 № 107н (ред. от 06.04.2015) «Об утверждении Положения по бухгалтерскому учету «Учет расходов по займам и кредитам» (ПБУ 15/2008)»

4. Зайцева Е. В. Бухгалтерский и налоговый учет основных средств. Есть ли необходимость в сближении? // Молодой ученый. – 2016. – №8. – С. 540-543.

ЭЛЕКТРОННЫЙ ДОКУМЕНТООБОРОТ В РАСЧЕТАХ ПО НДС

Дубовкина Н.А.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Сейчас многие организации широко используют возможности, предоставляемые телекоммуникационными каналами связи (ТКС). Инновации коснулись и сферы документооборота, в том числе налогового. Так, все большую популярность набирает использование в повседневной деятельности электронного документооборота.

Не требует особой аргументации тот факт, что любые операции с электронными документами (составление, корректировка, поиск и т.п.) реализуются оперативней и эффективней «бумажного» варианта. Это позитивно сказывается на результативности работы многих служб предприятия. Электронный документооборот существенно снижает затраты на хранение форм, канцелярию, почтовые услуги и другие подобные расходы, которые, как показывает практика, могут достигать весьма значительных сумм. Система электронного документооборота позволяет практически полностью ликвидировать «механические» ошибки в счетах-фактурах и, следовательно, претензии налоговых служб в предоставлении вычетов по НДС.

В п. 1 ст. 169 Налогового кодекса [1] содержится прямое разрешение на использование счетов-фактур в электронном виде, как и в Правилах документооборота по НДС, утв. Постановлением Правительства РФ от 26.12.2011 г. № 1137. С 7 мая 2016 г. утвержден новый формат электронного счета-фактуры (ЭСФ) и формат электронного первичного документа об отгрузке, включающего в себя счет-фактуру (универсального передаточного документа (УПД)) [2]. Новый формат электронного документа можно использовать: просто как счет-фактуру; как первичный документ, подтверждающий совершение хозяйственной операции; как УПД, совмещающий в себе счет-фактуру и первичный документ, подтверждающий совершение хозяйственной операции.

Выставление и получение электронных документов осуществляется через операторов электронного документооборота – специализированные организации, обеспечивающие обмен открытой и конфиденциальной информацией по ТКС, перечень которых размещается на официальном сайте ФНС России (www.nalog.ru). Выставление и обмен ЭСФ и УПД между контрагентами возможно исключительно при условии взаимного согласия сторон и наличия у них технических возможностей для приема и обработки информации по установленным форматам и в соответствующем порядке [3]. Под взаимным согласием понимается добровольность применения электронного порядка обмена документами, что должно быть закреплено и документально оформлено с учетом обычаев делового оборота. Например, это может быть специально направленное контрагенту письмо или же просто тот факт, что покупатель и поставщик включили друг друга в список контрагентов в используемой системе электронного документооборота.

В налогообложении и получении вычетов по НДС важным показателем являются даты составления и передачи счетов-фактур от продавца к покупателю. При этом в бумажном варианте документооборота не возникает позиции «дата выставления» счета-фактуры, так как дата выставления и составления всегда совпадают. При использовании электронных документов дата составления и дата выставления могут приходиться на разные числа и даже на разные налоговые периоды. Дата составления – это число, месяц и год, указанные в строке 1 счета-фактуры. Дата выставления – это день, когда файл со счетом-фактурой поступил от продавца к оператору электронного документооборота. Оператор фиксирует эту дату в подтверждении, направляемом в адрес продавца.

Электронный документ должен быть подписан усиленной квалифицированной электронной подписью (УКЭП) руководителя организации (или иными уполномоченными лицами), электронная подпись главного бухгалтера не требуется (п. 6 ст. 169 НК РФ). УКЭП, которой должен быть подписан ЭСФ или УПД, должна:

✓ создаваться и проверяться с использованием средств электронной подписи;

✓ быть получена в результате криптографического преобразования информации с использованием ключа электронной подписи;

✓ позволять идентифицировать лицо, подписавшее документ;

✓ позволять обнаружить факт внесения изменений в электронный документ уже после его подписания (защита от исправлений и дополнений);

✓ иметь ключ проверки электронной подписи, который был бы указан в квалифицированном сертификате.

В заключение следует отметить, что наряду с возникающими преимуществами использования электронного документооборота для организации-налогоплательщика специалисты налогового ведомства также приветствуют использование электронных документов, поскольку оно позволяет существенно повысить качество и оперативность сбора необходимой для ФНС информации, упрощает и ускоряет проведение налоговых проверок и положительно сказывается на эффективности администрирования НДС [4].

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Налоговый кодекс Российской Федерации. Часть 2. Федеральный закон № 117-ФЗ от 05.08.2000 г.
2. Приказ ФНС России от 24.03.2016 № ММВ-7-15/155@ «Об утверждении формата счета-фактуры и формата представления документа об отгрузке товаров (выполнении работ), передаче имущественных прав (документа об оказании услуг), включающего в себя счет-фактуру, в электронной форме»
3. Справочно-правовая система «Консультант-плюс». [Электронный ресурс]. Режим доступа: URL: http://www.consultant.ru.
4. Электронные счета-фактуры: бухгалтерия по новым правилам. Электронный журнал «Контур». [Электронный ресурс]. Режим доступа: URL: https://kontur.ru/articles/2116.

ПОРЯДОК ПОЛУЧЕНИЯ ИМУЩЕСТВЕННОГО НАЛОГОВОГО ВЫЧЕТА У РАБОТОДАТЕЛЯ

Егоров Д.В.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Российские граждане, являясь налоговыми резидентами РФ, имеют право вернуть часть затраченных на покупку или строительство жилья (квартиры, дома) средств в виде имущественного налогового вычета (ст. 220 Налогового кодекса РФ (НК РФ) [1]). Указанный вычет равен стоимости купленной или построенной недвижимости, но не должен превышать 2 млн. руб. То есть максимальный размер государственной «компенсации» соответствует 13-процентному налогу на доходы физически лиц (НДФЛ) с указанной суммы и составляет 260 тыс. руб. (2 млн руб. * 0,13). 13% можно вернуть и с суммы процентов по ипотечному кредиту [3].

Существует два варианта получения имущественного налогового вычета при покупке (строительстве) жилья:

- через налоговую инспекцию (после сдачи налоговой декларации по форме 3-НДФЛ и предоставления формы 2-НДФЛ). При этом налоговый вычет возвращается налогоплательщику только по завершении года, в котором была куплена или построена недвижимость (сразу за целый год (или несколько лет));

- через работодателя. В этом случае налоговый вычет не возвращается налогоплательщику напрямую, просто с его заработной платы не удерживается 13%-ный налог на доходы физически лиц (НДФЛ) до момента исчерпания вычета (отметим, что в данном случае право на вычет нужно будет подтверждать в налоговом органе каждый календарный год [2]).

До недавнего времени налогоплательщики отдавали предпочтения первому способу, но с 2014 года были подкорректированы правила предоставления налогового вычета по месту работы, что заметно повысило привлекательность этого варианта.

Рассмотрим преимущества получения рассматриваемого вычета у работодателя. Налогоплательщик может обратиться в налоговую службу по месту жительства, как только на руках у него окажутся документы, подтверждающие право собственности на недвижимость. Кроме того, предоставляются документы, подтверждающие расходы налогоплательщика на приобретение имущества или уплату процентов по ипотеке. По итогам проверки представленных документов (при сроке проверки не более 30 дней – абз. 3 п. 3 ст. 220 НК РФ)) налогоплательщику вручают Уведомление для работодателя на предоставление налогового вычета, которое он вместе с заявлением должен представить в бухгалтерию по месту своей работы. Отметим, что срок проверки документов, поданных для получения вычета непосредственно через налоговую службу значительно больше - три месяца.

С момента подачи заявления и Уведомления в бухгалтерию все дальнейшие необходимые для вычета расчеты будет производить работодатель. Начиная с месяца подачи документов, с заработной платы работника не будет удерживаться НДФЛ, и, соответственно, «на руки» будет выплачиваться сумма оплаты труда на 13% больше, чем обычно. Это будет происходить до исчерпания суммы вычета или до конца календарного года (в зависимости от того, что наступит ранее).

Если в текущем году вычет не был использован полностью, то налогоплательщик имеет право на получение у работодателя остатка вычета в последующие налоговые периоды (пп. 2 п. 1 ст. 220 НК РФ). Для этого в начале года

необходимо получить новое Уведомление в налоговой службе, предоставив справку по форме 2-НДФЛ, выданную работодателем за прошлый год.

С 1 января 2014 года в НК РФ были внесены изменения, согласно которым появилась возможность получать имущественный вычет у нескольких работодателей одновременно (абз. 4 п. 8 ст. 220 НК РФ). Главное условие – чтобы человек был зачислен в штат предприятия и получал «белую» зарплату, с которой удерживается 13%-ный НДФЛ к уплате в бюджет. Для этого в заявлении на вычет необходимо указать, как налогоплательщик желает распределить налоговый вычет между работодателями, и налоговый орган выдаст отдельные Уведомления для всех заявленных работодателей с указанием конкретных сумм вычета.

Но помимо преимуществ процедуры получения имущественного вычета у работодателя (относительная простота, сокращенный состав подаваемых в налоговую службу документов, «оперативность» получения вычета) следует отметить и существующие минусы. К примеру, этот способ доступен только тем, кто трудится в штате предприятия и не подходит для выполняющих работы по договорам гражданско-правового характера (например, подряда).

Существенный недостаток получения налогового вычета через работодателя состоит также в том, что при увольнении или переходе на новую работу процесс на время прерывается. Дело в том, что Уведомление из налоговой службы является адресным документом, предназначенным конкретному работодателю. Чтобы продолжить получать вычет, налогоплательщику следует заново обратиться в налоговую инспекцию с заявлением о предоставлении Уведомления для нового работодателя.

В целом можно сказать, что существующие преимущества получения имущественного вычета по месту работы перекрывают указанные минусы.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Налоговый кодекс Российской Федерации. Часть 2. Федеральный закон № 117-ФЗ от 05.08.2000 г.

2. Справочно-правовая система «Консультант-плюс». [Электронный ресурс]. Режим доступа: URL: http://www.consultant.ru.

3. Налоговый вычет у работодателя: просто и быстро. БН-газета. [Электронный ресурс]. Режим доступа: URL: http://www.gazeta.bn.ru/articles /2015/01/21/209731.html.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ СЧЕТА 76 «РАСЧЕТЫ С РАЗНЫМИ ДЕБИТОРАМИ И КРЕДИТОРАМИ» В УЧЕТНОЙ ПРАКТИКЕ РОССИЙСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Егорова Ю.А.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Дебиторскую и кредиторскую задолженность любого хозяйствующего субъекта принято разделять на две группы. Первая группа – это задолженность, обусловленная процессами основной деятельности организации – дебиторская задолженность покупателей (заказчиков), кредиторская задолженность перед поставщиками (подрядчиками). Прочие виды задолженности принято классифицировать в качестве задолженности по другим («неторговым», некоммерческим) операциям. Ко второй группе относится и задолженность прочих дебиторов и кредиторов.

Поставщики и подрядчики – это организации, поставляющие товарно-материальные ценности, а также оказывающие различные виды услуг и выполняющие разные работы. Поставщик – юридическое или физическое лицо, осуществляющее хозяйственную деятельность посредством поставки материальных ценностей и оказания платных услуг. Подрядчик – организация, занимающаяся выполнением определенных работ за плату на основании ранее заключенного договора. Для обобщения информации о расчетах с контрагентами за полученные ценности, принятые выполненные работы и потребленные услуги, в том числе услуги доставки или переработки материальных ценностей, используется активно-пассивный балансовый счет 60 «Расчеты с поставщиками и подрядчиками».

В то же время в практике работы бухгалтерских служб для отражения расчетов по операциям транспортировки активов, по расчетам за различные услуги (например, связи, информационные и т.п.) и учета других видов задолженности нередко используют счет 76 «Расчеты с разными дебиторами и кредиторами». Активно-пассивный балансовый счет 76 предназначен для обобщения информации о расчетах по операциям с дебиторами и кредиторами по операциям: имущественного и личного страхования; претензиям; расчетов с депонентами по депонированным суммам. Для этого к счету 76 открываются субсчета, перечень которых представлен нами в таблице.

Таблица – Состав субсчетов к счету 76 « Расчеты с разными дебиторами и кредиторами»

Субсчет	Назначение
1 «Расчеты по имущественному и личному страхованию»	Для отражения расчетов по страхованию имущества и работников (кроме расчетов по социальному страхованию и обязательному медицинскому страхованию) организации
2 «Расчеты по претензиям»	Для отражения расчетов по претензиям, предъявленным контрагентам, а также по предъявленным и признанным (или присужденным) штрафам, пеням и неустойкам
3 «Расчеты по причитающимся дивидендам и другим доходам»	Для учета расчетов по причитающимся предприятию дивидендам и другим доходам, в том числе доходов в рамках договора простого товарищества
4 «Расчеты по депонированным суммам»	Для учета расчетов с работниками предприятия по суммам, начисленным, но не выплаченным в установленный срок (из-за неявки получателей) – депонированная заработная плата

Типовой План счетов бухгалтерского учета ФХД [1] не предлагает других субсчетов к счету 76 и не содержит их характеристик. В то же время перечень указанных субсчетов не закрыт и в учетной практике российских предприятий в развитие счета 76 открывались следующие позиции:

- «Расчеты с квартиросъемщиками» – для учета расчетов с гражданами, проживающими в общежитиях предприятия;
- «Расчеты с родителями за содержание детей в детских учреждениях» – для отражения расчетов с родителями детей, принятых в детские учреждения, находящиеся на балансе организации;
- «Расчеты с гражданами за принятые от них продукцию, скот и птицу для продажи» – для систематизации информации о расчетах с физическими лицами за принятые от них соответствующие виды продукции для реализации;
- «Расчеты по лизинговым и арендным обязательствам» – для учета начисления и погашения платы по договорам всех видов аренды (в том числе финансовой);
- «Расчеты по прочим операциям» – для обобщения информации по хозяйственным операциям, не предусмотренным на других счетах (субсчетах). К примеру: расчеты с организациями – цессионариями (при переоформлении обязательств по договору уступки права требования - цессии), различные расчеты по исполнительным документам судебных органов и др. [2].

В целом счет 76 предназначен для обобщения информации о расчетах по операциям с дебиторами и кредиторами, не упомянутыми в пояснениях к счетам 60-75 Плана счетов бухгалтерского учета ФХД; он используется для учета расчетных операций, не носящих в организации регулярного характера, и расчетов, которые невозможно учесть на других бухгалтерских счетах. Сказанное

не раз обосновывалось известными авторами в области бухгалтерского учета (к примеру, Я.В. Соколовым, В.В. Патровым [3]). Следовательно, использование счета 76 в учете расчетов с поставщиками и подрядчиками любых видов товаров, работ или услуг нарушает методологию бухгалтерского учета и в целом является некорректным.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. План счетов бухгалтерского учета финансово-хозяйственной деятельности организации и Инструкция по его применению. Утверждены приказом Минфина РФ от 31.10.2000 г. № 94н.
2. Справочно-правовая система «Консультант-плюс». [Электронный ресурс]. Режим доступа: URL: http://www.consultant.ru.
3. Счет 76 «Расчеты с разными дебиторами и кредиторами. Бух.1С. Интернет-ресурс для бухгалтеров. [Электронный ресурс]. Режим доступа: URL: http://buh.ru/articles/documents/13282/.

ПРОБЛЕМЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЯ ПРИ УЧЕТЕ НАЛИЧИЯ И ДВИЖЕНИЯ ОСНОВНЫХ СРЕДСТВ В ОРГАНИЗАЦИИ

Жилова К.И.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Основные средства – это часть имущества, используемая организацией в течение длительного времени (более 12 месяцев) при производстве продукции (выполнении работ, оказании услуг), а также в управленческих целях.

Имущество учитывается в составе основных средств организации при единовременном выполнении следующих условий:

- имущество используется в производстве продукции при выполнении работ или оказании услуг, либо для управленческих нужд организации, либо для предоставления организацией за плату во временное владение и пользование, или во временное пользование;
- имущество используется в течение длительного времени, (продолжительностью свыше 12 месяцев или обычного операционного цикла, если он превышает 12 месяцев);
- организацией не предполагается последующая перепродажа данного имущества;
- имущество способно приносить организации экономические выгоды (доход) в будущем. [ПБУ 6/01 «Учет основных средств»].

Несомненно, важным для предприятия является учет основных средств.

Предметом исследования являются основные средства в организации.

Объектом исследования выступает учет основных средств в организации.

Цель исследования - изучить проблемы предпринимателя при учете наличия и движения основных средств в организации.

При написании данной статьи применялись научные, логические методы исследования, использована специальная литература следующих авторов, таких как Ладутько Н.И., Кожарский В.В., Кожарский Н.В., Пономаренко П.Г., Левкович. О.А, И.Н. Тарасевич, Пупко Г.М.

Основные средства занимают важное значение в работе организации. Основной проблемой для главных бухгалтеров при учете и движении основных средств является стоимость объекта основных средств. В 2016 году эта величина составляет 40 000 рублей [1, с. 34–45].

На схеме представлены виды основных средств:

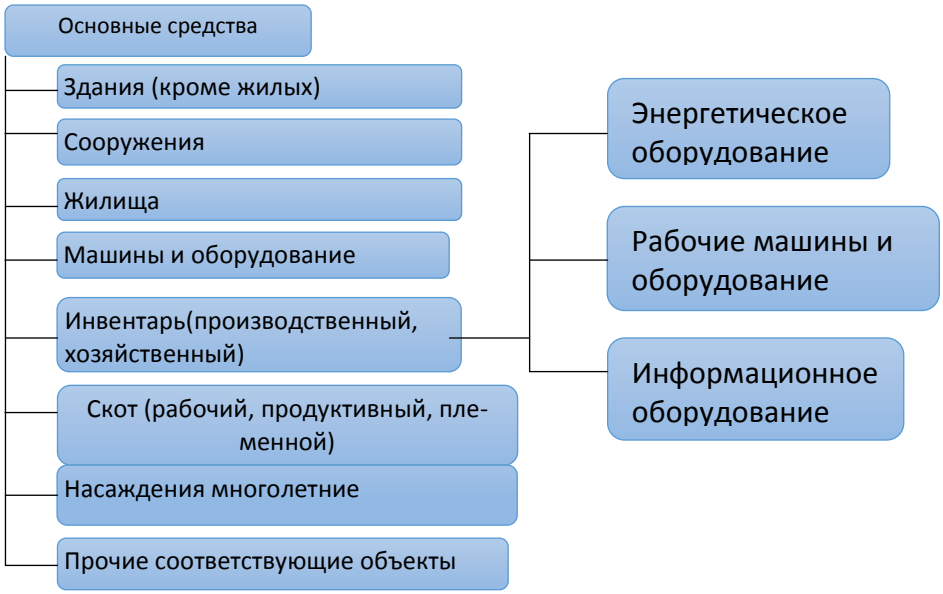


Схема 1 – Виды основных средств

Счет 01 необходим для учета всех основных средств предприятия. Трудность в данном случае заключается в том, чтобы поставить объект основных средств на учет, для этого данный объект должен «побывать» на других счетах и дождаться, когда будет сформирована его первоначальная стоимость.

На каждом предприятии есть вещи, с помощью которых люди работают, – станки, машины, здания, компьютеры и многое другое. Эту группу вещей называют средствами труда. Средства труда образуют окружающую среду предприятия. Это то, среди чего люди трудятся, и то, чем они воздействуют на предметы труда [2, с. 140].

Для целей бухгалтерского учета средства труда называют основными средствами. Они сохраняют натуральную форму в течение всего срока своей службы. В бухгалтерском учете важно различать средства труда и предметы труда. То есть то, что помогает людям работать, и то, над чем они работают. Станки, конвейеры, на которых выпускают продукцию, это основные средства. А гвозди, цемент, из которых ее делают, это материалы [3, с. 290].

Самое главное отличие основных средств – в сроке полезного использования.

Срок полезного использования обычно определяют по специальной классификации. Этот документ утвержден Постановлением Правительства РФ от 1 января 2002 г. № 1 и действует до сих пор.

Помимо срока полезного использования есть другие условия и все они не менее важны. Актив может быть признан основным средством, только если одновременно выполняются пять условий.

Одно из таких условий связано с первоначальной стоимостью. Ее обязательно сравнивают с лимитом, который должен быть установлен в учетной политике компании. Чаще всего он равен 40 000 руб., но может быть и меньше. Если стоимость нового актива больше лимита, значит, это основное средство. Иначе имущество включают в состав материалов.

Для бухгалтерского учета основных средств нужен счет 08 «Вложения во внеоборотные активы», так как учет основных средств в 2016 году предполагает, что суммы, из которых складывается первоначальная стоимость основного средства, зачастую возникают не сразу. Перед крупной покупкой компания может обратиться к специалистам за консультацией, отправить сотрудника в командировку, организовать прием представителей продавца и т. д. После покупки может понадобиться время на транспортировку и наладку. На все это может уйти от нескольких дней до нескольких недель и даже месяцев.

Отражать расходы на счете 01 «Основные средства» нельзя до тех пор, пока оборудование не будет готово к эксплуатации. Поставить имущество на этот счет можно, когда будет сформирована полная первоначальная стоимость. Также любая хозяйственная операция должна быть отражена в бухгалтерском учете в момент, когда она совершена. Если это не представляется возможным, то сразу же после ее завершения. Для данных целей будет необходим счет 08 «Вложения во внеоборотные активы». Этот счет специально предназначен для хранения информации обо всем, что потрачено на будущие основные средства. Пока первоначальная стоимость полностью не сформирована, все расходы, связанные с появлением основного средства, записывают на данный счет [5, с. 78].

Итак, первые необходимые на предприятии проводки будут выглядеть так:

Дебет 08 Кредит 60 — отражена покупная стоимость станка, который будет учтен в составе основных средств (без НДС);

Дебет 08 кредит 60 — отражены затраты на транспортировку станка, который будет учтен в составе основных средств (без НДС) [6, с. 90].

Вместо счета 60 «Расчеты с поставщиками и подрядчиками» на предприятии в некоторых случаях используют счет 76 «Расчеты с разными дебиторами и кредиторами». Если организация сама доставила основное средство и привела его в рабочее состояние, проводки будут другими. Тогда связанные с этим расходы отражают по дебету счета 08 и кредиту счетов учета затрат. Например, это могут быть счета 23 «Вспомогательные производства», 26 «Общехозяйственные расходы» или 70 «Расчеты с персоналом по оплате труда» и другие счета.

Итак, проведенное исследование позволило установить, что, на счете 01 учитывают все основные средства компании. Для целей бухгалтерского учета средства труда называют основными средствами. Они сохраняют натуральную форму в течение всего срока полезного использования. В бухгалтерском учете важно различать средства труда и предметы труда. В организации есть лимит, который должен быть установлен в учетной политике и равен он 40000 руб., то есть, если стоимость актива достигает суммы более 40000 руб., то это означает, что актив является основным средством. Отражение расходов на счете 01 «Основные средства» невозможно до тех пор, пока оборудование не будет готово к эксплуатации. Таким образом, основные проблемы возникают при расчете амортизационных отчислений и учете их для целей налогообложения:

1. Касательно налогообложения по налогу на прибыль;

2. При включении амортизации в состав расходов;

3. При переоценке основных средств проблема заключается в достоверности стоимости объектов основных средств на соответствие рыночным ценам, с целью налогообложения имущества;

4. Проблема при приобретении новых основных средств при отнесении суммы НДС к возмещению с учетом авансовых выплат.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Журнал «Бухгалтерский учет и анализ». 2016. № 7, С. 34–45.

2. Ладутько Н.И. Бухгалтерский учет в промышленности: учеб. пособие / Н.И. Ладутько. – Мн.: Книжный дом, 2015. - 688 с.

3. Кожарский В.В.Бухгалтерский учет в торговле: учебно- практическое пособие / В.В. Кожарский, Н.В. Кожарский. – Минск: ИВЦ Минфина, 2016. – 560 с.

4. Пономаренко П.Г. [и др]; под общ. ред. П.Г. Пономаренко Бухгалтерский учет, анализ и аудит : учеб. пособие. -3-е изд., испр. – Минск: Выш. Шк., 2016. -558 с.

5. Левкович. О.А. Бухгалтерский учет: учебное пособие / О.А. Левкович, И.Н. Тарасевич. – 6-е изд., перераб. и доп. - Минск: Амалфея, 2015. – 768 с.

6. Пупко Г.М. Аудит и ревизия: учеб. пособие / Г.М. Пупко. – Мн.: Интерпрессервис; Мисанта, 2013. – 429 с.

ОЦЕНКА МАТЕРИАЛЬНО-ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ ЗАПАСОВ ПО СПРАВЕДЛИВОЙ СТОИМОСТИ

Захарова К.А.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

В статье рассматривается одна из наиболее дискуссионных тем бухгалтерского учета в условиях интеграции международных и отечественных стандартов – оценка имущества по справедливой стоимости. Обеспечение достоверности информации, представляемой в бухгалтерской (финансовой) отчетности, невозможно без формирования учетной информации о стоимостных характеристиках материально-производственных запасов и иных активов, соответствующей сложившимся реалиям бизнеса [1].

В последнее время много говорится о важности роли профессионального суждения бухгалтера в решении учетных трудностей: как поступить в той или иной ситуации, как отразить операции в учете и отчетности. На смену строгому следованию принятых учетных парадигм приходит подход, в соответствии с которым на законодательный уровень нормативного регулирования бухгалтерского учета выводятся лишь методические основы ведения учета и формирования бухгалтерской (финансовой) отчетности.

Традиционным видом оценки в бухгалтерском учете длительное время выступала историческая стоимость, основанная на фактических расходах на приобретение того или иного вида имущества [5].

В рыночных условиях функционирования принятие экономически обоснованных управленческих решений невозможно без осуществления детального анализа потенциальных возможностей генерирования активами будущих денежных потоков, оценки имущества по стоимости возможной реализации на дату составления финансовой отчетности в условиях оперирования релевант-

ной и достоверной информацией.

Интеграционные процессы учетных парадигм, представленных в российских и международных стандартах учета и отчетности, обусловили повышенный научный интерес к реализации различных подходов к оценке имущества и обязательств организации, и, прежде всего, к оценке по справедливой стоимости.

В 2012 г. был разработан и внедрен в практику учета Международный стандарт финансовой отчетности МСФО (IFRS) 13 «Оценка справедливой стоимости».

В соответствии с нормами МСФО (IFRS) 13 справедливая стоимость представляет собой рыночную оценку, в рамках осуществления которой устанавливается цена возможного осуществления операции на организованном рынке по продаже актива или передаче обязательства между участниками рынка на дату оценки в текущих рыночных условиях [2].

Оценке по справедливой стоимости в соответствии с МСФО (IFRS) 13 «Оценка справедливой стоимости» необходимо подвергать следующие объекты бухгалтерского учета:

- инвестиционное имущество после первоначального признания;
- идентифицируемые нематериальные активы, приобретенные по сделке объединения бизнеса;
- основные средства при переходе на МСФО;
- финансовые инструменты [2].

Установление достоверной оценки отдельных видов активов на основе расчета справедливой стоимости и раскрытие указанной информации в отчетности требуется и в отношении биологических и нефинансовых активов. В рамках осуществления мониторинга возможности обесценения нефинансовых активов, к которым относятся запасы, справедливая стоимость указанных активов должна корректироваться на суммы затрат, связанных с их выбытием [3].

В МСФО (IFRS) 13 рассматривается возможность применения различных подходов для определения справедливой стоимости соответствующих активов: рыночный, доходный и затратный. В рамках реализации рыночного подхода предполагается применение котировальных цен активного рынка, при доходном подходе используется метод оценки в соответствии с дисконтированными потоками денежных средств или доходов. Затратному подходу свойственно применение стоимости замещения актива с учетом накопленной амортизации.

Вместе с тем следует отметить, что наиболее точный параметр справедливой стоимости материально-производственных запасов может быть получен

лишь при наличии активного рынка, на котором обращаются соответствующие активы.

В условиях отсутствия активного рынка показатель справедливой стоимости в значительной степени будет зависеть от субъективных оценок, базирующихся на профессиональном суждении конкретного оценщика [4]. Указанная ситуация расширяет возможности для незаконной оптимизации данных финансовой отчетности руководством организации.

В настоящее время бухгалтер имеет право самостоятельно решить: применять ли ему оценку по справедливой стоимости, повысит ли она достоверность его отчетности или будет способствовать нарушению принципа нейтральности информации. Важно, чтобы это решение было продуманным и аргументированным.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Международный стандарт финансовой отчетности (IAS) 1 «Представление финансовой отчетности»: утвержден для применения на территории Российской Федерации Приказом Минфина России от 25.11.2011 № 160н (Прил. 1).

2. Международный стандарт финансовой отчетности (IFRS) 13 «Оценка справедливой стоимости»: утвержден для применения на территории Российской Федерации Приказом Минфина России от 18.07.2012 № 106н (Прил. 7).

3. Дружиловская Э.С. Проблемы применения справедливой стоимости в российском и международном бухгалтерском учете/ Э.С. Дружиловская // Международный бухгалтерский учет. – 2014. – № 17. –С. 2–12.

4. Ковалев В.В. Финансовая отчетность. Анализ финансовой отчетности (основы балансоведения) /В.В. Ковалев, Вит. В. Ковалев. – М.: ТК Велби; Проспект, 2006. – 432 с.

5. Hoffmann S.A. Historical View the Political Fair Value Debate in Germany. 2010. URL: http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.1634824.

ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ МОЩНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЯ И ПУТИ ЕЁ УВЕЛИЧЕНИЯ

Зудова А.О.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Статья посвящена актуальной на сегодняшний день проблеме производственной мощности предприятия. В ней анализируется само понятие производственной мощности, а так же единицы измерения данного понятия. В качестве исследовательской задачи автором была определена попытка оценить значи-

мость влияния производственной мощности предприятия на объём выпускаемой продукции и, как следствие, на успешное функционирование предприятия. Исследуются пути повышения производственной мощности предприятия.

Для изучения вопроса производственной мощности была изучена такая литература, как статьи, проанализированы учебники для ВУЗов, а так же сеть Интернет.

Главная цель статьи – раскрыть понятие объекта исследования, а именно – производственной мощности предприятия. Определить, от каких факторов она зависит, какое влияние оказывает на успешное функционирование предприятия. Тема, поднимаемая в данной статье, на сегодняшний момент является крайне актуальной. Данная тема стоит на стыке двух наук: менеджмента и бизнес- экономики.

Производственная мощность предприятия – это максимальный объем продукции, производимой организацией при полном использовании ограниченных ресурсов [1].

Выделяют несколько видов производственной мощности:

- плановая, рассчитывается исходя из применяемых технологических процессов, наличного парка оборудования, имеющихся производственных площадей. Плановая мощность отражает рыночную ситуацию;

- фактическая, отражает достигнутое реальное значение производственной мощности;

- теоретическая, или паспортная. Является производственной мощностью без учета потерь, т.е. записанной в паспорте оборудования. Характеризует максимально возможный выпуск продукции при идеальных условиях функционирования производства;

- практическая, или расчетная. Является производственной мощностью с учётом допустимых и необходимых потерь.

Производственные мощности измеряются в натуральном выражении (килограммах, тоннах, штуках и т.д.). Например, производственная мощность теплоснабжающей организации будет выражаться в Гкал, автомобильных заводов в шт, хлебкомбината – в тоннах продукции.

Существует такое понятие, как коэффициент использования производственной мощности. Он определяется как частное от планового выпуска продукции, делённое на среднегодовую производственную мощность. Данный коэффициент считается оптимальным, при значении от 0,75 до 0,85единиц.

Расчёт производственной мощности начинается с определения фонда рабочего времени оборудования [2].

Определяется календарный фонд рабочего времени оборудования (без учёта потерь).

$Ф^{к}_{р.о.} = Д \cdot К_{смен} \cdot Т_{смен} \cdot n$ [час],

где $Ф^{к}_{р.о.}$- календарный фонд оплаты труда; Д - количество рабочих дней по календарю; $К_{смен}$ - количество смен; $Т_{смен}$ - рабочее время одной смены; n - количество средств производства.

Определяется номинальный фонд рабочего времени оборудования (с учётом неизбежных потерь).

$Ф^{н}_{р.о.} = (Д_{к} - Д_{пр}) \cdot К_{смен} \cdot Т_{смен} \cdot n$ [час],

где $Ф^{н}_{р.о.}$ - номинальный фонд рабочего времени оборудования; $Д_{к}$ - количество рабочих дней по календарю; $Д_{пр}$ - количество выходных дней и праздников.

Определяется плановый фонд рабочего времени оборудования.

$Ф^{пл}_{р.о.} = Ф^{н}_{р.о.} - П_{рем}$ [час],

где $Ф^{пл}_{р.о.}$ - плановый фонд рабочего времени; $П_{рем}$ - плановый ремонт.

Методов расчёта производственной мощности организации существует много, но поотношению к продукту труда можно выделить 3 основных:

1. По трудоёмкости

$ПМ = \frac{Ф^{пл}_{р.о.} \cdot n}{Т_{ед}}$,

где $Т_{ед}$- трудоёмкость единицы продукции; ПМ− производственная мощность.

2. По пропускной способности

$ПМ = Ф^{пл}_{р.о.} \cdot П_{с} \cdot с$,

где $П_{с}$ - пропускная способность (техническая характеристика выпуска).

3. По площади (для сборочных подразделений)

$ПМ = \frac{S_{оп} \cdot Ф_{рв}}{Т_{цс} \cdot S_{пс}}$,

где $S_{оп}$ - общая площадь; $Ф_{рв}$ - фонд рабочего времени; $Т_{цс}$ - длительность цикла сборки; $S_{пс}$- площадь сборки.

Резервы роста производственной мощности существуют экстенсивные (количественные) и интенсивные (отвечают за эффективность процесса).[3]

Экстенсивные:

1. Увеличение количества смен
2. Увеличение количества станков
3. Увеличение времени смены
4. Новые технологии
5. Повышение квалификации труда рабочих

Интенсивные:

1. Сократить потери рабочего времени
2. Совмещение работ/кооперация работ
3. Стимулирование труда

4. Оптимизация использования основных производственных фондов.

На основании вышеизложенного можно сделать вывод, что производственная мощность предприятия отражает потенциальные возможности организаций, предприятий по выпуску продукции, выполнению работ. Повышение мощности возможно не только за счёт внедрения новых механизмов, реконструкции и технического перевооружения производства, но и за счёт детального анализа и изменения организационно-технических мероприятий.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. ФроловаТ.А. Экономика предприятия / Т.А.Фролова. – Таганрог: ТТИ ЮФУ, 2011. – С. 51–52.
2. Стерлигова А.Н. Операционный (производственный) менеджмент: Учеб. пособие / А.Н. Стерлигова, А.В. Фель. – М.: ИНФРА-М, 2010. С. 180–187.
3. Экономика предприятия / под ред. А.Е. Карлика и М.Л. Шухгальтера. – М.: ИНФРА-М, 2004. – С. 31–33.

НЕКОММЕРЧЕСКИЕ ОРГАНИЗАЦИИ, ЗАНИМАЮЩИЕСЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ: ТЕОРЕТИЧЕСКО-ПРАВОВЫЕ И ПРАКТИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ ВЕДЕНИЯ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА

Коринская А.А.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Российская экономика выбирает инновационный путь развития. Современные предприниматели ставят перед собой цели не только в получении прибыли, но и в удовлетворении социальных потребностей. Поэтому деятельность некоммерческих организаций приобретает все большее значение в экономике Российской Федерации.

Увеличение количества некоммерческих организаций, расширение сферы деятельности и усложнение их функций становятся причиной все более жестких требований, проверок со стороны налоговых органов, органов Минюста России, пожарного надзора и других органов.

Целью настоящего исследования является разработка актуальных и возможных для практического применения рекомендаций по улучшению организации бухгалтерского учета и организации внутреннего финансового контроля некоммерческих организаций занимающихся предпринимательской деятельностью.

Для достижения поставленных целей необходимо решить следующие задачи:

- исследовать организационно-правовое регулирование деятельности некоммерческой организации;

- обобщить теоретическое, нормативное, учетно-информационное обеспечение деятельности НКО;

- рассмотреть общие требования, предъявляемые к организации бухгалтерского учета;

- рассмотреть бухгалтерский учет отдельных наиболее значимых для данной деятельности видов имущества и обязательств;

- рассмотреть принципы бухгалтерского учета прибыли некоммерческой организации, занимающейся предпринимательской деятельностью;

- научно обосновать необходимость разработки новых положений ведения учета для эффективной деятельности НКО, предложить способы повышения результативности контрольных действий на основе актуальной учетно-аналитической информации.

Предметом исследования является совершенствование принципов и методов организации бухгалтерского учета в некоммерческих организациях.

Наличие предпринимательских функций в деятельности некоммерческих организаций приводит к возникновению особого организационного статуса предпринимательских НКО. И вместе с этим возникает проблемы, требующие создания единой методологии учета.

При изучении данной проблемы оказалось, что в области нормативного регулирования бухгалтерского учета и отчетности некоммерческих организаций о единстве методологии говорить сложно. Действующие в настоящее время стандарты учета и План счетов финансово-хозяйственной деятельности организаций нацелены на коммерческие предприятия. Отдельные нормативные акты по учету и аудиту, учитывающие специфику финансирования и функционирования некоммерческих организаций, отсутствуют.

Для начала обратимся к самому определению некоммерческой организации: НКО является организация, не имеющая в качестве основной цели своей деятельности извлечение прибыли и не распределяющая полученную прибыль между участниками (п. 1 ст. 50 Гражданского кодекса РФ, п. 1. ст. 2 Федерального закона от 12.01.1996 № 7-ФЗ «О некоммерческих организациях»).

Можно сделать вывод о том, что понятие «прибыль» и «понятие некоммерческая организация» полностью не эквивалентны.

Однако если прочесть ст. 23.24, п. 5 ГК РФ: «Некоммерческая организация (с 1 сентября 2014 г. в связи с вступлением в силу изменений ГК РФ автономная некоммерческая организация) вправе заниматься предпринимательской деятельностью, необходимой для достижения целей, ради которых она создана, и соответствующей этим целям, создавая для осуществления предпринимательской деятельности хозяйственные общества или участвуя в них», получается, что прибыль у некоммерческой организации имеет место быть.

Но тут возникает еще одна проблема: на каком счете учитывать полученные доходы от предпринимательской деятельности и как их классифицировать? Так как в бухгалтерском учете НКО отсутствует термин «прибыль» и используется «целевые поступления (целевые доходы)» и «целевые расходы».

А на практике может получиться так, что у НКО для выполнения поставленных целей отсутствуют целевые поступления и организация полностью финансирует себя за счет предпринимательской деятельности.

Активная предпринимательская деятельность некоммерческих организаций приводит к накоплению прибыли и в свою очередь к необходимости разработки новых методик распределения ее между участниками, так как на сегодняшний день это прямо запрещено на законодательном уровне.

На сегодняшний день эффективность деятельности НКО не может быть измерена путем прямого сравнения с другими организациями.

Несмотря на то, что большое количество хозяйствующих субъектов в Российской Федерации создается в форме НКО, следует подчеркнуть, что нормативная основа их функционирования еще не достаточно развита, не закреплена на законодательном уровне.

Законодатель, исходя из того, что некоммерческие организации создаются для достижения общественно полезных целей, имеющих, как правило, нематериальный характер, не уделил должного внимания предпринимательской деятельности, которую активно развивают некоммерческие организации.

Отсюда главный вывод: назрела необходимость законодательного закрепления понятия уставной и предпринимательской деятельности некоммерческой организации.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Гражданский кодекс Российской Федерации (ГК РФ).
2. Налоговый кодекс Российской Федерации (НК РФ).
3. Федеральный закон от 12 января 1996г. № 7-ФЗ «О некоммерческих организациях».
4. Федеральный закон от 6 декабря 2011 г. № 402-ФЗ «О бухгалтерском учёте».
5. Журнал «Некоммерческие организации в России».

6. Толмасова А.К. Современное законодательство о некоммерческих организациях. Изменения 2009 и 2010 г./ А.К. Толмасова. – М., «Аспект-Пресс», 2011. – 175 с.

7. Вайнер В.В., Гладких Н.Ю. «Некоммерческие организации: эффективная социальная реклама», серия книг «Некоммерческие организации» под общей редакцией П.Ю. Гамольского. – М.: ЗАО «Книга и Бизнес», 2013. – 176 с.

8. Батурина М.В. Негосударственные некоммерческие организации: учёт и контроль: практическое руководство. – М.: Эксмо, 2012. – 160 с.

9. Гамольская П.Ю. Некоммерческие организации: особенности налогообложения и бухгалтерского учёта. – М.: ЗАО «Книга и Бизнес», 2013. – 314 с.

10. Интернет ресурсы и информационно-правовая система Консультант.

УЧЕТ ЗАТРАТ И КАЛЬКУЛИРОВАНИЕ СЕБЕСТОИМОСТИ ПРОИЗВОДСТВА МОЛОКА В ООО «АГРОФИРМА «НАРУКСОВСКАЯ» ПОЧИНКОВСКОГО РАЙОНА НИЖЕГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ

Корнева А.А.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Продукция животноводства играет огромную роль в обеспечении населения продуктами питания. Согласно статистическим данным, производство молока в животноводческой отрасли в целом по РФ увеличилось в 2015 году по сравнению с 2013 годом на 268 тыс. тонн., надой молока на 1 корову также увеличился на 320 кг в 2015г. по сравнению с 2012г.[3]

Целью работы является рассмотрение показателей эффективности производства молока и выявление факторов, влияющих на производство молочной продукции в ООО «Агрофирма «Наруксовская». В связи с этим целью данной работы является снижение себестоимости продукции на предприятии и повышение эффективности производства. В работе использованы экономико-статистические методы: сравнительного и факторного анализа.

Таблица 1 – Факторный анализ производства молока в ООО «Агрофирма «Наруксовская»

Продукция	**Поголовье, гол**		**Продуктивность, ц/гол.**		**Валовое производство**			**Изменение валового производства**		
									В т.ч. за счёт	
	2014	**2015**	**2014**	**2015**	**2014**	**усл.**	**2015**	**общее**	**Поголовья**	**продук дук-**

										тивно-сти
	1	2	3	4	5	6=2*3	7	8=7-5	9=6-5	10=7-6
Моло-ко	336	321	31,1	31,4	10459	9983	10068	-391	-476	85

В ООО «Агрофирма «Наруксовская» за анализируемый период производство молока сократилось на 391 ц, в том числе при снижении поголовья молочного стада на 467 гол. и увеличении продуктивности на 85 ц/гол.

Таблица 2 – Состав и структура себестоимости молока в ООО «Агрофирма «Наруксовская», тыс. руб.

Продукция	**Поголовье, гол**		**Продук-тивность, ц/гол.**		**Валовое производство**			**Изменение валового производства**		
									В т.ч. за счёт	
	2014	**2015**	**2014**	**2015**	**2014**	**усл.**	**2015**	**общее**	**пого-ловья**	**продук дук-тивно-сти**
	1	2	3	4	5	6=2*3	7	8=7-5	9=6-5	10=7-6
Мо-локо	336	321	31,1	31,4	10459	9983	10068	-391	-476	85

В структуре затрат на производство молока в среднем за три года наибольший удельный вес занимают корма – они составили 54%, а также оплата труда с отчислениями – 18% и содержание основных средств – 19%. Меньший удельный вес занимают прочие затраты – они составили 9%. Из данной таблицы видно, что сумма материально-денежных затрат на производство молока увеличилась на 4092 тыс. руб., в том числе за счет увеличения затрат на основные средства на 1633 тыс. руб. и прочих затрат на 813 тыс. руб.

Таблица 3 – Расчет фактической себестоимости продукции молочного скотоводства в ООО «Агрофирма «Наруксовская» за 2015 г.

Вид продук-ции	**Коли-чество**	**% рас-преде-ления**	**Себестоимость**				**Калькуляционная разница**	
			план		**факт**		**всего**	**На ед. про-дук-ции**
			Всего, тыс. руб.	**На ед. продук-ции**	**Всего, тыс. руб.**	**На ед. прод.**		
Молоко,ц	10068	90	10068	10	11073	11	1005	1

Приплод, гол.	271	10	1092	4030	1230	4540	138	510
Всего	X	100	11160	X	12303	X	X	X

Из данной таблицы видно, что в 2015 г. себестоимость молока составила 1100 руб. за 1 ц, а себестоимость по приплоду – 4540 руб. за 1 голову. Необходимо выявить факторы, влияющие на себестоимость молока.

Таблица 4 – Факторный анализ себестоимости молока в ООО «Агрофирма «Наруксовская» Починковского района Нижегородской области

Показатели	**Продуктивность, ц/гол.**		**Затраты на 1 гол, руб.**		**Себестоимость 1 ц, руб.**			**Изменение себестоимости, руб.**		
								общее	**в т. ч. за счет**	
	баз.	**отч.**	**баз.**	**отч.**	**баз.**	**усл.**	**отч.**		**затрат**	**продуктивности**
Молоко	31,1	31,4	33	32,9	10	10,4	11	1	0,4	0,6

Себестоимость молока в отчетном году по сравнению с базисным увеличилась на 1 руб., в том числе за счет увеличения затрат на 1 гол. на 0,4 руб. и за счет роста продуктивности на 0,6 руб. Каждая организация нацелена на положительный финансовый результат и эффективное производство.

Таблица 5 – Эффективность производства молока в ООО «Агрофирма «Наруксовская»

Показатели	**Годы**			**Темп роста, %**
	2013	**2014**	**2015**	
Количество молока, ц	9797	10459	10068	103
Выручка от продажи молока, тыс. руб.	13716	15686	18122	132
Себестоимость молока, тыс. руб.	9940	10068	11073	111
Цена реализации 1 ц., руб.	14	15	18	129
Финансовый результат (+;-), тыс. руб.	3776	5618	7049	187
на 1 ц молока, руб.	0,39	0,54	0,7	179

Так как специализация ООО «Агрофирма «Наруксовская» молочно-мясной направленности, финансовые показатели в данном направлении стабильные и в динамике растут. Выручка от продажи молока выросла на 4 406 тыс. руб. или на 32 %, прибыль также увеличилась на 3273 тыс. руб., или на 87%. Себестоимость молока растет, однако всего на 11%,это не значительно. Можно сделать вывод, что ООО «Агрофирма «Наруксовская» совершенствуется в направлении молочного производства, обладает нормальной финансовой устойчивостью и является платежеспособным.

Хотелось бы отметить, что в настоящее время предприятия, особенно сельскохозяйственные, находятся в сложном положении, это вызвано различными причинами: проблемы инфляции, проблемы будущих цен на продукцию, платежеспособный спрос, отсутствие программы выхода сельского хозяйства из кризиса, сложность поиска источников финансирования, но имеются все-таки предприятия с развитыми направлениями деятельности [2].

Таблица 6 – Резервы увеличения продуктивности за счет улучшения породного состава в ООО «Агрофирма «Наруксовская»

Породы	**Продуктивность, ц/гол**	**2015 (факт)**		**2016 (план)**		**Производство молока, ц.**		
		Гол.	**%**	**Гол.**	**%**	**2015 г. (фак.)**	**2016 г. (пл.)**	**Прирост производства, ц**
Симментальская	21,6	51	16	64	15	1102	1376	110
Красногорбатовская	31,3	186	58	202	59	5823	6323	581
Черно-пестрая	37,4	84	26	90	26	3143	3375	315
Итого:	X	321	100	343	100	10068	11074	1006

При изменении в 2016 году структуры молочного стада путем увеличения более продуктивных коров можно получить увеличение производства молока. За счет приобретения 13 голов породы «Симментальская», 16 голов коров «Красногорбатовской» и 6 голов «Черно-пестрой» пород валовое производство молока увеличилось соответственно на 581 ц и на 315 ц.

Увеличение поголовья коров на 32 головы позволит хозяйству дополнительно получить 1006 ц молока. Уровень качественного кормления не эффективно повышать, так как в 2015 г. по сравнению с 2014 г. расходы на корма увеличились на 3993 тыс. руб. или в 2,2 раза, то есть потрачено достаточно много денежных средств.

Безусловно, сельское хозяйство в данный момент находится на стадии развития и в этом имеется поддержка со стороны государства, в том числе меры по реализации стратегии импортозамещения сегодня являются приоритетными направлениями деятельности предприятий молокоперерабатывающей отрасли.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Распоряжение Правительства РФ от 02.10.2014 N 1948-р «Об утверждении плана мероприятий («дорожной карты») по содействию импортозамещению в сельском хозяйстве на 2014–2015 годы»

2. Малова Е. Н. Возможности импортозамещения на предприятиях молочной отрасли / Е. Н. Малова, И. В. Авдюшина, А. А. Быстрова, М. Д. Лаптева, Е. Е. Ходакова // Молодой ученый. – 2015. – №11. – С. 388–392.

3. WWW.gks.ru

ВОЗВРАТ ДОЛГА ПОКУПАТЕЛЯ ПУТЕМ ПРЕДОСТАВЛЕНИЯ СКИДОК

Курашова М.А.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Предоставление скидок сегодня один из самых распространенных и действенных способов привлечения клиентов и увеличения объема продаж. Но несмотря на это, единые правила по учету скидок так и не выработаны, бухгалтерский и налоговый учет связан с выбором того или иного вида скидок, которые использует организация. Скидки могут как влиять на цену товара (как уже рализованного, так и подлежащего реализации), так и не быть связанными с изменением цены (бонусы, денежные премии и т д.).

На практике скидки можно разделить на:

- скидки, предоставляемые в момент передачи товаров (работ, услуг), что влечет оплату их покупателем за меньшую цену.

- скидки, осуществляемые после отгрузки товаров (выполнения работ, оказания услуг). В этой ситуации может происходить уменьшение задолженности покупателя путем возвращения части денежных средств или зачета их в качестве аванса.

В данной статье мы рассмотрим второй вариант представленных выше скидок. В случае, если покупатель, получивший (товар, работу, услугу), не в состоянии полностью погасить долг, то стороны могут договориться о частичном прощении долга путем предоставления скидки. В этой ситуации продавцу выгодно получить хотя бы что-то, чем ничего.

Прощение долга является одним из оснований прекращения обязательств. В отечественной хозяйственной практике организации не часто прибегают к прощению долга. Поэтому вопросы исчисления и уплаты налогов в этом случае всегда вызывают значительные сложности у специалистов, которым приходится сталкиваться с подобной хозяйственной операцией.

В соответствии со статьей 415 ГК РФ прощение долга определяется как способ прекращения обязательства, посредством освобождения кредитором должника от лежащих на нем обязанностей [1].

Соглашение, согласно которому сторона освобождает или обязуется освободить другую сторону от имущественной обязанности перед собой, квалифицируется как дарение в соответствии с пунктом 1 статьи 572 ГК РФ [2].

Таким образом, в данном случее предоставленная скидка не влечет за собой изменение первоначальной цены товара, а только частично погашает задолженность покупателя перед продавцом.

Скидка может быть признана в уменьшение части задолженности покупателя перед продавцом в случае выполнения следующих условий:

- в договоре не содержится прямого указания на то, что скидка уменьшает первоначальную цену товаров;
- цена, указанная в первичных учетных документах (накладных на отгрузку, счете-фактуре), соотвествует цене на реализованные товары без учета представляемых скидок;
- наличие акта зачета размера предоставленной скидки (определенной в ходе урегоулирования взаимных обязательств) в качестве оплаты в последующем отчетном периоде.

При этом отношения между покупателем и продавцом в случае предоставления скидки будут отражаться следующим образом.

Размер суммы предоставляемых скидок определяется расчетным путем. Документальным основанием для скидки и будет являться специальный расчет.

После согласования сторонами величины установленной в конце квартала или месяца скидки, на основании указанного расчета-уведомления определяется объем задолженности покупателя за проданный товар. Далее производится процедура выверки взаимных расчетов в форме зачета взаимных требований или возврата покупателю части первоначальной стоимости оплаченного товара, уменьшенной в результате расчета суммы скидки.

Сумма в размере предоставленной скидки по согласованию с покупателем может быть либо возвращена ему на расчетный счет, либо признана в качества аванса в счет будущих поставок товара.

Отметим, что во втором случае продавец должен начислить с суммы, признанной предварительной оплатой, налог на добавленную стоимость (п. 1 ст. 154 НК РФ) [3].

Чтобы предельно снизить налоговые риски при оказании скидок, торговой организации необходимо утвердить маркетинговую политику, которую

можно оформить отдельным внутренним документом. Составление такого внутреннего документа предоставляет возможность торговой организации избежать при проверках целого ряда проблем, связанных с предоставлением скидки.

В целях бухгалтерского учета скидка, предоставленная как прощение части долга покупателя, учитывается в составе либо прочих расходов, либо в в качестве расходов по обычным видам деятельности (п. 11 ПБУ 10/99).

Таким образом, предоставление скидки может быть по-разному отражено в учете и иметь разные экономические последствия. Необходимо соблюдать аккуратность, чтобы полезный эффект от предоставления скидки не был уничтожен налоговыми проблемами.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Гражданский кодекс РФ, часть первая от 30 ноября 1994 г. № 51-ФЗ (в ред. от 3 июля 2016 г.).
2. Гражданский кодекс РФ, часть вторая от 26 января 1996 г. № 14-ФЗ (в ред. от 23 мая 2016 г.).
3. Налоговый кодекс РФ, часть вторая от 5 августа 2000 г. № 117-ФЗ (в ред. от 3 июля 2016 г.).

АНАЛИЗ ФИНАНСОВОГО СОСТОЯНИЯ И ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ООО «КРУМБ-СЕРВИС»

Немцева И.А.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Управление финансово-хозяйственной деятельностью организации на современном этапе становится наиважнейшей задачей любого предприятия.

В настоящий момент предприятия вынуждены уделять большое внимание проблемам, связанным с формированием и повышением эффективности использования своих ресурсов и активизировать поиск направлений улучшения хозяйственной деятельности. Поэтому тема работы – анализ финансового состояния и эффективности деятельности ООО «Крумб-Сервис».

Основной целью настоящей работы является анализ финансового состояния и разработка предложений по совершенствованию финансово-хозяйственной деятельности ООО «Крумб-Сервис».

Для достижения цели работы необходимо решить следующие задачи:

- провести комплексный анализ состояния финансово-хозяйственной деятельности предприятия;
- разработать предложения по улучшению управления экономической деятельностью.

Объект исследования: ООО «Крумб-Сервис».

Деятельность ООО «Крумб-Сервис» включает в себя следующие направления:

1. Продажа автомобилей под брендом «Lada».
2. Техобслуживание и ремонт автотранспорта. Сервисное обслуживание включает в себя предпродажную подготовку, плановое техническое обслуживание реализованных автомобилей, гарантийный и восстановительный ремонт автомобилей.

Также ООО «Крумб-Сервис» предлагает комплекс дополнительных услуг: кредитование; страхование; лизинг; Trade-In.

Годовая выручка за период 01.01–31.12.2015 составила 671 217 тыс. руб. Годовая выручка за 3 года несколько уменьшилась (табл. 1).

Таблица 1 – Анализ финансовых результатов ООО «Крумб-Сервис»

Показатель	**Значение показателя, тыс. руб.**			**Изменение показателя**	
	2013 г.	**2014 г.**	**2015 г.**	**тыс. руб. (гр.4 - гр.2)**	**± % ((4-2):2)**
Выручка	681 117	641 049	671 217	-9 900	-1,5
Расходы по обычным видам деятельности	661 305	628 256	677 971	+16 666	+2,5
Прибыль (убыток) от продаж (1-2)	19 812	12 793	-6 754	-26 566	↓
Прочие доходы и расходы, кроме процентов к уплате	-1 762	-2 993	20 456	+22 218	↑
Earnings Before Interest and Taxes(EBIT) (прибыль до уплаты процентов и налогов) (3+4)	18 050	9 800	13 702	-4 348	-24,1
Проценты к уплате	7 919	8 399	10 477	+2 558	+32,3
Изменение налоговых активов и обязательств, налог на прибыль и прочее	-6 449	-620	-555	+5 894	↑
Чистая прибыль (убыток) (5-6+7)	3 682	781	2 670	-1 012	-27,5

Убыток от продаж за 2015 г. составил -6 754 тыс. руб. За анализируемый период финансовый результата от продаж очень сильно уменьшился – на 26 566 тыс. руб. Падение рентабельности продаж по сравнению с данным показателем за 2013 г. на -3,9% и за последний год составила -1%.

2% составила рентабельность продаж до процентов к уплате и налогов за 2015 год. Из этого можно сказать, что в каждом рубле выручки компании содержалось 2 коп. прибыли до налогообложения и процентов к уплате (рис. 1).

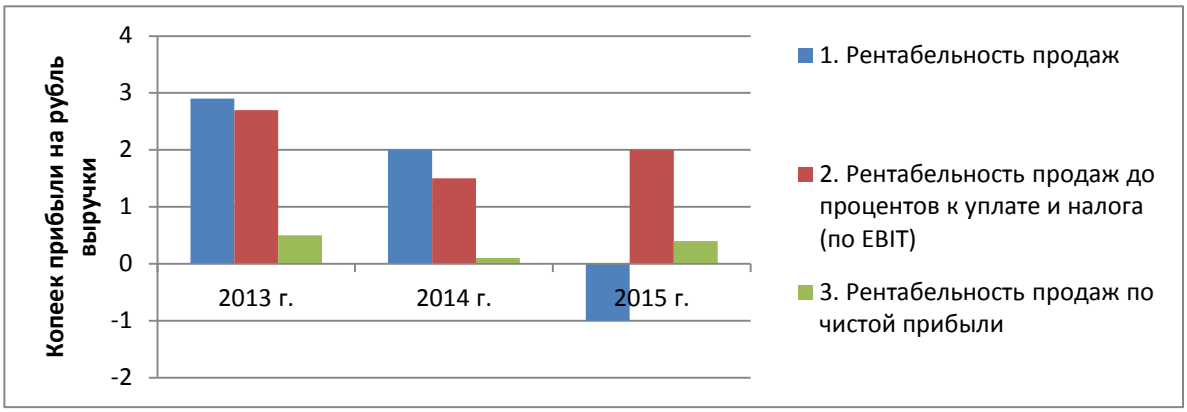


Рис. 1 – Динамика показателей рентабельности ООО «Крумб-Сервис»

За 2015 г. каждый рубль собственного капитала организации обеспечил 2,14 руб. чистой прибыли. Уменьшение рентабельности собственного капитала в течение анализируемого периода составило -0,89%. За период с 01.01.2013 г. по 31.12.2015 г. значение рентабельности собственного капитала не соответствует норме.

За последний анализируемый год значение рентабельности активов составило 1,21%. Уменьшение рентабельности активов в течение анализируемого периода составило -0,66% (табл. 2).

Таблица 2 – Анализ показателей рентабельности капитала ООО «Крумб-Сервис»

Показатель рентабельности	**Значение показателя, %**			**Изменение Показателя (гр. 4 - гр. 2)**
	2013 г.	**2014 г.**	**2015 г.**	
Рентабельность собственного капитала	3,03	0,64	2,14	- 0,89
Рентабельность активов	1,88	0,32	1,21	- 0,66
Прибыль на инвестированный капитал	14,85	4,73	6,73	- 8,11
Рентабельность производственных фондов	16,56	9,17	- 4,82	-21,39
Фондоотдача, коэфф.	7,55	7,19	7,86	0,31

По результатам работы за 9 месяцев 2016 г., по данным бухгалтерского учета, получен убыток в размере 6 340 735 руб. ООО «Крумб-Сервис» является официальным дилером по продаже автомобилей модельного ряда Lada. По данным комитета автопроизводителей АЕВ, продажи автомобилей в России продолжают падать.

Продажи марок новых легковых автомобилей в России в октябре 2016 г., шт.

Место	Марка	окт.16	окт.15	+– %	Марка	Янв-Окт 2016	Янв-Окт 2015	+– %
1	Lada	23307	20592	13	Lada	213159	224054	-5

Падение спроса на автомобили повлекло снижение выручки за 9 месяцев 2016 г. при сохранении условно постоянной части расходов и увеличении расходов в части уплаченных процентов по заключенным кредитным договорам. В соответствии с условиями действующих дилерских соглашений ООО «Крумб-Сервис» обязано ежемесячно выполнять план по выкупу товарных автомобилей, аксессуаров и запасных частей к ним. Неисполнение данного требования влечет либо снижение категории дилера, либо прекращение действия дилерского соглашения.

Проведя анализ структуры выручки от реализации продукции, можно сделать вывод о том, что хотя более половины выручки состоит из выручки от реализации новых автомобилей (72,63%), наибольшую часть затрат компании составляют затраты, связанные с их реализацией (74%), поэтому данный вид деятельности компании является убыточным (рис. 2).

Первоначальной задачей для автосервисов сейчас является удержание клиентов путем выстраивания оптимальных цен и качественного обслуживания. Теряя клиентов, автосервисы упускают до 2/3 возможной прибыли, если не выстраивают долгосрочные отношения с клиентами, осуществляя им постгарантийный ремонт проданных автомобилей.

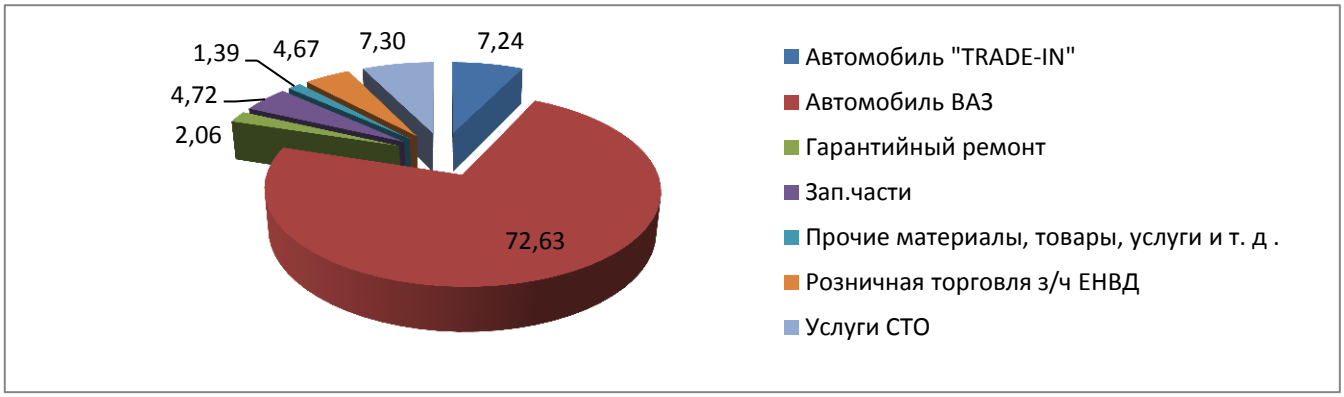


Рис. 2 – Структура выручки от реализации ООО «Крумб-Сервис» в 2015 г.

Услуги СТО в 2015 г. занимают только 7,3% в общей структуре выручки от реализации, а реализация запчастей (оптом и в розницу) занимает 9,39% выручки от реализации, затраты же на данные виды деятельности составили 5,79% и 7,66% соответственно. На данный момент можно сказать, что эти виды деятельности компании не являются убыточными.

Для сохранения основного вида деятельности компании необходимо рассчитать точку безубыточности и оценить свои реальные возможности по ее выполнению.

Таблица 3 – Расчет точки безубыточности для ООО «Крумб-Сервис»

Исходные данные				
FC	495000.00	Постоянные затраты (fixedcost)		
AVC	441496.00	Переменные затраты на 1 продукции (averagevariablecost)		
MR	450000.00	Цена, доход на 1 продукции (marginalrevenue)		
Qmin	1	Количество продукции (штук), нижняя граница		
Qmax	100	Количество продукции (штук), верхняя граница		
Результаты				
Q0	59	Точка безубыточности (штук)		
R0	26193555.97	Точка безубыточности (руб)		

Из данного расчета мы видим: чтобы предприятие работало безубыточно

Кол-во	Постоянные затраты	Перемен ные затраты	Общие затра-ты	Доход	Маржи нальный доход	Прибыль	Запас проч-ности (%)
Q	FC	TVC	TC	TR	TRm	TP	S
1	495000.00	441496.00	936496.00	450000.00	8504.00	-486496.00	-5720.79
50	495000.00	22074800.00	22569800.00	22500000.00	425200.00	-69800.00	-16.42
59	495000.00	26048264.00	26543264.00	26550000.00	501736.00	6736.00	1.34
100	495000.00	44149600.00	44644600.00	45000000.00	850400.00	355400.00	41.79

и могло покрыть все свои расходы, объем продаж автомобилей должен быть не менее 59 автомобилей в месяц, что может принести компании 6736 рублей прибыли. Минимальная величина дохода при которой полностью окупятся все издержки, составляет 26 194 тыс. руб.

На сегодняшний день в автосалонах настали сложные времена, для преодоления которых необходимо приложить все усилия компании, чтобы остаться на плаву.

На наш взгляд, компании стоит задуматься над вопросом конкуренции и насыщенности автомобильного рынка и переместить центр своих интересов с продаж автомобилей на оказание услуг по их обслуживанию. ООО «Крумб-Сервис» необходимо более масштабно развить такие направления деятельности как: реализация запчастей, услуги СТО.

Для сохранения основного вида деятельности компании объем продаж автомобилей должен быть не менее 59 автомобилей в месяц. На данный момент в ООО «Крумб-Сервис» в среднем за месяц реализуется около 45 автомобилей. Чтобы компания работала безубыточно, ей необходимо увеличить продажи в среднем на 14 автомобилей в месяц.

«Кризис – это подарок судьбы, который таит в себе множество возможностей», - сказал Ицхак Адизес. Кризис способствует непревзойденным лидерам и компаниям, которые блестяще справляются с изменениями, — поскольку в период кризиса слабые конкуренты вымирают, освобождая тем самым рынок.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Артеменко В.Г. Финансовый анализ / В.Г. Артеменко, Н.В. Беллендир. – М.: Финансы и статистика, 2015.

2. Ковалев, В.В. Финансовый анализ: Управление капиталом. Выбор инвестиций. Анализ отчетности / Ковалев В.В. – М.: Финансы и статистика, 2014.

3. Аналитическое агентство Автостат [Электронный ресурс]. URL: http://www.autostat.ru/.

УПРАВЛЕНИЕ ДЕБИТОРСКОЙ ЗАДОЛЖЕННОСТЬЮ ПОКУПАТЕЛЕЙ

Нуждина К.А.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

В процессе экономической активности предприятия и организации вступают в разнообразные виды отношений с третьими лицами, заключают и осуществляют различные виды сделок. В итоге у предприятий появляются обязательства, которые подлежат исполнению, и эти обязательства оценены в денежной форме.

Под дебиторской понимают задолженность других предприятий, клиентов, сотрудников и физических лиц данной организации (задолженность покупателей за купленную продукцию и др.) [1].

Управление дебиторской задолженностью представляет собой часть общего управления оборотными активами и маркетинговой политики предприятия.

Целью управления дебиторской задолженностью является оптимизация ее величины и улучшение состава, а также стимулирование объёма продаж за использование эффективной кредитной политики.

Политика управления дебиторской задолженностью включает в себя решение таких задач, как фиксирование максимального уровня дебиторской задолженности, создание таких условий продаж, которые будут обеспечивать по-

ступление платежей стабильно и корректно, проектирование системы поощрения для клиентов и т.п.

В связи с этим можно выделить несколько основных методов в управлении дебиторской задолженностью:

- Выполнение предварительных финансовых расчетов, оценок и управленческих решений.
- Исследование особенностей дебиторской задолженности – оценка положения дебиторской задолженности, ее состава и структуры, формирование аналитической информации, поиск аргументов предоставления кредита отдельным покупателям.
- Установление партнёрских отношений с покупателями продукции - использование всевозможных разновидностей оплаты товаров и изделий, предоставление льгот, бонусов и скидок.
- Поиск возможных вариантов вложения дебиторской задолженности - осуществление перевода дебиторской задолженности в другие формы оборотных активов компании, такие как денежные средства, высоколиквидные краткосрочные ценные бумаги. Основными формами являются факторинг, учет и залог векселей, выданных покупателями продукции и форфейтинг [2].

Особое внимание привлекает форфейтинг, поскольку он является новым подходом в рефинансировании обязательств.

Форфейтинг – операция выкупа финансовым агентом (форфейтором) коммерческого обязательства заёмщика (покупателя, импортёра) перед продавцом-экспортёром. Процедура является своеобразной формой кредитования внешнеторговых операций. В России данная услуга не получила большой популяризации возможно потому, что риск неплатежа покупателей слишком большой.

Вознаграждение за работу форфейтора – это процент, который ему полагается при покупке векселей.

Основными преимуществами является: все риски берёт на себя форфейтер, и продавец ничем не рискует; имеется вторичный рынок форфейтинговых ценных бумаг; долг можно раздробить и каждую часть долга оформить отдельным векселем; гибкий график платежей. Главным недостатком является недостаточная надёжность контрагентов некоторых стран, а также необходимость хорошего знания законодательства страны импортёра, определяющие форму векселей [3].

На сегодняшний день управление дебиторской задолженностью является одной из многочисленных сложностей многих российских фирм. На россий-

ском рынке способы управления дебиторской задолженностью не отработаны, в отличии от иностранных компаний. До сих пор наблюдается неэффективное планирование нужной величины оборотных средств, в том числе дебиторской задолженности, неграмотное их использование, а также несовершенство организационного устройства компании.

Важно не забывать, что управлять дебиторской задолженностью необходимо для эффективной работы предприятия, а именно на всех фазах развития хозяйственной деятельности, начиная от заключения договора до реализации договорных условий.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Бабаев Ю.А. Бухгалтерский финансовый учет: учебник / Ю.А. Бабаев, А.М. Петров, Л.Г. Макарова; под ред. проф. Ю.А. Бабаева. – 4-е изд., перераб. и доп. – М.: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2012. – 576 с.

2. Шохин Е.И., Финансовый менеджмент: учебник / Е.И. Шохин. – М.: Инфра-М, 2009. – 335 с.

3. Сутягин В.Ю. Дебиторская задолженность: учет, анализ, оценка и управление: учеб. пособие / В.Ю. Сутягин, М.В. Беспалов. – М.: ИНФРА-М, 2014. – 216 с.

НОВОЕ В ПОРЯДКЕ РАСЧЕТОВ С ПЕРСОНАЛОМ ПО ОПЛАТЕ ТРУДА

Окунева А.Д.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Заработная плата – основной источник доходов работников любой организации. Она включает в себя различные виды заработка как в денежной, так и в натуральной форме, начисленные сотрудникам в соответствии с законодательством [1].

С 2016 г. изменились правила исчисления и перечисления НДФЛ налоговыми агентами, появилась новая форма отчетности 6-НДФЛ, увеличились размеры стандартных налоговых вычетов и размер материальной ответственности работодателя за несвоевременную выплату зарплаты. Кроме того, за последнее время вышло много разъяснений контролирующих органов по вопросам установления и выплаты зарплаты, исчислений НДФЛ. Рассмотрим основные нововведения.

Исчисление налоговыми агентами НДФЛ по ставке 13%

До 01.01.2016 исчисление НДФЛ налоговыми агентами производилось нарастающим итогом с начала налогового периода по итогам каждого месяца применительно ко всем доходам, в отношении которых применяется налоговая ставка, установленная п. 1 ст. 224 НК РФ (13%), с зачетом удержанной в предыдущие месяцы текущего налогового периода суммы налога. То есть ранее, до окончания месяца, налог по ставке 13% не мог быть исчислен, т.к. доход до этого момента не считался полученным [2].

Теперь налоговые агенты должны исчислять НДФЛ по ставке 13% по-прежнему нарастающим итогом, но не по итогам каждого месяца, а на дату фактического получения дохода, определяемого по правилам ст. 223 НК РФ. Исключение – доходы, полученные от долевого участия, облагаемые также по ставке 13%. По ним сумму НДФЛ, как и по доходам, облагаемым по другим ставкам, необходимо определять отдельно по каждой такой сумме (а не нарастающим итогом).

Единый срок перечисления в бюджет удержанного НДФЛ

До 01.01.2016 сроки перечисления НДФЛ в бюджет налоговыми агентами были разные - в зависимости от вида дохода и способа его выплаты (в частности, при выплате из кассы за счет средств, полученных в банке, – в день получения средств в банке на выплату дохода, при перечислении на зарплатную карточку (счет) работника – в день перечисления дохода со счета налогового агента в банке на счет налогоплательщика) [3].

С 01.01.2016 определена специальная дата для перечисления НДФЛ в бюджет при выплате доходов в виде пособий по временной нетрудоспособности (включая пособие по уходу за больным ребенком) и в виде оплаты отпусков – не позднее последнего числа месяца, в котором производились такие выплаты. А НДФЛ по всем остальным доходам нужно перечислять в бюджет не позднее дня, следующего за днем выплаты дохода физическому лицу.

Расчет по форме 6-НДФЛ

С 01.01.2016 г. в соответствии с абз. 3 п. 2 ст. 230 НК РФ налоговые агенты представляют в налоговый орган по месту своего учета расчет сумм налога на доходы физических лиц, исчисленных и удержанных налоговым агентом, за первый квартал, полугодие, девять месяцев – не позднее последнего дня месяца, следующего за соответствующим периодом, за год – не позднее 1 апреля года, следующего за истекшим налоговым периодом, по форме, форматам и в порядке, которые утверждены федеральным органом исполнительной власти, уполномоченным по контролю и надзору в области налогов и сборов (ФНС России).

Справка 2-НДФЛ

Представление налоговыми агентами расчета по форме 6-НДФЛ освобождает их от подачи справок 2-НДФЛ в налоговый орган. Все организации должны ежегодно представлять в свою налоговую инспекцию справки по форме 2-НДФЛ [7]. Форма сведений о доходах физического лица «Справка о доходах физического лица» (форма 2-НДФЛ), Порядок ее заполнения и Формат ее представления в электронной форме утверждены Приказом ФНС России от 30.10.2015 № ММВ-7-11/485@. Справка 2-НДФЛ по новой форме должна выдаваться начиная с 08.12.2015.

Увеличение размеров стандартных налоговых вычетов

С 01.01.2016 стандартный вычет на ребенка предоставляется до месяца, в котором исчисленный нарастающим итогом с начала налогового периода доход налогоплательщика (за исключением дивидендов, полученных налоговыми резидентами РФ), облагаемый по ставке 13%, предусмотренной п. 1 ст. 224 НК РФ, не превысит 350 000 руб.

Также с 01.01.2016 увеличен размер стандартного налогового вычета на ребенка-инвалида и на учащегося по очной форме, аспиранта, ординатора, интерна, студента в возрасте до 24 лет, если он является инвалидом I или II группы. Теперь его величина зависит от того, кто обеспечивает ребенка-инвалида. Родитель, усыновитель, жена или муж родителя могут получить 12 000 руб., а приемный родитель, опекун, попечитель, жена или муж приемного родителя – 6000 руб.

Социальные налоговые вычеты по расходам на обучение и лечение

С 01.01.2016 социальные налоговые вычеты по расходам на обучение и лечение могут быть предоставлены налогоплательщику до окончания налогового периода работодателем. Для этого налогоплательщик должен обратиться к работодателю с письменным заявлением (в произвольной форме) и представить подтверждение права на получение социальных налоговых вычетов (уведомление, выданное налоговым органом). Уведомление налогового органа о подтверждении права налогоплательщика на социальный налоговый вычет по расходам на лечение и обучение представляется по форме, утвержденной Приказом ФНС России от 27.10.2015 № ММВ-7-11/473@. Заполнять налоговую декларацию налогоплательщику в этом случае не придется.

А для получения уведомления налогового органа налогоплательщику нужно подать в налоговую инспекцию по месту жительства документы, подтверждающие право на получение вычета (без подачи налоговой декларации по форме 3-НДФЛ и заявления о возврате налога) вместе с заявлением о подтвер-

ждении права на вычет, форма которого рекомендована в Письме ФНС России от 07.12.2015 № ЗН-4-11/21381@ [3].

На сумму вычета, указанную в уведомлении, уменьшаются любые полученные в текущем году доходы работника, облагаемые НДФЛ по ставке 13% (кроме дивидендов).

Вычет предоставляется:

- начиная с месяца, в котором работник принес в бухгалтерию работодателя уведомление;

- и до окончания года, указанного в уведомлении, или до месяца, в котором вычет будет предоставлен полностью.

Если вычет предоставлен не полностью, а у работника были доходы, облагаемые по ставке 13%, по которым вычет не предоставлялся, то остаток вычета работник может получить через налоговый орган, подав налоговую декларацию 3-НДФЛ за истекший год.

С 01.01.2016 значение ставки рефинансирования Банка России приравнивается к значению ключевой ставки Банка России, определенному на соответствующую дату. Поскольку с 01.01.2016 значение ставки рефинансирования приравнено к значению ключевой ставки, размер процента (денежной компенсации), выплачиваемого работодателем, возрос с 0,0275% (8,25/300) до 0,0367% (11,00/300) в день.

Самостоятельная уплата НДФЛ налогоплательщиком

Налогоплательщики - физические лица, получившие в течение года доход, из которого налоговый агент не смог удержать соответствующую сумму НДФЛ, должны уплатить налог самостоятельно в срок не позднее 1 декабря года, следующего за истекшим налоговым периодом, на основании направленного налоговым органом налогового уведомления об уплате налога. Данное положение применяется к правоотношениям по исчислению и уплате НДФЛ за налоговые периоды начиная с 2016 г. Такая ситуация может возникнуть при выплате налогоплательщику дохода в натуральной форме и отсутствии у него денежных выплат [4]. Согласно ранее действовавшим правилам заплатить НДФЛ физическое лицо должно было не позднее 15 июля года, следующего за годом получения дохода. То есть перечислить в бюджет НДФЛ, который налоговый агент не смог удержать в 2015 г., нужно по общему правилу не позднее 15 июля 2016 г.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Трудовой кодекс.
2. Налоговый кодекс.

3. Письма Минфина России от 10.04.2015 № 03-04-06/20406, от 26.01.2015 № 03-04-06/2187, Постановление Президиума ВАС РФ от 07.02.2012
4. Журнал «Налоговый вестник». 2016. № 3.

УПРАВЛЕНЧЕСКИЙ УЧЕТ ЗАТРАТ НА ПЕРСОНАЛ В ОРГАНИЗАЦИЯХ (ПЕРЕОБУЧЕНИЕ, ПОВЫШЕНИЕ КВАЛИФИКАЦИИ, ЗАТРАТЫ НА СТРАХОВАНИЕ, УСЛОВИЯ ТРУДА И Т.Д.)

Папоян М.С.
Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

1. **Актуальность рассматриваемой темы. Тезисы:** подготовка персонала, обучение персонала, персонал как основной фактор производства, резерв экономического роста и поддержания конкурентоспособности. Повышение качества рабочей силы. Проблема отсутствия интереса к вложению средств в персонал у отечественных предприятий. Возрастающая необходимость ведения учета затрат на персонал в организациях.

2. **Современное понятие затрат на персонал в организациях. Тезисы:** показатель, вознаграждение, стимулирование, решение социальной проблемы, улучшение условия труда, инвестиции в персонал.

3. **Что включают в себя затраты на персонал в организациях. Тезисы:** форма и система оплаты труда, премиальная выплата, социальные льготы, издержки, взносы в фонды государственного социального страхования.

4. **Меры управленческого учета затрат на персонал в организациях. Тезисы:** численность персонала, денежные выплаты, внутренние фонды, общие расходы, их анализ и пути снижения.

5. **Оценка затрат на персонал в организациях. Тезисы:** первоначальные затраты, восстановительные затраты, вложение средств в развитие человека, человеческий капитал, оценка собственных затрат, изменение численности, стоимость рабочей силы, перемещение персонала, оценка финансового результата, сравнение с конкурентами.

6. **Подведение итога. Чему способствует управленческий учет затрат на персонал в организациях. Тезисы:** выявление отклонений по видам издержек, определение расценок оплаты труда работников, причины отклонений, производительность труда, снижение текучести кадров, показатель эффектив-

ности системы управления персоналом, результаты социально-экономической деятельности организации.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Демидов Л.С. Управление персоналом / Л.С. Демидов. – М.: РГ-Пресс, 2016. – 32 с.

2. Евтихов О.В. Управление персоналом организации / О.В. Евтихов. – М.: Инфра-М, 2016. – 304 с.

3. Исаева О.М. Управление персоналом / О.М. Исаева. – М.: Юрайт, 2016. – 246 с.

4. Карпов А.В. Технология управления развитием персонала / А.В. Карпов. – М.: Проспект, 2016. – 416 с.

5. Маслова В.М. Управление персоналом / В.М. Маслова. – М.: Юрайт, 2016. – 492 с.

6. Митрофанова Е.А. Аудит, контроллинг и оценка расходов на персонал / Е.А. Митрофанова. – М.: Проспект, 2016. – 78 с.

7. Огнева А.Ю. Управление персоналом организации / А.Ю. Огнева. – М.: Проспект, 2016. – 66 с.

8. Одегов Ю.Г. Кадровая политика и кадровое планирование / Ю.Г. Одегов. – М.: Юрайт, 2016. – 444 с.

9. Федорова Н.В. Управление персоналом / Н.В. Федорова. – М.: КноРус, 2016. – 224 с.

10. Шапиро С.А. Основы управления персоналом /С.А. Шапиро. – М.: КноРус, 2016. – 208 с.

КОНТРОЛИРУЕМАЯ ЗАДОЛЖЕННОСТЬ: СЛУЧАИ ВОЗНИКНОВЕНИЯ. ПРАВИЛО «ТОНКОЙ КАПИТАЛИЗАЦИИ»

Патрина В.А.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Спорные вопросы о внутрихолдинговом финансировании всегда были актуальны. Эта тема вызывает противоречия между бизнесом и ФНС России. Неверная квалификация процентов по контролируемой задолженности сопряжена с высоким налоговым риском. В российском законодательстве вопрос «тонкой капитализации» регулируется ст. 269 НК РФ в части налогообложения процентов по займам при наличии контролируемой задолженности.

Под контролируемой задолженностью перед иностранной организацией подразумевается непогашенная задолженность по долговому обязательству российской организации перед взаимозависимой иностранной организацией или лицом, взаимозависимым с этой организацией [1].

Федеральный закон от 15 февраля 2016 г. № 25-ФЗ « О внесении изменений в статью 269 части второй Налогового кодекс РФ в части определения термина контролируемой задолженности» целиком вступит в 2017 году, однако некоторые положения действительны уже в этом году.

Изменения закона делают акцент на уточнение понятие «контролируемая задолженность». Согласно нововведению, таковой может быть признана задолженность по долговым обязательствам [2]:

- российское предприятие имеет долг перед иностранной компанией, при этом иностранная компания прямо или косвенно владеет минимум 20% уставного капитала этой российской организации;
- перед взаимосвязанным лицом «иностранца», когда он имеет часть от участия в организации-заёмщике;
- отданные под поручительство иностранного лица, которое является взаимосвязанным с организацией-заёмщиком.

Такими поправками в новом Законе нашла отражение судебная практика, на основании которой контролируемой признаётся задолженность не только перед российскими, но и перед иностранными организациями, которые являются взаимосвязанными лицами российской компании.

Регулируется, что суд может установить контролируемой непогашенную задолженность налогоплательщика – российской компании по долговым обязательствам, в случае доказанности, что конечной целью выплат по ним является перевод средств иностранным клиентам.

В Законе есть отдельный пункт, где написано, что при возможной капитуляции изменение коэффициента в последующем отчетном или налоговом периоде максимальный размер процентов, которые идут с расходами по контролируемой задолженности, не пересчитываются.

Проценты по контролируемой задолженности входят в затраты по налогу на прибыль, рассчитываются в корреспонденции со статьями бухгалтерского баланса.

Если сумма контролируемой задолженности (без учета некапитализируемых процентов) превышает собственный капитал заемщика более чем в три раза, то проценты по таким займам учитываются в налоговых расходах по нормативу (правило «тонкой капитализации»).

Норматив рассчитывается на последнее число каждого квартала (месяца). Сумма займа в валюте с целью расчета переводится в рубли по курсу ЦБ на эту же дату, а проценты в иностранной валюте – по курсу на последнее число каждого месяца, за который они начислены [2].

Первым пунктом нужно определить величину собственного капитала. Сделать это можно по формуле:

Собственный капитал = активы – величина обязательств налогоплательщика.

При определении величины собственного капитала не учитываются суммы долговых обязательств в виде задолженности по налогам и сборам, включая текущую задолженность по уплате налогов и сборов, суммы отсрочек, рассрочек и инвестиционного налогового кредита.

Вторым пунктом произвести расчет коэффициента капитализации:

КК= Величина непокрытой контролируемой задолженности/Собственный капитал/3.

Третьим пунктом является расчет предельного размера процентов на последнее число каждого отчетного (налогового) периода путем деления суммы процентов, начисленных налогоплательщиком в каждом отчетном (налоговом) периоде по контролируемой задолженности, на коэффициент капитализации, рассчитанный на последнюю отчетную дату соответствующего отчетного (налогового) периода.

Сумма процентов, которая не учитывается в налоговых расходах, признается дивидендами. При выплате их иностранной организации необходимо удержать налог на прибыль по ставке 15% [3].

Таким образом, если у компании есть контролируемая задолженность перед иностранной организацией, для целей налогообложения прибыли проценты по долговому обязательству признаются в особом порядке, рассмотренном выше.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Подкопаев М.В.Новый порядок расчета контролируемой задолженности / М.В. Подкопаев // Актуальные вопросы бухгалтерского учета и налогообложения. – 2016. – № 4.
2. Издательство «Главная книга», 08.11.2016. Что такое контролируемая задолженность и как учитывать проценты по ней (правило «тонкой капитализации»)?
3. Волохова А. Контролируемая задолженность: новые критерии и правила / А. Волохова // Новая бухгалтерия. – 2016. – № 5.
4. «Консультант Плюс» [http://www.consultant.ru/]

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ КОНТРОЛЬНО-РЕВИЗИОННОЙ СОСТАВЛЯЮЩЕЙ КАССОВЫХ ОПЕРАЦИЙ

Садекова Л.З.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Кассовые операции встречаются в деятельности любого предприятия, что обусловливает актуальность и интерес к данной теме. С 15 июля 2016 года был принят закон об онлайн-кассах (Федеральный закон от 03.07.2016 № 290-ФЗ). Он обязывает розничных продавцов применять онлайн-кассы при расчетах с покупателями. Закон об онлайн-кассах принят и с 2017 г. он затронет почти весь бизнес: как малый, так и крупный.

Главный смысл работы новых онлайн-касс заключается в том, что данные по пробитым чекам будут передаваться на сервер ИФНС. Передавать эти данные потребуется через операторов фискальных данных, с которыми каждому продавцу потребуется заключить соответствующий договор

Каждая продажа будет фиксироваться следующим образом: как только продавец пробьет чек, онлайн-касса сформирует фискальный признак и отправит его на проверку оператору фискальных данных. Эту информацию оператор сохранит, а обратно продавцу передаст уникальный номер чека. Скорее всего, на это будет уходить не более 1,5 секунды. Без передачи данных оператору фискальных данных сформировать чек с номером будет попросту невозможно. Также оператор фискальных данных передаст информацию о совершенной продаже в ИФНС [1].

Оператор фискальных данных – это посредник между кассой и ФНС. Таким оператором может быть российская организация, получившая соответствующее разрешение от государства.

При этом продавец будет обязан пересылать электронный чек покупателю на его электронную почту или смартфон (по номеру телефона), если покупатель предоставит такие данные. Кроме этого, по требованию покупателя продавец будет обязан выдавать бумажный чек с QR кодом. Получив чек, покупатель через Интернет, в частности, может проверить, были ли сведения о покупке переданы в ИФНС. Кстати, у кассового чека появятся новые реквизиты. Перечислим некоторые из них:

- Дата;
- Время расчета;
- Место совершения покупки (почтовый адрес или адрес сайта интернет-магазина);
- Система налогообложения;
- Данные о фискальном накопителе;
- Форма расчета (наличный или электронный платёж);
- Сумма расчета с указанием ставки и размера НДС;
- Признак расчёта (приход или расход).

Покупать новые онлайн-кассы потребуется не всем. Дело в том, что ряд моделей старых касс можно модернизировать, установив новое программное обеспечение и фискальный накопитель. По нашим данным, такая модернизация обойдется примерно в 4000–5000 рублей. Если по техническим характеристикам имеющуюся кассу модернизировать невозможно, то потребуется прибрести новую. Её цена будет зависеть от конкретной модели. Некоторые будут стоить около 17 000–20 000 рублей. Но, скорее всего, из-за высокой конкуренции купить онлайн-кассу можно будет и дешевле.

На корпусе каждой онлайн-кассы должен стоять заводской номер, встроены часы реального времени и устройство для печати чеков. Более подробные требования к кассам прописаны в ст. 4 Федерального закона от 22.05.2003 № 54-ФЗ.

Законодатели определили виды деятельности и услуги, при осуществлении (оказании) которых организации и ИП вправе не применять ККТ. Не применять онлайн-кассы сможет лишь небольшое количество фирм и бизнесменов. Это те, кто занимается мелкими бытовыми услугами. К примеру, ремонтом обуви, уходом за детьми. Не потребуются новые ККТ и при продаже некоторых видов товаров: обуви и одежды из кожи, компьютерной техники, музыкальных инструментов, велосипедов. Будут вправе не применять ККТ продавцы газет, мороженого, талонов и билетов, а также те, кто находится в труднодоступных местностях, где нет Интернета. Перечень таких мест должны входить в перечень, утвержденный на региональном уровне (ст. 2 Федерального закона от 22.05.2003 № 54-ФЗ) [2, 3].

Переход на онлайн-кассы, скорее всего, доставит бизнесу некоторые неудобства. Потребуется понести и некоторые финансовые затраты. Однако все же можно выделить и некоторые преимущества:

- Контроль выручки через интернет;
- Отслеживание ошибок при расчётах;
- Отсутствие необходимости вести кассовый журнал;
- Приравнивание онлайн-чека к чеку, отпечатанному на ККТ;
- Доступность электронного чека покупателям в любой момент, потеря бумажного чека больше не будет проблемой;
- Применение смартфонов и планшетов при расчетах;
- Снижение затрат на обслуживание и ежегодную перерегистрацию ККТ.

За невыполнение требований нового закона предусмотрены серьезные штрафы. Если выяснится, что организация проводит расчеты без применения ККТ, ей грозит штраф:

- от ¼ до ½ размера суммы расчета, но не менее 10 000 рублей – для должностных лиц;
- от ¾ до 1 размера суммы расчета, но не менее 40 000 рублей – для юр. лиц [3].

За повторное неприменение кассы при совокупной сумме покупок от одного миллиона рублей налоговая имеет право приостановить работу организации на 90 суток.

Также у ФНС будет право делать запросы в банки, чтобы получить выписку о наличии в них счетов интересующей организации, о движении средств и остатках на них, об электронных переводах и т.д. В совокупности с данными с касс и отчетности эта информация позволит составить полное представление о том, как деньги вращаются в организации и сколько налогов должно прийти.

С 15 июля по 31 января 2017 г. организации и предприниматели вправе регистрировать и применять онлайн-ККТ в добровольном порядке. А вот с 1 февраля 2017 года регистрировать будут только онлайн-ККТ. Обычные кассы, которые зарегистрированы до 1 февраля 2017 г., можно использовать до 1 июля 2017 года.

Порядок и условия регистрации, перерегистрации и снятия с учета онлайн-ККТ регулируются статьей 4.2 Закона от 22 мая 2003 г. № 54-ФЗ.

Зарегистрировать онлайн-ККТ можно в любой налоговой инспекции, а не только в своей. В этих целях потребуется подать заявление:

- «на бумаге»;
- в электронной форме через кабинет ККТ (для этого потребуется электронно-цифровая подпись).

Форму заявления о регистрации ККТ в ближайшее время должна разработать ФНС России.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1) Электронная онлайн-касса http://www.ekam.ru/page/elektronnaya-kassa

2) ОНЛАЙН КАССЫ: КТО, КАК И КОГДА ДОЛЖЕН ИХ ПРИМЕНЯТЬ http://buhguru.com/buhgalteria/kassa/onlayn-kassyi-2.html

3) Федеральный закон от 3 июля 2016 г. № 290-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «О применении контрольно-кассовой техники при осуществлении наличных денежных расчетов и (или) расчетов с использованием платежных карт» и отдельные законодательные акты Российской Федерации».

МСФО В РОССИИ: ПЕРЕХОД НА НОВЫЕ СТАНДАРТЫ

Смирнова А.С.
Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Переход бухгалтерского учета на МСФО является наиболее важным вопросом во всей системе реформирования бухгалтерского учета в стране. Настало время глобальных изменений – мы все движемся в сторону международных форм финансовой отчетности.

Возникает резонный вопрос: зачем же нужен этот переход и, как следствие, зачем данные изменения все чаще находят свое отражение в законодательстве? Ответ очевиден: нововведения всегда диктуются условиями финансово-хозяйственной деятельности компаний, а также ситуацией в экономике, а иногда и в политике.

Переход России на МСФО необходим, но он должен осуществляться постепенно и быть ориентированным, прежде всего, на организации, работающие на внешнем рынке.

Ведение учета финансово-хозяйственной деятельности по МСФО обязаны осуществлять следующие организации: кредитные организации; страховые организации; негосударственные пенсионные фонды; управляющие компании инвестиционных фондов, паевых инвестиционных фондов и негосударственных пенсионных фондов; клиринговые организации; акционерные общества, акции которых находятся в федеральной собственности и перечень которых утверждается Правительством Российской Федерации; иные организации, ценные бумаги которых допущены к организованным торгам путем их включения в котировальный список [1].

Минфин России заново ввел в действие на территории России международные стандарты финансовой отчетности (Приказ Минфина России от 28 декабря 2015 г. № 217н). Все 66 стандартов и разъяснений к ним приведены в приложениях к новому акту Минфина. Документ заменил сразу несколько действовавших приказов 2011-2014 гг., которые теперь утратили силу [2].

Следует отметить, что при переходе на международные стандарты финансовой отчетности существуют как отрицательные, так и положительные аспекты, рассмотрим некоторые из них:

1. Все чаще контрагенты, кредитные учреждения, а иногда и учредители просят предоставить данные в международном формате. И это понятно: сопоставимость показателей, единая логика, расчет нормативов – все это возможно лишь в том случае, когда учет и отчетность ведутся в едином и понятном для всех формате.

2. Еще один довод в пользу МСФО – это то, что такая отчетность часто предназначается для внешних пользователей. Данные в этом формате раскрываются наиболее подробно, чтобы каждый мог узнать о финансово-хозяйственной деятельности компании то, что ему нужно. Тогда как в РСБУ для подробной аналитики нужны различного вида расшифровки, которые несчастные бухгалтера делают то по запросу банка, то по запросу генерального директора [3].

Целью стандартов финансовой отчётности является сократить различия и выбор трактовки в предоставлении финансовой отчётности, улучшить качество и сопоставимости информации, унификации стандартов [4].

Обобщив все вышесказанное, плюсы от внедрения МСФО в РФ можно представить на рис. 1.

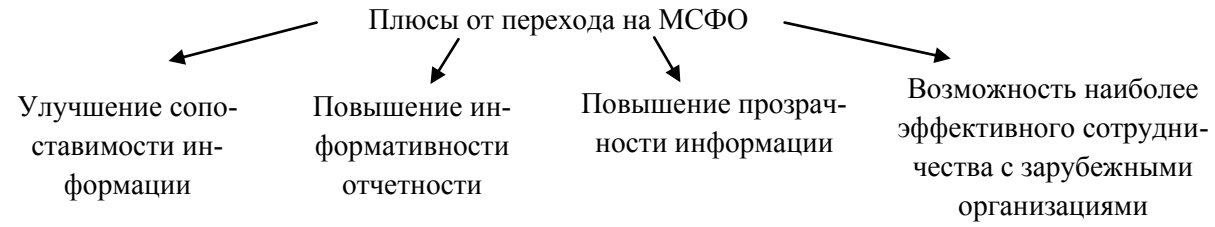


Рис. 1 – Положительные аспекты перехода на МСФО

Внедрение и применение МСФО в нашей стране имеет длительную предысторию, что связано с рядом факторов, препятствующих данному переходу. Данные факторы представлены на рис. 2.

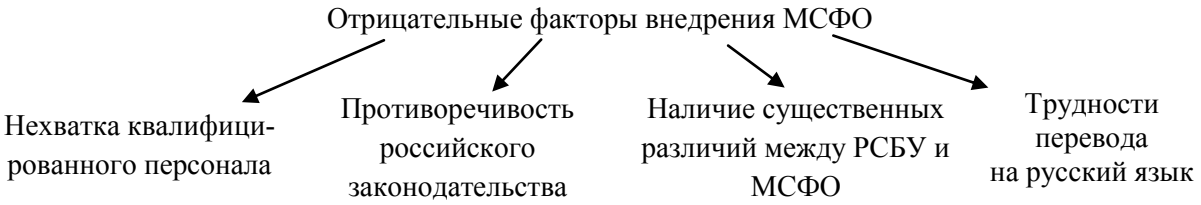


Рис. 2 – Отрицательные факторы внедрения МСФО

Исходя из вышесказанного, можно сделать вывод, что переход российского бухгалтерского учета на МСФО является действительно актуальным тематикой. Это связано с тем, что достаточно большое число российских пред-

приятий осуществляет свою деятельность на мировом уровне, что имеется возможность наиболее эффективного сотрудничества с иностранными партнерами, повышения прозрачности информации, а также облегчения доступа к международным рынкам капитала.

С другой стороны, данный переход может повлечь за собой значительные затраты. Но, даже столкнувшись с трудностями, специалисты понимают необходимость таких нововведений, перехода к единой системе учета, которая позволит показывать данные всем заинтересованным лицам. Первостепенная задача внедрения МСФО – это адаптация учета и отчетности для всех уровней и объемов бизнеса.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Федеральный закон от 27 июля 2010 г. № 208-ФЗ «О консолидированной финансовой отчетности».
2. Приказ Минфина России от 28 декабря 2015 г. № 217н «О введении МСФО и разъяснений МСФО в действие на территории РФ и о признании утратившими силу некоторых приказов (отдельных положений приказов) министерства финансов РФ».
3. Дремова Е. С. Особенности перехода России на МСФО / Е.С. Дремова // Молодой ученый. – 2016. – № 6. – С. 422–425.
4. Давыдова Н.Д. Трудности перехода России на МСФО / Н.Д. Давыдова // Актуальные вопросы экономических наук. – 2015. – № 47.

УЧЕТ ТРУДА И НАЧИСЛЕНИЯ ОПЛАТЫ ТРУДА РАБОТНИКАМ, ПРИМЕНЯЕМЫЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕМ НА ПРОИЗВОДСТВЕ

Тебекина А.А.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Труд представляет собой элемент производства. В бухгалтерском учете использование труда в процессе производства и реализации продукции отражается посредством учета операций по расчетам с персоналом по оплате труда. Кроме того, с учетом расчетов с персоналом по оплате труда непосредственно связан учет расчетов по налогу на доходы физических лиц и учет расчетов по социальному страхованию и обеспечению работников [1, с.78].

Важно подчеркнуть, что для организаций начисление заработной платы и начисление страховых взносов в государственные внебюджетные фонды социального страхования является одновременно и процессом формирования издержек производства.

Предметом исследования является бухгалтерский учет расчетов по оплате труда.

Объектом исследования выступает заработная плата и ее начисление.

Цель исследования – изучить учет труда и начисления оплаты труда работникам, применяемые предпринимателем на производстве.

При написании исследования применялись научные, логические методы исследования, была использована специальная литература Аленичев А.Д., Анищенко А.В., Барышников Н.П., Белов И.Г., Костяной В.И., Галкина Е.В., Лобова Н.Н.

В рамках бухгалтерского учета расчетов с персоналом по оплате труда решаются следующие задачи:

- исчисляется сумма заработной платы, причитающаяся каждому сотруднику, и отражается кредиторская задолженность организации перед персоналом по начисленной заработной плате;

- исчисляются суммы налога на доходы физических лиц, удерживаемые из заработной платы работников, отражается кредиторская задолженность перед бюджетом по уплате данного налога, которая перечисляется в бюджет;

- исчисляются суммы страховых взносов, базой для расчета которойых является фонд оплаты труда, и отражается кредиторская задолженность перед соответствующими государственными внебюджетными фондами, которая затем погашается;

- начисленные затраты по оплате труда и платежи страховых взносов относятся на издержки производства как элемент затрат на производство готовой продукции [2, с. 62–64].

Учет расчетов по оплате труда предполагает, с одной стороны, исчисление величины оплаты труда по всем основаниям, причитающейся каждому работнику, и определение задолженности организации перед персоналом, а также своевременное погашение этой задолженности, с другой – отнесение затрат по начисленной заработной плате на издержки производства и реализации продукции.

Учет расчета заработной платы, причитающейся каждому работнику, производить достаточно сложно, так как это один из самых трудоемких участков бухгалтерского учета.

Для оплаты труда используются две формы заработной платы: это повременная форма и сдельная форма, а также многочисленные системы заработной платы и их разновидности.

Для исчисления повременной заработной платы необходимо располагать информацией о количестве отработанного времени и тарифных ставках, или окладах, установленных работнику [3, с. 88].

Для исчисления сдельной заработной платы должна быть представлена информация об объеме выполненных работ (количестве произведенной продукции) и сдельных расценках.

Схема 1 – Формы оплаты труда

Для исчисления повременных и сдельных систем заработной платы необходимо иметь информацию о многочисленных показателях, характеризующих количество и качество затраченного труда, в зависимости от состояния которых увеличивается (уменьшается) размер заработной платы.

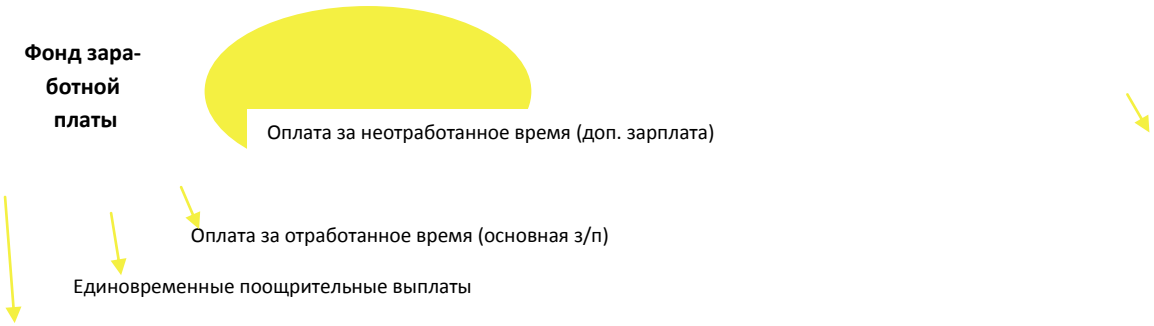


Схема 2. Структура фонда оплаты труда

Вся вышеперечисленная информация должна быть собрана, зарегистрирована в соответствующих первичных документах и обработана при исчислении заработной платы [4, с. 123].

Большинство первичной информации, используемой для исчисления заработной платы, является объектом оперативного учета. Однако поскольку эта информация используется бухгалтерией для исчисления заработной платы, ее первичный учет осуществляется под методическим руководством и контролем бухгалтерии.

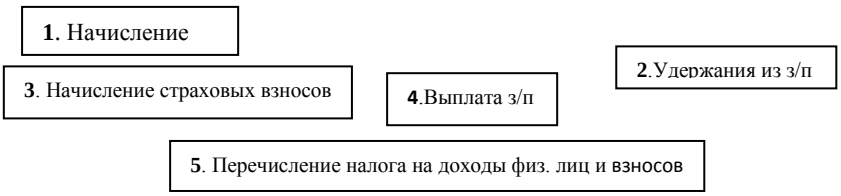


Схема 3 – Этапы учета труда на производстве

Исчисленная заработная плата за отработанное (собственно заработная плата) и неотработанное время (например, оплата очередных отпусков) должна быть отражена на соответствующем бухгалтерском счете.

Для учета расчетов с персоналом по оплате труда открывается активно-пассивный синтетический счет 70 «Расчеты с персоналом по оплате труда».

Синтетический счет 70 «Расчеты с персоналом по оплате труда» открывает аналитический счет для учета расчетов по оплате труда с каждым работником организации [5, с. 120].

Счет 70 «Расчеты с персоналом по оплате труда» имеет кредитовое сальдо, которое отражается в пассиве баланса в разделе «Краткосрочные обязательства», отдельной статьей «Задолженность перед персоналом по оплате труда». В редких случаях по расчетам с отдельными сотрудниками может возникнуть их дебиторская задолженность перед организацией по расчетам по оплате труда, в этом случае счет 70 будет иметь и кредитовое, и дебетовое сальдо, которое будет отражено в разделе «Оборотные активы» актива баланса в составе краткосрочной дебиторской задолженности по статье «Прочие дебиторы».

Расчеты предприятия с Фондом социального страхования учитываются на активно-пассивном счете 69 «Расчеты по социальному страхованию и обеспечению» (соответствующий субсчет). Поэтому операция по начислению пособий по временной нетрудоспособности будет также отражена по дебету счета 69 «Расчеты по социальному страхованию и обеспечению» в корреспонденции кредитом счета 70 «Расчеты с персоналом по оплате труда» [6, с. 150–152].

Итак, проведенное исследование позволило установить, что в рамках бухгалтерского учета расчетов с персоналом по оплате труда решаются задачи по исчислению суммы заработной платы, причитающейся каждому сотруднику, исчисляются суммы страховых взносов, базой для расчета которого является фонд оплаты труда, начисленные затраты по оплате труда и платежи страховых взносов относятся на издержки производства как элемент затрат на производство готовой продукции. Для учета расчетов с персоналом по оплате труда открывается активно-пассивный синтетический счет 70 «Расчеты с персоналом по оплате труда».

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Аленичев А.Д. Учет труда, заработной платы и правовые отношения между работником и работодателем : учеб. пособие для вузов по спец. 080109 Бух. учет, анализ и аудит / А. Д. Аленичев, Д. С. Комшанов ; Великолук. гос. с.-х. акад. – Великие Луки, 2013. – 122 с.
2. Анищенко А.В. Натуральная оплата труда / А. В. Анищенко// Учет в сельском хозяйстве. – 2016. – № 1. – С. 62–64
3. Барышников Н.П. Бухгалтерский учёт, отчётность и налогообложение / Н.П. Барышников. – 2-е изд. – М.: Филин, 2014.
4. Белов И.Г. Бухгалтерский учёт в сельском хозяйстве: Ученик / И.Г. Белов, В.И. Костяной. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Агропромиздат, 2013. – 368 с.
5. Галкина Е.В. Бухгалтерский учет и аудит: учеб. пособие для вузов / Е.В. Галкина. – М.: КноРус, 2013. – 588с.
6. Лобова Н.Н. Роль оплаты труда в трудовой мотивации и повышении уровня жизни населения / Н. Н. Лобова // Аграрная наука – сельскому хозяйству: сб. статей. 3-й Межд. науч.-практ. конф. В 3 кн. Кн.3./ АГАУ. – Барнаул, 2014. – С. 150–152.

ФОРМИРОВАНИЕ РЕЗЕРВОВ МАТЕРИАЛЬНЫХ РЕСУРСОВ МЧС ПРИ ЛИКВИДАЦИИ ЧРЕЗВЫЧАЙНЫХ СИТУАЦИЙ

Туреева Е.Е.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Резервы материальных ресурсов являются важным ключевым звеном в системе предупреждения и ликвидации чрезвычайных ситуаций. На величину резервов материальных ресурсов влияют прогнозируемая оценка масштаба ЧС, величины возможного ущерба от их возникновения, характер и объём работ по их устранению и т.п.

На рис. приведено сравнение количества чрезвычайных ситуаций в феврале за 2005–2016 гг.

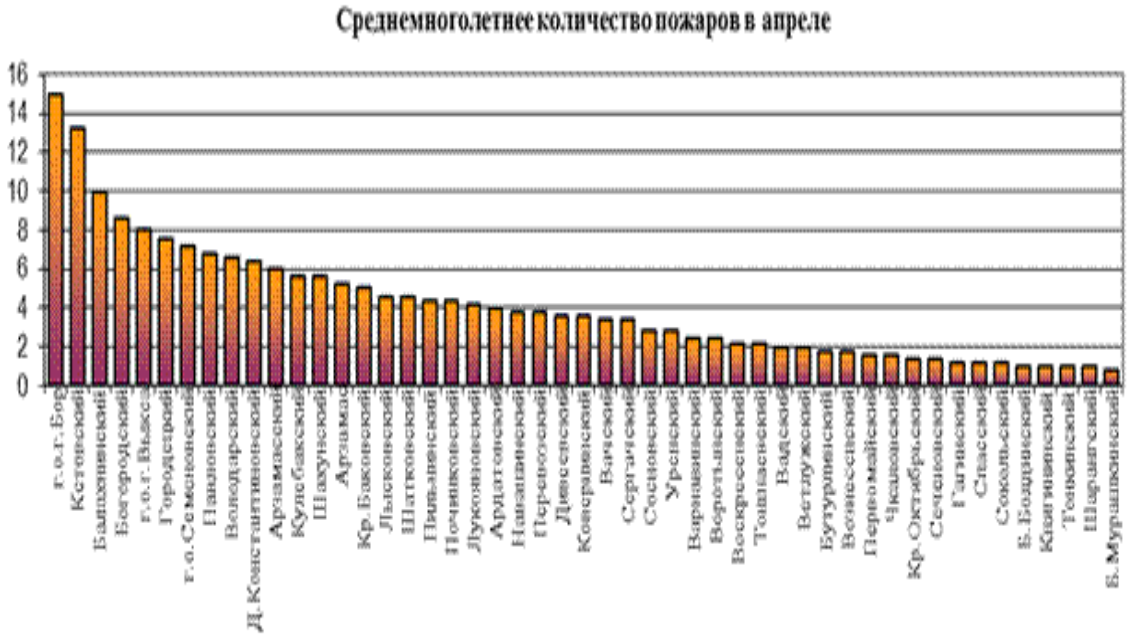
В феврале на территории Нижегородской области были зарегистрированы следующие происшествия.

В **техногенной сфере** произошло: **292** ДТП (что на 2,34% ниже уровня прошлого года и на 0,07% выше среднемноголетнего значения), **168**пожаров (что меньше на **14,72%** значения прошлого года и на **31,48%** среднемноголетнего значения), **458** технологических нарушений на объектах ЖКХ, (что на **2,6%** больше аналогичного периода прошлого года). Зарегистрировано 8 случаев отравления угарным газом.

Из происшествий **природного характера** наблюдались опасные метеорологические явления – сильные снегопады.

В **биолого-социальной сфере** было зарегистрировано **1253** случая заболевания ОКИ (острая кишечная инфекция), **148486** случаев заболевания гриппом и ОРВИ, **38** случаев заболеваемости ГЛПС (геморрагическая лихорадка с почечным синдромом), **110** случаев заболеваемости туберкулезом.

По среднемноголетним данным, наибольшее количество пожаров может произойти в городских округах Н.Новгород (68), Дзержинск (20), Бор, Выкса и Кстовском, Балахнинском, Богородском, Городецком районах (см. диаграмму ниже).



Основные принципы использования материальных ресурсов для ликвидации ЧС:

1. Целевой характер – создаются целевые резервы, учитывающие территориальные, отраслевые и производственные особенности;

2. Рациональность размещения – обеспечение максимальной сохранности резервов, исходя из степени риска возникновения ЧС;

3. Мобильность – высокая степень готовности к оперативному перемещению резервов в зоны ЧС, а также выполнение приемки, переработки и подготовки материальных ресурсов к использованию при ликвидации ЧС;

4. Достаточность – объем резервов, их структура, ассортимент, качественные показатели и характеристики должны гарантировать проведение первоочередных работ по ликвидации ЧС в соответствии с предполагаемым ущербом, программой и порядком проведения работ, особенностями территории, видом ЧС;

5. Управляемость – соответствие системы управления резервом материальных ресурсов задачам, возникшим в процессе ликвидации чрезвычайных ситуаций, и ее связанность со всеми органами различного уровня, участвующими в ликвидации ЧС;

6. Экономичность – величина затрат, которые выделяют на создание, хранение, использование и возмещение резервов для устранения ЧС.

Практикой ликвидации ЧС замечена необходимость иметь резервы материальных ресурсов, которые в любое время можно забрать со склада, обеспечить их доставку к местам ликвидации ЧС.

В связи с этим органам местного самоуправления необходимо из местных бюджетов выделять бюджетные средства на повышение и накопление материальных ресурсов в резервах для ликвидации ЧС.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Федеральный закон «О защите населения и территорий от чрезвычайных ситуаций природного и техногенного характера» от 21.12.1994 N 68-ФЗ (действующая ред., 2016)
2. Постановление Правительства РФ от 10 ноября 1996 г. N 1340 «О Порядке создания и использования резервов материальных ресурсов для ликвидации чрезвычайных ситуаций природного и техногенного характера»
3. http://52.mchs.gov.ru/
4. http://www.mchs.gov.ru/

ГРУППА В СОЦИАЛЬНОЙ СЕТИ КАК НЕМАТЕРИАЛЬНЫЙ АКТИВ

Федоров В.А.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Социальная сеть – платформа, онлайн-сервис или веб-сайт, предназначенные для построения, отражения и организации социальных взаимоотношений в Интернете. Группы в социальных сетях – это объединение пользователей, которые имеют сходные интересы или идеи. В настоящее время многие бренды и компании используют группы в рекламных целях.

Существует несколько причин использования групп в социальных сетях как инструмент извлечения дополнительного дохода:

- Большой обхват аудитории. Например, социальную сеть Вконтакте посещает 314, 7 млн. человек в месяц;
- Возможность таргетинга. В социальных сетях аудиторию можно группировать по множеству признаков: кругу общения, интересам, возрасту, полу и др.;
- Благоприятные условия для продаж. Пользователи, сидя в социальной сети, расслабляются и приятно проводят время. Из этого можно заключить, что они открыты к новым предложениям. Продажи не воспринимаются как навязывание;
- Прямой контакт с клиентами в группе. Дает возможность повысить уровень расположенности к бренду. Больше того, если группа интересная,

участники зовут своих друзей, а, значит, аудитория растет, что приводит к росту продаж;

- Настраивание равного диалога с аудиторией. Это главная возможность, которую дают социальные сети. В группе есть возможность создать эффективную равноправную коммуникацию, повышая лояльность к бренду.

Таким образом, группа в социальной сети является существенным способом ведения бизнеса. Сейчас современные компании в разных сферах существенно увеличили затраты на продвижение своих брендов, товаров и услуг в социальных сетях, что показывает анализ групп в социальной сети Вконтакте.

Группа может рассматриваться как новый вид нематериального актива, наравне с сайтом компании. Это связано как с практической пользой группы для компании, так и структурой затрат на поддержание ее функционирования.

Главные задачи, которые выполняет группа в социальной сети для бизнес-процессов: привлечение дополнительных клиентов; средство рекламы; платформа для продажи.

Основными затратами на работу группы является:

- создание дизайна группы;
- заработная плата редакторам и ведущим группы;
- затраты на внутреннюю рекламу в социальной сети (рекламные веб-баннеры и рекламные посты в ленте пользователей).

Данные затраты являются постоянными, так как для ведения группы существенно важным является обновление текстовой и визуальной информации, которые составляют копирайтеры (авторы текстов) и дизайнеры.

Таким образом, группа в социальной сети является важной частью бизнес-процесса компании, которая ее использует, регламентируется документацией и имеет постоянные затраты на ее поддержание, основной из которых является интеллектуальная деятельность. Это является поводом рассматривать группу в социальной сети как нематериальный актив.

Рассмотрим выполнение требований по МСФО 38, так как они более прогрессивные и имеют официальное закрепление веб-сайта как нематериального актива (ПКР 32)

Группа в социальной сети всецело соответствует определению нематериального актива: немонетарная форма; не имеет физической формой; идентифицируема.

Также группа в социальной сети соответствует основным характеристикам:

- группу можно отделить от деловой репутации: ее можно передать другому собственнику или обменять, что часто применяется на практике (так как группа формирует базу участников и подписчиков);
- компания полностью контролирует группу как актив и имеет право на получение будущих экономических выгод (продаж и рекламы). К управлению ею полностью отстранены третьи лица (через систему интернет-безопасности). Также группа юридически защищена: типичны ситуации, когда мошенники создают группы известных компаний для извлечения выгоды и осуществления методов нечестной конкуренции, но они сразу блокируются, так как не имеют юридических прав на их создание;
- группа способна приносить будущие экономические выгоды: в дальнейшем способствовать продаже товаров и рекламе бренда и компании;
- у группы отсутствует физическая форма.

Группа в социальной сети выполняет критерий по вероятности получения будущих экономических выгод, связанных с активом (исходя из сущности процесса работы с группой и постоянным числом участников группы)

Для оценки группы как нематериального актива точно определим перечень расходов по ее созданию. Также возьмем примерные цифры для расчетов: заработная плата копирайтеру (автору текстов), $ЗП_к$ – 10 тыс. руб.; заработная плата дизайнеру (автору изображений), $ЗП_д$ – 10 тыс. руб.; реклама в системе социальной сети, – 2 тыс. руб.; амортизация ОС, – 9 тыс. руб.

Данные затраты являются как периодическими, так и основными при создании группы в социальной сети, поэтому могут включиться в первоначальную стоимость.

Допустим, что компания собирается использовать группу в течение 5 лет. Основной целью будет выступать размещение в группе внутренних ресурсов, а также информации о компании и выпускаемой продукции, с возможностью покупки.

Группа в социальной сети представляет собой совокупность программного кода (который принадлежит компании-владельцу социальной сети), произведения дизайна и содержательной части (контента). Произведение дизайна – это внешний вид группы. Контент – это информация, которая может храниться в виде отдельных баз данных, интегрированных с web-сайтом либо доступных при его помощи, или храниться непосредственно на самих страницах web-сайта.

Для сайта возможна регистрация программы и базы данных, осуществляемая по желанию правообладателя, однако для группы в социальной сети это

невозможно ввиду принадлежности компании лишь визуальной и текстовой составляющей.

Стоимость объектов нематериальных активов с определенным сроком полезного использования погашается посредством начисления амортизации в течение срока их полезного использования [2, п. 23 ПБУ 14/2007]. Расчет ожидаемого поступления будущих экономических выгод от использования группы в рассматриваемой ситуации первоначальной работы не может быть надежным, поэтому в соответствии с п. 28 ПБУ 14/2007 размер амортизационных отчислений по такому активу определяется линейным способом. Амортизационные отчисления по нематериальному активу начинаются с первого числа месяца, следующего за месяцем принятия этого актива к учету, и продолжаются до полного погашения стоимости либо списания его с учета.

По окончании срока полезного использования происходят выбытие нематериального актива и списание его с учета [2, п. 34 ПБУ 14/2007].

В рассматриваемом случае первоначальная стоимость нематериального актива составляет:

Таким образом, общая совокупность всех операций по группе в социальной сети представлена в таблице:

Содержание операции	**Дт**	**Кт**	**Сумма, руб.**	**Первичный документ**
Начислена заработная плата работникам	08	70	20000	Расчетно-платежная ведомость
Начислены страховые взносы на заработную плату заработная плата	08	69	6000	Бухгалтерская справка-расчет
Начислена амортизация ОС, используемых при создании группы	08	02	9000	Бухгалтерская справка
Отражены затраты на рекламу	26	60	1640	Акт приемки- сдачи оказанных услуг
Отражен НДС, предъявленный за рекламу	19	60	360	Счет-фактура
НДС принят к вычету	68	19	360	Счет-фактура
Группа отражена как нематериальный актив	04	08	31000	Карточка учета нематериального актива
В течение 5 лет				
Начислена амортизация	26	05	517	Бухгалтерская справка
Начислен отложенный налоговый актив	09	68	51,6	Бухгалтерская справка-расчет
В момент списания с учета (через 5 лет)				
Списан нематериальный актив	05	04	31000	Бухгалтерская справка
Списан отложенный налоговый актив	99	09	3096	Бухгалтерская справка
Отражен постоянный налоговый актив	68	99	3096	Бухгалтерская справка-расчет

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Бухгалтерский финансовый учет : учеб. пособие / Е. А. Мизиковский, И. Е. Мизиковский. – М. : Магистр : ИНФРА-М, 2015. – 624 с. (Бакалавриат)
2. Приказ Минфина РФ от 27.12.2007 # 153н (ред. от 24.12.2010) «Об утверждении Положения по бухгалтерскому учету «Учет нематериальных активов» (ПБУ 14/2007)»
3. Международный стандарт финансовой отчетности (IAS) 38 «Нематериальные активы»/

ПРОБЛЕМНЫЕ АСПЕКТЫ НОРМАТИВНОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА РАСЧЕТОВ ПО ОПЛАТЕ ТРУДА В СИСТЕМАХ РСБУ И МСФО

Шаханова Т.С.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Учет расчетов с персоналом по оплате труда является одной из важнейших областей бухгалтерского учета. Вместе с тем информация, связанная с оплатой труда в бухгалтерском учете и бухгалтерской отчетности, во многом зависит от нормативного регулирования данных вопросов в системе бухгалтерских стандартов.

Полагаем, что особенностью нормативного регулирования расчетов по оплате труда является необходимость применения достаточно большого количества регламентирующих документов. Безусловно, к ним относятся кодексы: Трудовой кодекс РФ, Налоговый кодекс РФ. В числе бухгалтерских нормативных документов следует указать ФЗ «О бухгалтерском учете», «Положение по ведению бухгалтерского учета и бухгалтерской отчетности в РФ», ПБУ 4/99 «Бухгалтерская отчетность организации», План счетов бухгалтерского учета, а также в ряде случаев и многие положения по бухгалтерскому учету тех или иных объектов и хозяйственных операций.

Трудовой кодекс устанавливает требования к начислению оплаты труда в тех или иных ситуациях, Налоговый кодекс определяет порядок удержаний из заработной платы. Федеральный закон «О Бухгалтерском учете» № 402-ФЗ от 06.12.2011 указывает на необходимость учета обязательств, а значит и обязательств по оплате труда. Кроме этого, данный закон указывает на необходимость оформления любого факта хозяйственной жизни первичными учетными документами [1]. Таким образом, важнейшим фактором учета расчетов по

оплате труда является корректное оформление связанных с ними первичных документов.

Важнейшим условием объективности информации о расчетах по оплате труда является достоверная оценка сумм начисленной заработной платы. Нормативное регулирование в данном вопросе содержится в Трудовом кодексе [2], определяющем минимальные суммы, причитающиеся работнику в случае отклонений от нормальных условий труда, а также правила расчета среднего заработка в случае начисления оплаты за неотработанное время. Обратим внимание на то, что данные регламентации могут претерпевать изменения [3]. Так, согласно последним изменениям определяется следующий порядок оплаты за неотработанное время, к которому относится начисление пособий по временной нетрудоспособности, а также пособий по беременности и родам и уходу за ребенком. Современное законодательство требует использовать для начисления среднего заработка при определении сумм указанных пособий информацию о заработной платы не за один, а за два предшествующих года. Пособие начисляется и в том случае, если у застрахованного лица отсутствует заработок за два предшествующих года. В этом случае пособие начисляется исходя из размера МРОТ.

Формирование информации о расчетах по оплате труда в учете и отчетности требует применения и налогового законодательства. Именно Налоговый кодекс определяет порядок удержания из заработной платы налога на доходы физических лиц. Отметим, что в настоящее время применяется единая ставка этого налога – 13 процентов. Хотя нельзя не отметить, что вопрос о применении единой ставки НДФЛ не раз дискутировался в научной литературе. Говоря об удержаниях из заработной платы, нельзя не отметить тех нормативных документов, которые определяют удержание из заработной платы по исполнительным листам.

Нормативным документом, регламентирующим ведение синтетического учета расчетов по оплате труда, является План счетов бухгалтерского учета, а требования по отражению информации, связанной с оплатой труда, в отчетности регламентируются в ПБУ 4/99 «Бухгалтерская отчетность организации».

Сопоставляя систему нормативных документов, регламентирующих вопросы в системе российских бухгалтерских стандартов (РСБУ) с системой международных стандартов финансовой отчетности (МСФО), необходимо отметить, что в отличие от РСБУ в МСФО не уделяется внимания таким вопросам, как документальное оформление расчетов по оплате труда, правилам начисления оплаты труда в условиях, отклоняющихся от нормальных, прави-

лам расчета среднего заработка для начисления оплаты за неотработанное время, правилам определения величины удержаний из заработной платы. С другой стороны, в системе РСБУ не предусмотрено в настоящее время отдельное положение, регламентирующее учет расчетов по оплате труда. В отличие от РСБУ в системе МСФО содержится стандарт, посвященный непосредственно расчетам по оплате труда – МСФО (IAS) 19 «Вознаграждения работникам». Одной из важнейших задач дальнейшего развития учета расчетов с персоналом по оплате труда является его сближение с требованиями МСФО. И в этом отношении большую роль может сыграть принятие нового положения по бухгалтерскому учету, посвященного вопросам учета расчетов по оплате труда, проект которого в настоящее время размещен на сайте Минфина РФ.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Федеральный закон «О Бухгалтерском учете» № 402-ФЗ от 06.12.2011 (ред. от 04.11.2014).
2. «Трудовой кодекс Российской Федерации» от 30.12.2001 № 197-ФЗ (ред. от 30.12.2015), статья 138. Ограничение размера удержаний из заработной платы.
3. Постановление Правительства РФ «Об особенностях порядка исчисления средней заработной платы» от 24 декабря 2007 г. № 922 (ред. от 15.10.2014).
4. Налог на доходы физических лиц (НДФЛ) // Федеральная налоговая служба. URL: https://www.nalog.ru/rn77/taxation/taxes/ndfl/ (дата обращения: 14.05.2016).

ОРГАНИЗАЦИЯ СИСТЕМЫ ВНУТРЕННЕГО КОНТРОЛЯ КРЕДИТОРСКОЙ ЗАДОЛЖЕННОСТИ

Шашкова Ю.В.
Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Организация системы внутреннего контроля кредиторской задолженности является актуальной темой в наше время, так как часто кредиторы забывают или не хотят вспоминать о своих задолженностях перед другими лицами. Наряду с упростившимся порядком банкротства как физических, так и юридических лиц, в условиях сложной экономической ситуации в России проблема неплатежей встает достаточно остро. В статье отражается видение автора в отношении гармонизированного построения системы внутреннего контроля кредиторской задолженности экономических субъектов, призванная обеспечить рациональность осуществления расчетных операций.

Систему внутреннего контроля организации следует рассматривать как ключевой элемент управления параметрами финансово-хозяйственной деятельности организации.

Совокупность задач управления кредиторской задолженностью экономического субъекта можно представить следующим образом:

- обеспечение достоверности учетных данных о сальдо и изменениях сумм кредиторской задолженности в отчетном периоде;
- оценка рациональности платежной дисциплины, в том числе отсутствия штрафных санкций за несвоевременную оплату долгов;
- разработка мероприятий по обеспечению сбалансированности денежных потоков организации.

Основным инструментом контроля наличия и движения обязательств организации выступает инвентаризация [3].

При осуществлении контрольных мероприятий внутренний аудитор, в первую очередь, должен проверить реальность возникновения и погашения кредиторской задолженности в соответствии с первичными учетными документами (счета на оплату, платежные поручения, расходные кассовые ордера), учетными регистрами (выписки с расчетного счета, анализ и карточка счетов учета денежных средств и расчетов, оборотно-сальдовые ведомости по указанным счетам), а также договорами и прочей юридической документацией.

Следует обратить внимание, что при проверке договоров с контрагентами необходимо учитывать наличие сроков осуществления платежей при организации делового оборота, поскольку задолженность будет считаться просроченной с первого дня окончания указанного периода.

В соответствии с нормами бухгалтерского учета суммы кредиторской и дебиторской задолженности по истечении срока исковой давности списываются на финансовые результаты организации [2].

В случае наличия расхождений сумм задолженности, числящихся в учете контрагентов, составляется акт сверки взаимных расчетов. В настоящее время организациям делегированы полномочия по разработке форм применяемых первичных документов и учетных регистров [1]. По нашему мнению, для обеспечения релевантной информации о суммах кредиторской задолженности ее текущему управлению наиболее оптимальной будет являться следующая форма акта сверки (табл. 1).

Таблица 1 – Акт сверки расчетов по состоянию на 31.12.2015 г. между ООО «Идеал» и ООО «Матрикс»

№ п/п	**Наименование операции**	**№ документа**	**Дата**	**Период расчетов, дней**	**Количество дней просрочки платежа**	**Дебет**	**Кредит**	**Дебет**	**Кредит**
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	Сальдо		01.01.15				12222.10		
2	Реализация	3565869	10.01.15	10	0		875287.00		
3	Оплата	213454	14.01.15				643765.00		
…	…	…	…	…	…	…	…	…	…
343	Аванс	345653	28.12.15			54444.00			
344	Сальдо					54444.00			

Предложенная форма учетного регистра позволит обеспечить систему внутреннего контроля необходимой информацией для осуществления результативного контроля формирования и погашения кредиторской задолженности с соответствующими юридическими и физическими лицами, государственными органами, внебюджетными фондами.

Вместе с тем следует отметить, что для обеспечения эффективности системы внутреннего контроля, по нашему мнению, необходимо осуществлять перманентный мониторинг формирования и погашения задолженности для исключения налоговых и прочих доначислений в связи с нарушением платежной дисциплины.

Еще одной мерой обеспечения действенности системы внутреннего контроля кредиторской задолженности может стать детальная проверка платежеспособности потенциальных контрагентов на основе предоставленных юридическими лицами данных о параметрах деятельности (копии учредительных документов, бухгалтерской отчетности и пр.), информации СМИ, прогнозных расчетов финансового состояния исследуемой организации на основе разработанной методики анализа экономическим субъектом.

Предложенные в статье направления организации системы внутреннего контроля кредиторской задолженности позволят обеспечить рациональность и сбалансированность денежных потоков организации, а также отсутствие штрафных санкций.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Федеральный закон «О бухгалтерском учете» № 402-ФЗ от 06.12.2011;
2. Приказ Минфина России от 29.07.1998 № 34н «Об утверждении Положения по ведению бухгалтерского учета и бухгалтерской отчетности в Российской Федерации»;

3. Приказ Минфина РФ от 13.06.1995 №№ 49 «Об утверждении Методических указаний по инвентаризации имущества и финансовых обязательств».

4. Мелехина Т.И. Инвентаризация расчетов с работниками в некоммерческих организациях / Т.И. Мелехина // Бухгалтерский учет в бюджетных и некоммерческих организациях. – 2013. – № 19 (331).

РЕФОРМИРОВАНИЕ ПЛАНА СЧЕТОВ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЁТА НЕКРЕДИТНЫХ ФИНАНСОВЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ

Шитова Е.Л.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Проблема перехода некредитных финансовых организаций на новый план счетов является актуальной в последнее время. Актуальность проблемы обусловлена рядом факторов. Переход на новый план счетов — это самая серьезная финансовая реформа учета в современной истории. В настоящее время в связи с приближающимися изменениями её рассмотрение является необходимым и важным. И отсюда возникает вопрос о целесообразности реформирования в условиях, когда необходима стабильность и продуманность принимаемых решений. Будет ли переход на новые отраслевые стандарты и План счетов в столь непростой период объективно необходимым?

Решения Центрального Банка Российской Федерации, выступающего в роли регулятора, требуют довольно кардинальных и затратных изменений. Обсуждение новых документов осуществляется на закрытых заседаниях ЦБ, а также устанавливаются приблизительные сроки перехода организаций на Единый план счетов. Как заметил Владимир Викторович Чистюхин, заместитель Председателя ЦБ РФ: «Сейчас важно пережить переход на единый план счетов и начать работу в нормальном режиме. Нам принципиально важно, чтобы была единая отчетность, без дополнительных систем учета».

В последнее время для организаций одной из ключевых является проблема согласования бухгалтерского и налогового учёта. Может случиться, что придется вести параллельно как учет по МСФО (в соответствии с новыми стандартами), так и по РСБУ (из-за необходимости вести учет для целей налогообложения), поэтому необходимо разработать методологию ведения учета для приближения российской практики учёта к международным стандартам.

Для некредитных финансовых организаций будет разработан специальный новый план счетов, построенный на базе плана счетов банков. Так как бух-

галтерская отчётность будет составляться в соответствии с международными отраслевыми стандартами финансового учёта, то организациям предстоит разработать документы по изменениям, относящимся к бухгалтерскому учету и отчетности, по преобразованию учетных компьютерных систем и по обучению персонала организаций новым требованиям ведения бухгалтерского учета.

В новом плане счетов произошли существенные изменения: нововведения по форме и по содержанию. В его состав входит 5 глав (А-Д), счета, относящиеся к первому порядку, состоящие из 3 знаков, счета второго порядка из 5 знаков, лицевые счета из 20 знаков. Активно-пассивные счета исключены. Введены специальные счета, связанные с отражением финансовой и страховой деятельности. Нововведения в содержании затрагивают непосредственно ведение организациями страховой аналитики на плане счетов, порядок признания премий и вознаграждений, более подробное отображение капитала и операций с ценными бумагами, отражение списаний по судебным решениям в составе выплат, возможность создания новых видов резервов по каждой группе активов; использование методов наилучшей оценки, ведение учета в иностранной валюте по любым счетам, а также детальный и подробный учет в составе доверительного управления [1-3; 5;6].

Изменения плана счетов затронут и компьютерные системы, поэтому, на наш взгляд, необходимо провести изменения и в этой сфере: перенастроить учётную систему на новый план счетов, внедрить новую главную книгу с условием объединения со старой учётной системой, учитывая уровень автоматизации компаний) [4].

В заключении подведём некоторые итоги. В настоящее время для успешного проведения реформирования плана счетов Центральный Банк России должен решить три основные задачи:

1) Перевести нефинансовые кредитные организации (включая страховые) на новый План счетов и Отраслевые стандарты бухгалтерского учета. Эта задача в той или иной мере уже решается.

2) Разработать единый набор форм надзорной отчетности. Здесь пока наблюдается неопределенность, однако процесс идет.

3) Объединить и проследить за синхронностью выполнения двух предыдущих задач. От их согласованности зависит достижение конечной цели регулятором.

В будущей перспективе реформирование должно привести к объединению форм бухгалтерской, налоговой, надзорной отчетности, и, как следствие, созданию единого пакета документов для успешного регулирования нацио-

нального финансового рынка, что и является его целью. На наш взгляд, некредитные финансовые организации только готовятся к предстоящему переходу на новый единый план счетов.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Приказ Минфина России от 04.09.2001 № 69н «Об особенностях применения страховыми организациями Плана счетов бухгалтерского учета финансово-хозяйственной деятельности организаций».
2. Казьянина С.А. Проблемы подготовки финансовой отчетности страховых компаний в соответствии с МСФО / С.А. Казьнина // Аудит и финансовый анализ. – 2012. – № 3. – С. 19–28.
3. Кириллова Н.В. Актуальные проблемы развития страхового рынка / Н.В. Кириллова // Вестник Финансового университета. – 2014. – № 1. – С. 129–138.
4. Матвеева И. И. Новый план счетов: революция в страховом учете / И.И. Матвеева // Молодой ученый. – 2016. – № 1. – С. 416–419.
5. Молодкина С.А. Аудит показателей бухгалтерской отчетности страховщиков / С.А. Молодкина // Академический вестник ТГАМЭУП. – 2012. – № 3. – С. 222–228.
6. Павлюченко Т.Н. Роль управленческого учета в работе страховой компании / Т.Н. Павлюченко // Глобальный научный потенциал. – 2010. – № 6. – С. 42–43.

ВЫКУПНАЯ СТОИМОСТЬ ОСНОВНОГО СРЕДСТВА КАК ПРЕДМЕТА ЛИЗИНГА

Шмелева Е.А.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Договоры лизинга набирают все большую популярность в практике российских предприятий. Ведь в условиях нестабильной экономической ситуации, неравномерности денежного потока у организации не всегда имеется возможность покупки необходимого оборудования, техники и т.п. В этом случае лизинг является решением данной проблемы. Согласно нормативным актам [1], договором лизинга может быть предусмотрен, переход в собственность лизингополучателя предмета лизинга по истечении срока этого договора или до его истечения на условиях, предусмотренных соглашением сторон.

В принципе, договор лизинга направлен именно на то, чтобы предмет, по которому заключено соглашение, был куплен не единовременным внесением денег продавцу, а периодическими платежами, которые погасят выкупную стоимость предмета лизинга. Фактически, ответ на вопрос, что такое выкупная

стоимость предмета лизинга – это цена предмета при стандартных отношениях купли продажи.

Заключение договора лизинга для многих бухгалтеров уже не является чем-то незнакомым. Лизинг как форма аренды приобрел большую популярность.

Но особенность лизинга в том, что сторона, использующая предмет лизинга, сначала получает вещь в аренду, а уже используя предмет в коммерческой деятельности, выплачивает частями его стоимость продавцу. Данное условие прописывается в договоре лизинга или дополнительном соглашении сторон, а также указывается размер платежей за пользование и выкупную цену.

Выкупная стоимость может быть оплачена несколькими способами: по истечению срока договора лизинга отдельной суммой; включается в сумму лизинговых платежей в течение срока договора лизинга.

Полная оплата выкупной стоимости предмета лизинга является основанием для перехода права собственности на него к лизингополучателю. В бухгалтерском учете в первоначальную стоимость объекта лизинга включается не только выкупная стоимость, но и затраты, связанные с его приобретением, за исключением НДС и иных возмещаемых налогов [2].

Порядок отражения в бухгалтерском учете выкупа имущества зависит от нескольких условий:

- как оплачивается выкупная стоимость – в течение договора (авансом) или по его окончании;
- на чьем балансе учитывается имущество в течение договора.

При этом необходимо верно отразить оплату выкупной стоимости, списание лизингового имущества и его приемку в качестве собственного.

Выкупная стоимость предмета лизинга, выделенная в договоре лизинга отдельно, формирует первоначальную стоимость этого имущества и не признается лизингополучателем текущим расходом [2].

Для целей налогообложения прибыли действует порядок формирования первоначальной стоимости лизингового имущества, отличающийся от порядка, применяемого в бухгалтерском учете.

Так, в налоговом учете первоначальной стоимостью имущества, являющегося предметом лизинга, признается сумма расходов лизингодателя на его приобретение, сооружение, доставку, изготовление и доведение до состояния, в котором оно пригодно для использования, за исключением сумм налогов, подлежащих вычету или учитываемых в составе расходов в соответствии с НК РФ [3].

Для целей налогообложения прибыли расходы лизингополучателя в виде выкупной цены предмета лизинга при переходе права собственности на предмет лизинга к лизингополучателю могут являться расходами на приобретение амортизируемого имущества. Такие расходы на основании п. 5 ст. 270 НК РФ не учитываются при исчислении налоговой базы по налогу на прибыль.

Отнесение стоимости амортизируемого имущества к расходам организации для целей налогообложения осуществляется посредством механизма амортизации в соответствии со ст. ст. 256 - 259.3 НК РФ. Таким образом, выкупная цена предмета лизинга в составе лизинговых платежей, включаемых в прочие расходы в соответствии с пп. 10 п. 1 ст. 264 НК РФ, не учитывается.

Лизингополучатель вправе учесть в составе прочих расходов, связанных с производством и (или) реализацией, лизинговые платежи на основании пп. 10 п. 1 ст. 264 НК РФ. Данная норма предусматривает, что если имущество, полученное по договору лизинга, числится у лизингополучателя, то в расходы он будет включать лизинговые платежи за вычетом суммы амортизации по этому имуществу, начисленной в соответствии со ст. ст. 259 - 259.2 НК РФ.

НДС с выкупной стоимости лизингополучатель принимает к вычету в момент постановки на учет объекта как собственного основного средства при наличии всех условий, установленных ст. ст. 171 и 172 НК РФ (наличии счета-фактуры, принятии на учет актива с отражением на счете 01 и наличии акта приема-передачи объекта основных средств (кроме зданий, сооружений) или акта о приеме-передаче здания (сооружения)).

Подводя итог сказанному, можно сделать следующие выводы:

1) по истечении срока лизингового договора имущество может быть возвращено лизингодателю либо передано лизингополучателю в собственность, т.е. выкуплено им;

2) в налоговом учете, в отличие от бухгалтерского учета, выкупная цена не включается в первоначальную стоимость предмета лизинга, которая формируется у лизингополучателя;

3) выкупную цену следует выделить в договоре лизинга (если по условиям договора в состав лизинговых платежей включается выкупная цена);

4) лизингополучатель должен обеспечить раздельный учет расходов в виде лизинговых платежей и расходов на выкуп амортизируемого имущества.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Гражданский кодекс РФ (с изм. и доп., вступ. в силу с 02.10.2016).

2. Приказ Минфина России от 30.03.2001 N 26н (ред. от 16.05.2016) «Об утверждении Положения по бухгалтерскому учету «Учет основных средств» ПБУ 6/01».

3. Налоговый кодекс РФ (часть вторая)» от 05.08.2000 N 117-ФЗ (ред. от 03.07.2016) (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.10.2016).

СОВРЕМЕННОЕ СООТНОШЕНИЕ ПРАВИЛ ФОРМИРОВАНИЯ БУХГАЛТЕРСКОГО БАЛАНСА И ОТЧЕТА О ФИНАНСОВОМ ПОЛОЖЕНИИ В СИСТЕМАХ РСБУ И МСФО

Юрова И.С.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Как известно, реформирование российской бухгалтерской отчетности в настоящее время осуществляется на основе международных стандартов финансовой отчетности (далее МСФО). В этой связи особенно актуальным является определение современного соотношения правил формирования отечественного бухгалтерского баланса и международного отчета о финансовом положении, являющихся основными формами отчетности для любых предприятий.

Исследованию вопросов составления бухгалтерского баланса и отчета о финансовом положении в системах российских стандартов бухгалтерского учета (РСБУ) и международных стандартов финансовой отчетности посвящены труды многих российских ученых [1 - 5].

Вместе с тем в настоящее время отсутствует единство мнений различных авторов по данным вопросам. Выскажем собственную точку зрения по указанным вопросам.

Прежде всего обратим внимание на различие в названиях сравниваемых отчетных форм. Полагаем, что следует согласиться с мнением российских ученых [2; 3] о том, что термин «отчет о финансовом положении» в большей степени характеризует экономическое содержание данной отчетной формы.

Перейдем к содержанию российского бухгалтерского баланса и международного отчета о финансовом положении. Проведенные исследования позволяют сделать следующие выводы о соотношении статей указанных отчетных форм. Такие статьи, как «Основные средства», «Нематериальные активы», «Запасы», «Торговая и прочая дебиторская задолженность», «Денежные средства и эквиваленты денежных средств», «Торговая и прочая кредиторская задолженность», «Оценочные обязательства» и «Отложенные налоговые обязательства и отложенные налоговые активы» отражаются и в отчёте о финансовом положении, и в бухгалтерском балансе. Показатель «Инвестиционная недвижимость»

отражается только в отчете о финансовом положении, а в бухгалтерском балансе аналогичная статья отсутствует. Вместе с тем некоторые ученые [4] считают частичным аналогом данного показателя статью бухгалтерского баланса «Доходные вложения в материальные ценности».

Показатель «Финансовые активы» фигурирует только в отчёте о финансовом положении, а вот в бухгалтерском балансе такая статья отсутствует. Строка «Инвестиции, учитываемые с использованием метода долевого участия» отражаются только в отчете о финансовом положении. Показатель «Биологические активы» присутствует только в отчете о финансовом положении, а в бухгалтерском балансе аналогичная статья отсутствует.

Статья «Общая сумма активов, классифицированных как предназначенные для продажи, и активов, включенных в выбывающие группы, классифицированные как предназначенные для продажи в соответствии с МСФО (IFRS) 5 «Внеоборотные активы, предназначенные для продажи, и прекращенная деятельность», фигурирует только в отчете о финансовом положении, а в бухгалтерском балансе подобная статья не представляется.

Статья «Финансовые обязательства» отражается только в отчете о финансовом положении, а вот в бухгалтерском балансе подобной статьи нет. Строка «Обязательства и активы по текущему налогу» фигурирует в отчете о финансовом положении, а в бухгалтерском балансе такая статья напрямую не представляется.

Показатель «Обязательства, включенные в выбывающие группы, классифицированные как предназначенные для продажи в соответствии с МСФО (IFRS) 5» отражен только в отчете о финансовом положении. Аналог в бухгалтерском балансе не приведен.

Статья «Неконтролирующие доли участия, представленные в составе собственного капитала» фигурирует в отчете о финансовом положении и не требуется в бухгалтерском балансе, утвержденном Минфином РФ. Строка «Выпущенный капитал и резервы, относимые к собственникам материнской организации» присутствует исключительно в отчете о финансовом положении. Вместе с тем в российском балансе предусмотрен раздел «Капитал и резервы».

Таким образом, в настоящее время все еще сохраняются существенные различия правил формирования бухгалтерского баланса и отчета о финансовом положении в системах РСБУ и МСФО.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Гетьман В.Г. Формирование финансовой отчетности коммерческих организаций на основе концепции поддержания величины физического капитала / В.Г. Гетьман // Инновационное развитие экономики. – 2015. – № 3 (27). – С. 103–107.
2. Дружиловская Т.Ю. Новые требования к составу бухгалтерской отчетности и составлению бухгалтерского баланса в российских стандартах бухгалтерского учета и в международных стандартах финансовой отчетности / Т.Ю. Дружиловская // Международный бухгалтерский учет. – 2012. – № 4. – С. 2–13.
3. Дружиловская Т.Ю., Дружиловская Э.С. Новые требования к составу бухгалтерской отчетности и формированию бухгалтерского баланса некоммерческих организаций: их возможные изменения / Т.Ю. Дружиловская, Э.С. Дружиловская // Бухгалтерский учет в бюджетных и некоммерческих организациях. – 2013. – № 7. – С. 19–27.
4. Дружиловская Э.С. Инвестиционные активы как новый учетный объект и правила его оценки в российском и международном учете / Э.С. Дружиловская // Международный бухгалтерский учет. – 2014. – № 39 (333). – С. 15–29.
5. Рожнова О.В. Актуальные проблемы формирования финансовой отчетности российскими предприятиями / О.В. Рожнова // Учет. Анализ. Аудит. – 2015. – № 2. – С. 45–52.

УПРАВЛЕНЧЕСКИЙ УЧЕТ В ОРГАНИЗАЦИЯХ В РОССИЙСКОЙ И ЗАРУБЕЖНОЙ ПРАКТИКЕ

Юшина Ю.В.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

1. **Актуальность рассматриваемой темы.** Система информационной поддержки управления, принятие правильных управленческих решений, разработка системы показателей и внутренних форм отчетности. Новый инструмент управления. Ведение управленческого учета в зарубежных организациях. Проблемы внедрения и развития управленческого учета в российских организациях.

2. **Сущность управленческого учета.** Управленческий учет, планирование, контроль и анализ затрат, расходы и доходы организации, повышение качества и оперативности принимаемых решений.

3. **Управленческий учет в российских организациях.** Калькулирование себестоимости, обобщение издержек, базовые бухгалтерские принципы, бухгалтерское обобщение производственных затрат.

4. **Управленческий учет в зарубежных организациях.** ABC – метод, косвенные затраты, система «стандарт-кост», организация учета затрат по центрам ответственности.

5. **Модели управленческого учета.** Управленческая учетно-аналитическая система, рыночная конкуренция, оперативный учет, финансовый учет, налоговый учет, инновации, инвестиции, финансово-хозяйственная деятельность организации.

6. **Проблемы внедрения системы управленческого учета на российских предприятиях.** Поверхностный характер, крупные организации, реорганизация компании, материальные затраты, недостаточная оперативность информации, обучение персонала, формирование команды, учет затрат, учет прибыли, учет выручки.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Бухгалтерский управленческий учет: Учебник / Д.В. Лысенко. – М.: НИЦ ИНФРА-М, 2016. – 477 с.

2. Варфоломеев В.Н., Умрихина С.В., Современные проблемы методов и способов организации управленческого учета в компании / В.Н. Варфоломеев, С.В. Умрихина // Экономический анализ: теория и практика. – 2015. – № 27.

3. Кавич А. Ю. Проблемы внедрения управленческого учета в организации / А. Ю. Кавич, В. Ф. Трунина // Экономика, управление, финансы: материалы II междунар. науч. конф. – Пермь: Меркурий. – 2015. – С. 125–128.

4. Зимакова Л.А. Взаимосвязь направлений детализации учетной информации и используемой системы управления / Л.А. Зимакова, Ю.В. Костякова // Международный бухгалтерский учет. – № 2 – 2016.

5. Павленко О. Ю. Управленческий учет в организациях в российской и зарубежной практике / О. Ю. Павленко, О. С. Пышненко, М. А. Пронина // Научно-методический электронный журнал «Концепт». – 2015. – Т. 30. – С. 496–500.

6. Кондратова И.Г. Основы управленческого учета / И.Г. Кондратова. – М.: Финансы и статистика, 2013. – 144 с.

7. Кузнецова О. Н. Организация управленческого учета на малых предприятиях / О. Н. Кузнецова // Молодой ученый. – 2015. – №3. – С. 433–436.

8. Письмаров А. Как оценить эффективность работы / А. Письмаров // Генеральный директор – 2016. – №2. – С.18-22.

9. Ткач В.И. Управленческий учет: международный опыт / В.И. Ткач, М.В. Ткач. – М.: Финансы и статистика, 2014. – 144 с.

10. Универсальные принципы управленческого учета [Электронный источник]// Режим доступа: http://www.glavbukh.ru/cnews/549#ixzz3pPi9dFee.

Секция 8. АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ МЕНЕДЖМЕНТА В СЕРВИСЕ И ТУРИЗМЕ

СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА МЕЖДУ РОССИЕЙ И ТУРЦИЕЙ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Авджы Э.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Туризм в Турции на протяжении последних лет был одной из главных, успешно развивающихся отраслей экономики. Во многом это связано с эффективной деятельностью турецких операторов по привлечению туристов из России. Известно, что Турция с 2002 по 2014 годы являлась лидером среди стран, посещаемых российскими туристами [1].

Однако в конце 2015 г. политические отношения между Турцией и Россией резко ухудшились в результате инцидента со сбитым российским самолетом, что имело тяжелые последствия как для Турции в целом, так и ее туристического сектора. Турецкие специалисты называют этот период самым тяжелым за всю его историю. Через семь месяцев, после извинения Президента Турции Т. Эрдогана перед российской стороной, чартерные рейсы были возобновлены. Казалось, кризис миновал. Однако на пути развития турецко-российских отношений возникли новые проблемы: был совершен террористический акт в аэропорту Ататюрка. Череда политических катаклизмов на этом не закончилась. 15 июля 2016 г. произошла неудачная попытка захвата власти в Турции, вследствие которого туристическому сектору был нанесен новый удар. Несмотря на то, что Россия вскоре заявила о возобновлении чартерных рейсов, туризм в Турции по-прежнему находится в стадии затяжного кризиса. Основной проблемой специалисты называют обеспечение безопасности туристов [2].

Помимо указанных оценок туризм Турции следует проанализировать с точки зрения статистики.

Таблица 1 – Сравнение иностранных туристов, посетивших Турцию в период 2014-2016 (*), по трём странам-лидерам

СТРАНА	ГОД			ДОЛЯ СТРАНЫ (%)			% ИЗМЕНЕНИЯ	
	2014	2015	2016*	2014	2015	2016*	2015/ 2014	2016/ 2015
Россия	4 143 704	3 308 303	544 152	13,77	11,12	2,69	-20,16	-83,55
Германия	4 089 877	4 414 382	3 139 308	13,59	14,83	15,51	7,93	-28,88
Англия	2 219 253	2 166 642	1 481 200	7,38	7,28	7,32	-2,37	-31,64

Таблица 2 – Сравнение иностранных туристов, побывавших в Турции в период 2014-2016 (*), по странам СНГ

СТРАНА	ГОД			ДОЛЯ СТРАНЫ (%)			% ИЗМЕНЕНИЯ	
	2014	2015	2016*	2014	2015	2016*	2015/ 2014	2016/ 2015
АЗЕРБАЙДЖАН	518 498	490 807	471 093	1,72	1,65	2,33	-5,34	-4,02
БЕЛАРУСЬ	205 587	187 980	97 734	0,68	0,63	0,48	-8,56	-48,01
АРМЕНИЯ	54 170	37 825	28 179	0,18	0,13	0,14	-30,17	-25,5
ГРУЗИЯ	1 344 937	1 439 464	1 689 543	4,47	4,84	8,34	7,03	17,37
КАЗАХСТАН	394 663	393 689	209 195	1,31	1,32	1,03	-0,25	-46,86
КЫРГЫЗСТАН	64 060	69 562	67 850	0,21	0,23	0,34	8,59	-2,46
МОЛДОВА	109 147	126 696	116 395	0,36	0,43	0,57	16,08	-8,13
УЗБЕКИСТАН	111 925	115 908	98 028	0,37	0,39	0,48	3,56	-15,43
РОССИЯ	4 143 704	3 308 303	544 152	13,77	11,12	2,69	-20,16	-83,55
ТАДЖИКИСТАН	26 586	26 085	18 334	0,09	0,09	0,09	-1,88	-29,71
ТУРКМЕНИСТАН	135 537	135 069	119 468	0,45	0,45	0,59	-0,35	-11,55
УКРАИНА	557 375	588 347	907 757	1,85	1,98	4,48	5,56	54,29
СНГ	7 666 189	6 919 735	4 367 728	25,48	23,25	21,57	-9,74	-36,88

*Данные по 2016 г. представлены только за период с 1 по 9 месяцы.

Министерство Культуры и Туризма Турции огласило статистику по пересечению границы [3]. Количество иностранных туристов, побывавших в Турции с января по сентябрь месяц (в течение 9 месяцев), снизилось в целом на 30%. Если проанализировать самые важные страны для Турции в (табл. 1), то в течение 9-месячного периода года самые большие потери по туризму в размере 85,33% относятся к России. Количество российских туристов в течение 9-месячного периода 2015 года составило 3 308 303 человек, а в этом году - 544 152 человек. Для этого же периода сохраняется падение этого показателя в размере около 30% для Германии, которая отправляла в Турцию больше всего туристов. Аналогичным образом, анализируя количество туристов из стран СНГ по табл. 2, можно четко отметить влияние кризиса в российско-турецких отно-

шениях. В этом же периоде зафиксировано падение примерно на 50% количества туристов из Беларуси. Исходя из этого, анализируя статистику страны, столкнувшейся с кризисом в силу политических проблем с другой страной, следует также учитывать статистику стран, которые находятся в тесных исторических и политических отношениях с этой страной. Учитывая все страны СНГ в этот период, увеличение количества туристов, побывавших в Турции, относится только к Грузии и Украине. Причиной этого являются умеренная политика между Украиной и Турцией, а также то, что Грузия является граничащей с Турцией страной.

Проанализировав все приведенные факты, можно сказать, что последний квартал 2016 года и 2017 года будут для туризма Турции крайне сложными. Несмотря на завершение кризиса с Россией, восприятие Турции в глазах Европы и России как небезопасной страны, а также продолжение экономических проблем в России является большой угрозой для турецкого туризма. А если добавить к этому экономические проблемы в некоторых странах Европы, то 2017 год никак нельзя будет назвать многообещающим для туризма Турции.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Выездной турпоток из России показал самое большое снижение за последние 20 лет. Ежедневная электронная газета Российского Союза туриндустрии 04.09.2015 http://www.ratanews.ru/news/news_4092015_2.stm (дата обращения 01.11.2016).

2. Kofteoglu F. (August 2016). Rusya yasakları kaldırsada ekonomik sıkıntı devam ediyor. // Resort № 164 P. 12—15. [Kofteoglu F. (August 2016). Russia lifted restrictions but economic hardship continues. Resort, № 164 P. 12—15. (In Turkish).]

3. Republic Of Turkey Ministry Of Culture and Tourism-Tourism Statistics (2016), Oct 20. URL http://www.ktbyatirimisletmeler.gov.tr/TR,9854/sinir-giris-cikis-istatistikleri.html (дата обращения 03.11.2016).

ХАРАКТЕРИСТИКА ТЕКУЩЕГО СОСТОЯНИЯ РЫНКА ТУРИСТИЧЕСКИХ УСЛУГ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Александров А.С.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Как известно, за последние полвека туризм стал не только важным элементом культурного, духовного развития индивида, но и одной из наиболее динамичных, высокодоходных отраслей, занимающих значительную долю в валовом внутреннем продукте многих стран и обладающих масштабным экономи-

ческим мультипликативным эффектом. Но ввиду последних экономических и политических мировых тенденций в туристической отрасли произошли существенные изменения в сторону развития внутреннего туризма: в 2015 г. уменьшился объём выездного туризма на 16.65% по сравнению с досанкционным 2013 г. (табл.1). Подобные изменения вполне объясняются удорожанием услуг в сфере зарубежного туризма на 32% [2]. В денежном же эквиваленте спад за 2014 г. по отношению к 2013 году составил 7.694 млрд руб. (табл. 2).

Таблица 1 – Число въездных и выездных туристских поездок (тыс. шт.)

	2010	**2011**	**2012**	**2013**	**2014**	**2015**
Иностранных граждан в Россию	22272.2	24920.3	28167.9	30790.9	32420.6	33712.5
Российских граждан за рубеж	39303.9	43706.7	47806.2	54063.8	45881.9	45060.45

Источник: данные ФСБ России (Пограничная служба)

И наоборот, в области внутреннего туризма прослеживается положительная динамика (табл. 2). Так, с 2013 года стоимость реализованных турпакетов по территории России увеличилась на 5%.

Таблица 2 – Стоимость реализованных населению турпакетов (млн. руб.)

	2010	**2011**	**2012**	**2013**	**2014**
По территории России	19785	22757	24809	27896	29144
По зарубежным странам	148148	152610	183309	222002	214308

Источник: данные Федеральной службы государственной статистики

Как следствие, к 2015 году количество турфирм, специализирующихся на международном въездном и выездном туризме, сократилось на 58.89% в соотношении с аналогичным показателем 2013 года (рис. 1). А по отношению к фирмам, специализирующимся на внутреннем рынке, фирм «выездного туризма» вдвое меньше.

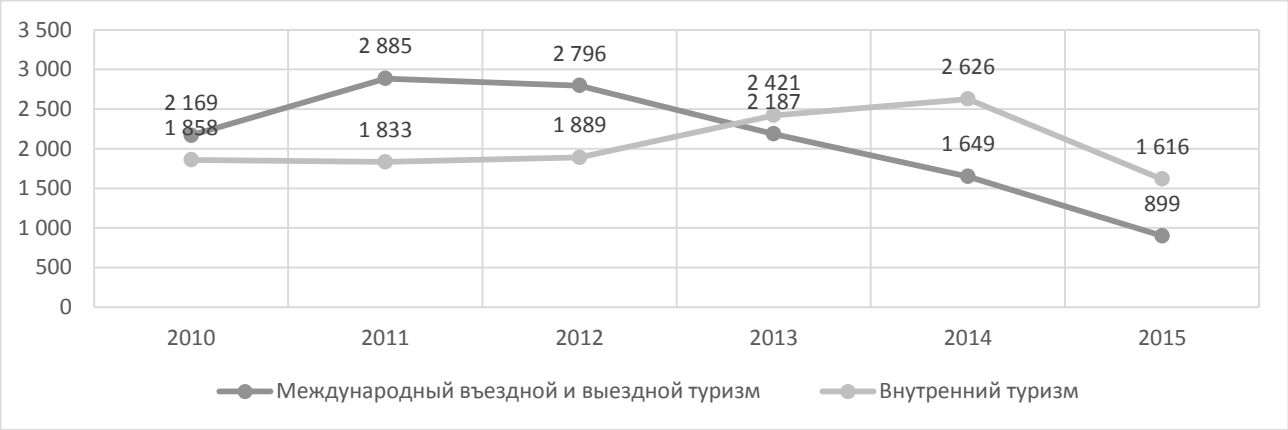


Рис. 1 – Сведения о количестве туроператоров (шт.) [1]

Исходя из вышеуказанного, можно сделать вывод о том, что в туристической отрасли появилась тенденция «разворота туристического рынка»: внутренний туризм имеет положительную тенденцию роста, несмотря на небольшое уменьшение количества туроператоров (рис. 1), уже в 2015 году стоимость реализованных туристических пакетов выросла на 1.248 миллиардов рублей (табл. 2). Также наблюдается стабильный рост числа поездок иностранных граждан в Россию, в том числе с целью туризма.

Таким образом, несмотря на существующие мировые тенденции в туристической отрасли, можно говорить о существующем на рынке туристических услуг стабильном спросе, преимущественно поддерживающимся внутренним туризмом, в котором сосредоточен значительный потенциал данной отрасли.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Единая межведомственная информационно-статистическая система (ЕМИСС) - Сведения о количестве туроператоров, зарегистрированных в Едином федеральном реестре туроператоров. [Электронный ресурс] / Режим доступа: https://fedstat.ru/indicator/37253 (дата обращения 11.11.2016).
2. Индексы потребительских цен на отдельные виды услуг в области туризма. Платное обслуживание населения в России. 2015: Стат. сб./ П37 Росстат. - М., 2015. – 111 с.
3. Федеральная служба государственной статистики. [Электронный ресурс] / Режим доступа: http://www.gks.ru/ (дата обращения 14.11.2016).

ЯВЛЯЮТСЯ ЛИ ПОНЯТИЯ СЕЛЬСКОГО, ЭКОЛОГИЧЕСКОГО И АГРОТУРИЗМА СИНОНИМИЧНЫМИ?

Глухова И.А.
Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

В современной литературе все чаще встречаются такие понятия как сельский туризм, экологический (зеленый, природный), деревенский туризм, агротуризм и др., которые ранее были практически неизвестны, особенно на российском рынке, но которые в настоящее время являются наиболее перспективными отраслями мирового рынка туризма. При этом необходимо отметить, что многие ученые объединяют данные понятия, делают их синонимами, в то время как в действительности, каждый термин имеет свои характерные отличия.

Понятие сельского туризма является предметом многих споров среди исследователей. Проблема заключается в том, что на данный момент времени отсутствует какой-либо единый документ, уточняющий специфику этих терми-

нов. Поэтому целью данной работы является разграничение понятий и выявление характерных черт, присущих тем или иным сферам сельского туризма.

Необходимо начать с такого наиболее общего понятия, как «сельский туризм».

По данным Министерства сельского хозяйства Российской Федерации, под сельским туризмом понимаются любые временные выезды (путешествия) граждан Российской Федерации, иностранных граждан и лиц без гражданства (далее – лица) с постоянного места жительства в сельскую местность в лечебно-оздоровительных, рекреационных, познавательных, физкультурно-спортивных, профессионально-деловых, религиозных и иных целях без занятия деятельностью, связанной с получением дохода от источников в месте временного пребывания [1, с. 8]. Сельский туризм представляет собой досуг, предлагаемый в сельской местности и включающий в себя различные виды туристической деятельности, такие как культурно-познавательный, экологический, приключенческий, этнический, пеший туризм, катание на лошадях, посещение гостевых домов (ферм) и агротуризм.

Одной из главных проблем отсутствия единого мнения о том, что же такое сельский туризм является то, что сельские территории не однородны, именно это и вызывает большинство споров у ученых при формулировке данного понятия.

Но есть и общие особенности, присущие сельским территориям. Й. Вильджоэн и Х. Тлабэла, ссылаясь на К. Эшли и С. Максвелла в своей работе «Развитие сельского туризма в Южной Африке», выделяют следующие:

- территории, на которых поселковые населения и инфраструктура занимают небольшие участки земли, а также преобладают поля, пастбища, леса, вода, горы и пустыни;
- территории, где большинство людей работают на фермерских хозяйствах;
- изобилие/ доступность и дешевизна земельных участков;
- высокие операционные издержки, связанные удаленностью территорий и отсутствием инфраструктуры [2, с. 1-3].

Таким образом, можно сделать вывод, что сельский туризм является базой, на основе которой формируются остальные основные понятия.

Одним из самых крупных видов сельского туризма выступает «экологический туризм» (экотуризм). Международные организации также не могут сойтись на одном мнении и предлагают разные определения экотуризма. На наш взгляд, наиболее точно и полно его раскрывает Всемирный фонд дикой приро-

ды (World Wildlife Fund, сокр. WWF): «Экотуризм – туризм, включающий путешествия в места с относительно нетронутой природой, с целью получить представление о природных и культурно-этнографических особенностях данной местности, который не нарушает при этом целостности экосистем и создает такие экономические условия, при которых охрана природы и природных ресурсов становится выгодной для местного населения» [3].

Отличительной чертой экологического туризма является благоприятное воздействие на экологическое состояние окружающей среды территорий и поддержание благосостояния местных жителей [4].

Экологический туризм, в свою очередь, может включать в себя:

1. Природный туризм – любой вид туризма, который непосредственно зависит от использования природных ресурсов в их относительно неизмененном состоянии, например, ландшафты, рельеф, воду, растительность, диких животных.

Природный туризм схож с понятием «сельский туризм», но во втором случае - не всегда использование природных ресурсов оставляет их в первозданном виде.

2. Приключенческий туризм может выступать/ являться видом экотуризма, но в том случае, если приключенческие туры соответствуют экологическим критериям.

3. Зеленый туризм, или агротуризм. Туристы некоторое время ведут сельский образ жизни среди природы, принимают участие в традиционном сельском труде. Главная особенность - турист должен быть занят в сельскохозяйственном производстве для получения новых знаний, навыков, физических нагрузок и впечатлений [5].

В заключении необходимо отметить сущность данной работы: выявление подобной классификации позволяет регулировать каждую отрасль сельского туризма отдельно друг о друга. Каждый вид туризма имеет свои преимущества и свои недостатки, четкое разграничение терминов необходимо для эффективной работы каждой сферы, это позволяет выявлять проблемы и разрабатывать политику по их решению для конкретной отрасли.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Министерство сельского хозяйства Российской Федерации. Сельский туризм: опыт, проблемы, перспективы развития в России – М.,: ООО «Столичная типография», 2008.– 72 с. [Электронный ресурс]. URL: http://mcx-consult.ru/d/77622/d/selskiy_turizm.pdf (дата обращения: 05.11.2016)

2. Viljoen J., Tlabela K. // Rural Tourism Development in South Africa// HSRC Press. 2007. 23 P. (дата обращения: 06.11.2016)

3. http://www.worldwildlife.org/ (дата обращения: 06.11.2016)

4. Ассоциация экологического туризма// Что такое экотуризм. [Электронный ресурс]. URL: http://www.ecotourism-russia.ru/eshche_odna_vnutrennjaja/ (дата обращения: 14.11.2016)

5. Ассоциация экологического туризма// Экотуризм. Принципы и виды. Электронный ресурс]. URL: http://www.ecotourism-russia.ru/eshche_odna_vnutrennjaja/podvnutrennjaja.html (дата обращения: 14.11.2016)

ГАСТРОНОМИЧЕСКИЙ ТУРИЗМ В КОНТЕКСТЕ ПРОДВИЖЕНИЯ НАЦИОНАЛЬНЫХ ИДЕЙ И ТРАДИЦИЙ

Ефремова Е.Е.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Резкое увеличение курса иностранных валют привело к существенному удорожанию зарубежных туров, что предопределило увеличение потока российских туристов на отечественные курорты. Южные направления нашей страны не справляются с резко возросшим количеством туристов. Сфера туризма является источником существенного дохода в бюджеты тех регионов, которые развивают данный вид экономической деятельности. В рамках целевой Федеральной программы было заявлено, что к 2018 году Россия должна стать лидером в туристической индустрии [1, 2].

Одним из новых и достаточно перспективных является такое направление туризма, как гастрономический туризм. Гастрономический туризм является средством приобщения человека к культуре определенной страны, ее ценностям. Туристический опыт, как и опыт получения образования в контексте идеологии социальной перестройки, является инструментом трансляции не только знаний, но также смыслов, идей, верований [3]. Гастрономическое путешествие способно оказать на человека несравнимо больший эффект в его культурном развитии, национальном самосознании, чем привычный нам пляжный отдых.

Участие в гастрономических турах по России иностранных граждан приобщает их к культуре страны, формируя положительное представление и о государстве в целом. Грамотно спланированные и выстроенные гастрономические программы путешествий способны изменить отношение собственных и иностранных граждан к определенной стране. В условиях современной политиче-

ской обстановки данный инструмент представляется эффективным в том числе и для продвижения национальных идей на международной арене.

Россия обладает огромным потенциалом для развития данного вида туризма. Русская национальная кухня прошла длительный путь развития, в связи с чем ассортимент блюд русской кухни на рубеже XIX-XX веков стал столь разнообразен, что о ней заговорили с таким же уважением, как и о знаменитой французской кухне [4].

На сегодняшний день русская кухня также пользуется широкой известностью во всем мире. Это проявляется как в прямом проникновении в международную ресторанную кухню исконно русских пищевых продуктов или некоторых наиболее известных блюд, так и в косвенном влиянии русского кулинарного искусства на кухни других народов.

Вкусовые акценты и блюда нашей национальной кухни меняются от региона к региону. Ввиду своего географического расположения, климатических условий Дальний Восток может привлечь любителей рыбы, икры и морепродуктов. Главную роль в формировании местной кухни Татарстана играют сладости, в числе которых – чак-чак (сладкое блюдо из обжаренного теста с медом) и щербет (безалкогольный напиток из меда). На юге России все большую популярность приобретают кубанские вина. Кубань славится множеством винодельческих заводов, предлагающих туристам экскурсии и дегустации.

Одной из основных причин непопулярности кулинарных туров в России является низкая информированность как собственных граждан, так и иностранных туристов о подобных направлениях возможного проведения своего отпуска.

Особое внимание необходимо уделить созданию новых и развитию существующих объектов гастрономического туризма. Еще одним методом привлечения туристов является создание регионом своего гастрономического бренда, разработка привлекательной для туристов рекламной кампании [5].

В 2015 году в России создана Ассоциация гастрономического туризма России (АГТР). Ее взаимодействие с иными подобными международными институтами позволяет перенять опыт других государств в развитии данного направления туризма.

Гастрономические путешествия, помимо перспективной и достаточно емкой отрасли туризма, являются еще и мощным фактором продвижения национальных идей не только внутри страны, но и за ее пределами. Работа по построению новых гастрономических маршрутов, а также информированию населе-

ния о них, с учетом международного опыта, регулярно ведется и, безусловно, приведет к высоким результатам.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Постановление Правительства РФ от 02.08.2011 N 644 (ред. от 18.02.2014) «О федеральной целевой программе «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации.
2. Кочкурова Е.А. Теоретические и практические аспекты кластерного подхода к развитию региона, на примере туристической отрасли Нижегородской области / Е.А. Кочкурова, Т.В. Зыкова // Инновации и инвестиции. 2015. №9. С. 125-128.
3. Фортунатова В.А. Тривилизация образования как модель социальной динамики в современных информационных условиях / В.А. Фортунатова, Ю.А. Платонова // Философские проблемы информационных технологий и киберпространства. – 2015. – № 1. – С. 23–40.
4. Сычева В. О. Условия развития гастрономического туризма в России и в мире / В. О. Сычева, К. С. Шпенькова // Концепт. 2014. №7. С. 2-6.
5. Баранова Н.А. Особенности рекламной деятельности туристических предприятий Нижегородской области / Н.А. Баранова, Л.Г. Мезина, Т.В. Зыкова // СЕРВИС PLUS. –2015. – № 3. – С. 21–26.

ПУТИ ФОРМИРОВАНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ ЛОЯЛЬНОСТИ В ГОСТИНИЧНОМ ПРЕДПРИЯТИИ

Ионова Н.П.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Тема формирования потребительской лояльности в гостиничном предприятии является актуальной в связи с тем, что условиях развивающегося кризиса и наличия высокого уровня конкуренции удержать клиента становится все сложнее и каждая гостиница всеми силами старается подобрать механизмы для формирования и поддержания лояльности как для постоянных, так и для потенциальных потребителей. Чем устойчивее лояльность потребителя – тем прибыль предприятия больше.

Лояльный клиент менее подвержен всевозможным акциям со стороны предприятий-конкурентов, он может способствовать увеличению прибыли предприятия за счет предоставления положительных отзывов о заведении друзьям и коллегам, а также отзывам в сети Интернет.

При формировании программ лояльности основное внимание уделяется предоставлению потребителям выгод по сравнению с предприятиями-конкурентами.

В связи с непростой экономической ситуацией в стране многие клиенты отказываются от услуг гостиничных предприятий, опираются на отзывы клиентов, ищут более дешевые предложения, например, снимают квартиру или арендуют койко-место в хостелах.

Современные потребители услуг по-разному реагируют на различные формы рекламы. Поэтому гостиничным предприятиям необходимо более обдуманно подходить к данному способу привлечения новых клиентов и удержания старых.

Уровень доверия потребителей представлен на рис. 1.

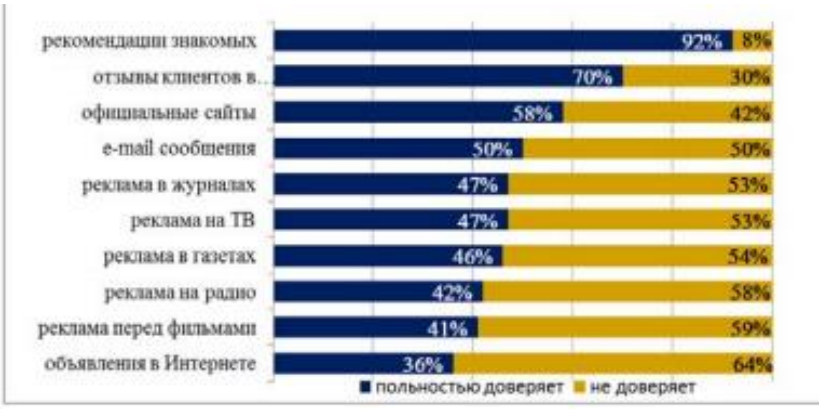


Рис. 1 – Уровень доверия современных потребителей к разным формам рекламы

Большинство потребителей сегодня являются активными интернет-пользователями, и наличие у гостиницы личного сайта с подробным описанием месторасположения, наличием фотографий номеров гостиницы, предоставлением информации о дополнительных услугах будет являться плюсом и при определении с выбором.

Также современного потребителя привлекает возможность предоставления ему скидки за пользование услугами данной гостиницы. Это может быть скидка на последующее обращение в гостиницу или скидка при привлечении своих друзей. Это может быть скидка к фирмам-партнерам (кафе или тренажерный зал).

Наличие бесплатного доступа в Интернет, бесплатная парковка, услуга – завтрак, включенный в стоимость проживания.

Вежливое отношение персонала так же положительно влияет на формирование лояльности потребителя, как и чистота в номерах.

Клиента заинтересовывают нововведения, например, карты вместо ключей, «умный» свет.

Самой неблагоприятной ситуацией может служить полное отсутствие лояльности у клиентов, когда потребитель не имеет привычки совершать повторные покупки в компании, а также не обладает эмоциональной привязанностью к компании. При этом возможна ситуация негативного спроса, когда у потребителей складывается негативное отношение к предприятию, которое очень сложно поменять.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Кокшарова Н.Б. Потребительская лояльность как основное конкурентное преимущество современных компаний / Н.Б. Кокшарова //Экономика и предпринимательство. – 2014. –№ 12 (ч.4). Режим доступа: URL: https://sibsutis.ru/ (дата обращения 11.11.2016)

2. Лапшин В. В. Оценка факторов, влияющих на поведенческую лояльность клиента / В.В. Лапшин // Молодой ученый. – 2014. – №7.1. – С. 51–54.

3. Радыгина Е. Г. Повышение лояльности потребителей гостиничных услуг // Научно-методический электронный журнал «Концепт». 2016. № 3 (март). С. 51–55. – URL: http://e-koncept.ru/2016/16049.htm. (дата обращения 11.11.2016)

РАЗВИТИЕ ТУРИЗМА В НИЖЕГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ (ТЕРРИТОРИАЛЬНЫЙ БРЕНДИНГ)

Кириллова С.О.

Нижегородский институт управления - филиал Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации

Нижегородская область – регион, имеющий большой туристский потенциал. Благодаря огромной территории региона, протяженность которого с севера на юг достигает ≈ 400 км, а с запада на восток ≈ 300 км, благодаря уникальности природного ландшафта: южно-таёжных, широколиственных, смешанных лесов, есть все необходимые условия для развития культурно-познавательного, лечебно-рекреационного, круизного, экологического и приключенческого, делового и событийного, а также сельского туризма [1].

Нижегородская область расположена в центре Восточно-Европейской (Русской) равнины, на данной территории практически отсутствуют природные катаклизмы, что делает территорию привлекательной для путешественников как в летний, так и в зимний периоды.

Для развития внутреннего въездного туризма область обладает как традиционными, так и уникальными ресурсами. Огромное историко-культурное наследие Нижегородской области, представлено 3397 объектами культурного наследия (памятники истории и культуры), находящимися под государственной охраной.

Нижегородская область входит в десятку исторических субъектов и занимает лидирующее место в сфере народных художественных промыслов. Здесь сосредоточено около 20% ремесел всей России, в том числе всемирно известные золотая хохлома, полховско-майданская роспись, золотая вышивка, семеновская матрешка, филигрань, городецкая роспись, гипюр, ткачество, ножевой промысел, деревообработка и другие ремесла.

Нижегородская область славится не только памятниками культуры, но и памятниками духовного наследия. Регион можно назвать одной из духовных столиц России, что дает возможность для развития паломнического туризма.

Несмотря на то, что регион обладает высоким туристским потенциалом, данные ресурсы используются неэффективно. Основными причинами являются неразвитость туристской инфраструктуры области, наличие низкого качества турпродукта, недостаток комфортабельных средств размещения, высокая (неконкурентоспособная) цена турпродукта региона на российском и международном рынках.

Более того, неизвестность области на туристском рынке играет не последнюю роль, так как до 1991 года регион был закрыт для въезда. Недостаточное количество рекламных акций и маркетинговых мероприятий по продвижению нижегородского турпродукта на международном рынке туруслуг.

Но совсем скоро Нижний Новгород станет городом-организатором Чемпионата Мира по футболу 2018, в связи с этим был издан Федеральный закон от 07.06.2013 № 108-ФЗ» О подготовке и проведении в Российской Федерации чемпионата мира по футболу FIFA 2018 года, Кубка конфедераций FIFA 2017 года и внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации», на основании которого было разработано постановление правительства Нижегородской области от 19 ноября 2013 года № 859 «Об утверждении Программы подготовки к проведению в 2018 году чемпионата мира по футболу».

Воспользовавшись данным событием, необходимо начать развитие туристской привлекательности Нижегородской области, которая должна быть тесно связана с новым характером взаимодействия региональных органов власти, отвечающих за развитие туризма и самого туристического бизнеса, а также

со средствами массовой информации, которые поспособствуют продвижению региона на российском и международном туристских рынках. В этих условиях крайне необходима консолидация рекламно-информационной работы различных участников туррынка в целях оказания туристских, деловых и информационно-справочных услуг приезжающим туристам, а также ведение рекламной и маркетинговой деятельности.

Региону требуется объединение усилий коммерческих, некоммерческих, общественных, а также государственных организаций для разработки и реализации проектов по повышению качества приема и обслуживания туристов [2].

Одним из вариантов повышения эффективности функционирования туристской отрасли является «Территориальный брендинг». Примером успешного привлечения туристов является проект, реализуемый в Вологодской области – «Великий Устюг – родина Деда Мороза». На реализацию мероприятий областной целевой программы «Великий Устюг – родина Деда Мороза» в первый год ее осуществления из областного бюджета было выделено 18,9 млн рублей, а доход от реализации путевок составил 161,2 млн рублей [3]. Этот пример иллюстрирует экономическую эффективность развития территориального брендинга.

Проект «Царство Снегурочки» в Ленинградской области почти забыт, но этот проект создает Костромская область. В богатой туристскими ресурсами России каждая дестинация, большая или маленькая, может найти и реализовать свой подобный проект, основанный на местных древних сказаниях и поверьях, а также на историко-культурных ресурсах.

Регион может иметь бренд, связанный с именем писателя А.М.Горького, который родился и прожил в Нижнем Новгороде 25 лет. Более того, почти шесть десятилетий город носил имя писателя, Нижний Новгород во многом стал известен благодаря таланту и деятельности Горького, также совсем скоро в 2018 году, мы будем отмечать 150-летие нашего земляка, поэтому интерес к экскурсиям, связанным с именем Максима Горького, будет возрастать. Таким образом, Нижегородская область обретет новую, прибыльную рыночную нишу.

В рамках реализации данной программы был разработан маршрут экскурсии (на основании требований иностранцев) (табл. 1). Тема экскурсии Максим Горький в Нижнем Новгороде». Продолжительность: 6 ч. Протяженность (км): 10.9.

Таблица 1 – Технологическая карта экскурсии

Участки (этапы) перемещения по маршруту	**Места остановок**	**Объект показа**	**Продолжительн.**	**Основное содержание информации**
Пл. Козьмы Минина и Дмитрия Пожарского->Верхне-Волжская набережная -> ул. Ковалихинская	----------	----------	25 мин	Сбор экскурсантов. Ознакомление экскурсантов с маршрутом экскурсии. Общая информация о М.Горьком и его жизни в родном городе.
Ул. Ковалихинская, 33	Ул. Ковалихинская, д. 33	Усадьба В.Каширина	10 мин	Рассказ об усадьбе Каширина и о флигеле, где родился будущий писатель.
Почтовый съезд, д.21	Почтовый съезд, д.21 (выход из автобуса)	Домик Каширина	1ч. 20 мин.	История о детских годах писателя в доме деда – В. Каширина (повесть «Детство»). Приглашение экскурсантов посетить домик. Экскурсия по дому В. Каширина.
Пл.М.Горького ->Б.Покровская	Площадь Горького	Площадь Горького	15 мин.	Описание памятника с указанием скульптура, история памятника, градообразующая роль памятника.
Б.Покровская, д.43 -> Б. Покровская, 24/22	Б.Покровская, д. 24/22	Редакция газеты «Нижегородский листок»	15 мин.	Описание здания, далее рассказ о работе М.Горького в газете.
Б.Покровская, д.23	Б. Покровская, д. 23	Редакция газеты «Нижегородская коммуна»	5 мин.	Описание здания, рассказ о посещении знаменитыми людьми данной газеты, в том числе М. Горьким.
Б.Покровская, д.13	Б. Покровская, д. 13	Нижегородский государственный академический театр им. М. Горького	10 мин	Описание здания, рассказ о дружбе М. Горького с Ф. Шаляпиным.
Б.Покровская, д.9	Б. Покровская, д. 9	Флигель	5 мин	Рассказ о флигеле, в котором на первом этаже располагался обувной магазин Порхуновых, где в мальчиках служил Алеша Пешков.
Б.Покровская, д.7	Б. Покровская, д. 7	Доходный дом «Братьев Фроловых»	5 мин	Рассказ о библиотеке, располагающейся в этом здании, и о пожертвовании М.Горьким более 1000 книг данной библиотеке.
Б.Покровская, д.2	Б. Покровская, д. 2	Верхнебазарный торговый корпус.	10 мин	Рассказ об организации М.Горьким детских елок.
Пл.Минина и Пожарского -> ул. Минина - >ул. Семашко, д.19	Ул. Семашко, д. 19	Музей-квартира М.Горького	1ч. 10 мин	Описание здания, рассказ о жизни М.Горького с семьей в этом доме, о постоянных гостях М.Горького.
ул.Семашко, д. 19 - >пл.Минина и Пожарского	Пл.Минина и Пожарского	----------	10 мин	Конец экскурсии

Нижегородская область имеет большой туристский потенциал, который включает в себя: совокупность природных, историко-культурных объектов и явлений, а также социально-экономических и технологических предпосылок. Но, к сожалению, они используются неэффективно. В связи с этим региону нужно развиваться и более целесообразно будет использовать такую модель, «Территориальный брендинг», за счет которого регион будет узнаваем на международной арене.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. .http://tourismnn.ru/ (дата обращения 08.11.2016).

2. Трофимова Т.В. Кластерное взаимодействие предприятий как механизм повышения конкурентоспособности региона (на примере Нижегородской области) / Т.В. Трофимова, А.В. Ломовцева // Российское предпринимательство. – 2013. – № 14 (236). – С. 35–43.

3. Косолапов А. Б. География российского внутреннего туризма: учебное пособие / А.Б. Косолапов. – М.: КНОРУС, 2014. – 267 с.

МОТИВЫ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ В ПОСЕЩЕНИИ СОВРЕМЕННЫХ ТОРГОВО-РАЗВЛЕКАТЕЛЬНЫХ ЦЕНТРОВ

Конова В.В.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Тема определения мотивов потребительского поведения актуальна как в определении общих закономерностей процесса выбора товаров и услуг, так и с точки зрения изменений социо-культурного и экономического контекстов.

С учетом современных реалий и долговременного периода экономической нестабильности вопрос понимания востребованных форматов торговли стоит наиболее остро. В кризисные периоды многие из отраслей торговли находятся в состоянии «выживания», поэтому успех деятельности в таких случаях напрямую зависит от качества проведенных исследований по изучению мотивов потребительского поведения.

В разрезе торгово-развлекательных центров, как конгломератов разных торговых форматов, важно сформировать такой пул арендаторов, который будет отражать мотивы поведения посетителей. При этом сочетание представленных в торгово-развлекательных центрах товаров и услуг должно соответствовать мотивационной матрице с учетом ранжирования потребительских мотивов, именно в том качестве и количестве, которое задано культурой современного потребления.

Поэтому основные аспекты, которые рассмотрены в работе, это: общая классификация потребительских мотивов, текущие экономические условия и востребованные сегодняшним потребителем форматы торговли по видам товаров и услуг.

Представления посетителей торгово-развлекательных центров в исследовании сформированы на основе исследования, проведенного в августе-сентябре 2016 года методом уличного опроса. Объем выборки – 1200 человек.

В результате совмещения теоретических основ понятия мотивации и практических исследований автор делает попытку сформировать и предложить модель успешного современного торгово-развлекательного центра с указанием объемов и типов предоставляемых товаров и услуг, которые в своей совокупности смогут оптимально удовлетворить посетителей ТРЦ.

В работе представлены теории Ф. Котлера, З. Фрейда, А. Маслоу, Д. Шварца, Ж. Ф. Кролар, Р. Бучанана [1-5].

Основные выводы по проведенному опросу потребителей следующие.

1. Наименее активная группа по отношению к ТРЦ – мужчины и женщины старше 45 лет.

2. Самая активная группа – мужчины с 20 до 35 лет, женщины с 25 до 35 лет.

3. Средняя частота посещения ТРЦ среди разных групп населения – 1 раз в неделю.

4. Основную роль при выборе ТРЦ играет выгодность покупки и получение положительных эмоций. То есть вместе с приобретением товара потребители хотят «купить» позитив как в материальном плане, так и в моральном отношении.

5. Покупка не может быть оторвана от сопутствующего сервиса и комплексного предложения ТРЦ. С этим и связаны ожидания посетителей по получению бонусов, подарков и концертной программы. То, что потребность в «комнате матери и ребенка» присутствует у посетителей, говорит о возникновении требований комфорта дополнительно к ожиданиям материальных и моральных выгод.

6. Основное недовольство при выборе торгово-развлекательного центра потребители выражают в отношении узкого ассортимента ТРЦ, низкого уровня сервисного обслуживания и неудобного графика работы.

Перспективные направления для развития бизнеса:

1. Работа над внутренним импортозамещением, развитие официальных представительств торговли от российских поставщиков.

2. Работа по удержанию лояльных групп.
3. Работа в сегменте низкая/средняя цена – высокое качество.
4. Работа над уровнем сервиса.

Таким образом, с учетом мотивов и тенденций автор предлагает рассмотреть модель ТРЦ как объект социально-культурного значения

Концепция: социальное и культурное сервисное обслуживание нужд населения и удовлетворения потребности в получении административных и государственных услуг.

Основная целевая аудитория: все жители города, особенно социальные категории (многодетные семьи, пенсионеры) и социально-активные (предприниматели, молодежь).

Ресурсное обеспечение: развитая логистика общественного транспорта, наличие подъездных путей, удобная парковка, наличие вблизи открытой общественной зоны и других общественно-значимых служб (детская поликлиника, парк, игровая площадка и т.п.); наличие большой концертной площадки вместимостью не менее 500 человек.

Арендная политика:

- приоритет: представительства социальных государственных служб (МФЦ, пенсионный фон, социальная защита, бытовое обслуживание); представительства общественных организаций (20% площадей);

- арендаторы 1 категории: продуктовый дискаунтер, точки бытового обслуживания населения, банковские услуги (40% площадей);

- арендаторы 2 категории: стоковые магазины, магазины товаров российского производства, товары и услуги в ценовой категории средний и ниже среднего; общественное питание – фаст-фуд, столовая, буфет (20% площадей).

- бесплатные сервисы: большая общественная зона с бесплатным подключением к сети Интернет, комната матери и ребенка, бесплатная детская игровая площадка, бесплатная театральная площадка (20% площадей).

- политика продвижения: организация массовых мероприятий под руководством и по инициативе общественных групп и организаций, продвижение каталогов с выгодными предложениями ТРЦ внутри офисов социальных и общественных служб.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Блэкуэлл Р. Поведение потребителей / Р. Блэкуэлл, П. Миниард, Д. Энджел. – М.: Питер, 2006.
2. Сергеев А. М. Поведение потребителей / А. М. Сергеев. – М.: КНОРУС, 2006.

3. Аристархова М. Маркетинговое исследование потребителей / М. Аристархова, А. Крахмалёва // Маркетинг. – 2001. – № 6.

4. Пасечник А. А. Иррационалистические мотивы поведения потребителей в теории потребительского спроса / А. А. Пасечник, Д. А. Пасечник, Д. А. Ханларов // Молодой ученый. – 2011. – №11. – Т.1. – С. 149–151.

5. Тамберг В. Классификация мотивов потребителя / Электронный журнал Marketing.spb.ru. 09.10.2008. URL: http://www.marketologi.ru/publikatsii/stati/povedenie-potrebitelejj-vechnaja-zagadka/ (дата обращения: 27.10.2016)

6. Березин И. Поведение потребителей - вечная загадка / И. Березин // Лаборатория Маркетинга, рекламы, ПР. – 2006. – № 4.

7. Маслова М.Г. Сервисная деятельность. [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://abc.vvsu.ru/Books/servis_dejatelnost/page0005.asp (дата обращения 29.10.2016).

ПОДХОДЫ К ОПРЕДЕЛЕНИЮ ИНСЕНТИВ-ТУРИЗМА

Осина П.А.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Начиная работу со слов знаменитых людей, можно понять важность затронутого вопроса в сфере бизнеса и психологического состояния людей. Известный американский менеджер Ли Якока утверждает в своих трудах, что бизнес сводится к трем понятиям: люди, продукты, прибыль, но при этом на первое место ставит людей, которые способны создать надежную команду. Шведский экономист Кьелл Нордстрем на примере российских людей подчеркивает необходимость отдыха для работников: «Меня всегда увлекает то, что люди в России могут сделать все что угодно, если хотят, решить любую проблему, - абсолютно. Мотивированный русский человек может сделать все что угодно, нет ничего невозможного. Немотивированный русский человек не может ничего. Он или включен, или выключен» [1]. Каждому человеку нужен отдых и поддержка в его начинаниях. Наиболее актуальным подходом для поощрения работников является инсентив-туризм. Чтобы лучше понять значимость инсентив-туров, мы рассмотрим различные подходы к данному определению.

А. Бабкин в работе «Специальные виды туризма» определяет понятие «incentive» (англ. побудительный, поощряющий) как вид туризма подразумевающий поездки, которыми коммерческие фирмы награждают своих сотрудников за высокие показатели в работе или мотивируют их к более производительному труду в будущем, а также проведение выездных семинаров, совещаний, конференций. Более простое определение инсентив-тура – это обычный тур с

проживанием в четырех– или пятизвездочном отеле и насыщенной экскурсионной программой [2].

На интернет-портале «Тонкости туризма» в статье «Деловой туризм – особенности организации» определяются поощрительные инсентив-туры как практическая синекура (хорошо оплачиваемая должность, не требующая большого труда) для турагента, специализирующегося на деловом туризме. Данные поездки позволяют компании развлекать своих отличившихся работников, так что прессинг деловых встреч и переговоров здесь сведён к нулю. Важный нюанс организации инсентив-туров заключается в том, что придется работать с большой группой, в которую входят: сотрудники компании, клиенты, дилеры, торговые агенты, топ-менеджеры и прочие, поэтому работать придётся, что называется, «на опт» — это касается и бронирования авиабилетов, и трансфера, и расселения в отеле [3].

Переходя на сайт «BTravel.ru – деловой туризм и корпоративный отдых, инсентив-туры предстают в новой и весьма популярной форме нематериального поощрения. На самом деле инсентивы – это сочетание корпоративного туризма с MICE-мероприятиями мотивационного толка. Как правило, инициаторами организации инсентив-туров являются успешные коммерческие предприятия, осознающие значимость поощрения для сотрудников в бизнесе [4].

Еще один подход к определению инсентив-туризм прослеживается в статье «Инсентив-туризм для вашего бизнеса», которую опубликовала компания Прайм Бизнес Гарант. В данной статье говорится о том, что инсентив-тур – это эффективный способ выражения благодарности своим клиентам и партнерам за отличную работу, идеальный момент для сплочения коллектива и укрепления командного духа. Даже денежное поощрение не так этому способствует, как подарок в виде яркого путешествия. Интересная, увлекательная поездка, наполненная множеством ярких эмоций, не останется бесследной, она создаст связь между прекрасным впечатлением об отдыхе и активной работой для дальнейшего участи в таких турах [5].

Туристическая компания «Демлинк», занимающаяся инсентив-туризмом, считает, что предоставляемый поощрительный продукт должен быть креативным по сравнению с другими поездками. Главная задача организации внести в данную поездку фантазию, необходимо использовать инновационные идеи, которые позволят сделать тур уникальным. Участники таких поездок перенесутся в новый мир «коллективного» праздника и это небольшое приключение не пройдет бесследно как для работников, так и для компании. Истина компании

«Демлинк»: «ничто не сплачивает работников одного предприятия так, как проведение совместных мероприятий вне офиса и вне рабочей обстановки» [6].

Агальцова И. А. в своей статье «Инсентив-туризм как способ мотивации персонала» находит еще одну особенность организации инсентив-мероприятий, которая заключается в нацеленности на все культуры и народы, то есть тур должен быть мультикультурным. За счет этого повышается эффективность бизнеса, усиливается сплочение коллектива, повышается мотивация коллектива и конечно же увеличивается производительность и качество работы [7].

Словарь туризма дает такое определение: «инсентив-тур – (от англ. incentive – стимул, поощрение) тур, являющийся официальной наградой, поощрением сотрудников и (или) партнеров корпорации. Может совмещать рекреационные цели с корпоративными, включая элементы конференций, тренингов, выработки корпоративного духа и повышения уровня лояльности сотрудников, посещения деловых мероприятий и т. д.» [8]. Здесь мы видим определенную масштабность и конкретную цель поездки.

Разнообразие понятий помогает узнать, что в современном мире нет единого четкого определения инсентив-туризма, но четко формирует идею данного вида тура. Важными чертами такого путешествия являются: поощрение и мотивация работников, образовательный и просвещенческий характер поездок, содействующий сплочению коллектива, разработка программ исключительно индивидуально под конкретного заказчика, повышение уровня взаимосвязи с другими странами, доступный и интересный способ проведения деловых встреч и переговоров.

Таким образом, хотелось бы вывести обобщающее определение инсентив-туризма. Инсентив-туризм – это способ поощрения и мотивации работников, носящий образовательный, просвещенческий и рекреационный характер поездки, содействующий сплочению коллектива, повышению уровня сотрудничества с другими странами компаний и разрабатывающий наиболее интересное, креативное проведения деловых встреч и переговоров для конкретного заказчика.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Что такое инсентив? [Электронный ресурс] // Статьи. 24.01.2006. № 97. URL:http://www.officemart.ru/tourism/articles/articles69.htm (дата обращения 9.11.2016).

2. Бабкин А. В. Специальные виды туризма / А.В. Бабкин // Инсентив-туризм. – 2008. – С. 68–72.

3. Деловой туризм – особенности организации [Электронный ресурс] // Тонкости туризма: интернет-справочник. URL: http://tonkosti.ru/Деловой туризм - особенности организации (дата обращения 13.11.2016).

4. Что такое инсентив-туры? [Электронный ресурс] // Бизнес туризм: авиабилеты, деловые поездки, выставки. 2013. 28 июля. URL: http://www.btravel.ru/articles-2.htm (дата обращения 13.11.2016).

5. Прайм Бизнес Гарант Инсентив-туризм для вашего бизнеса. [Электронный ресурс] // На стол руководителю: деловой еженедельник 2008. № 29. URL: http://www.nastol.ru/Go/ViewArticle?id=1804(дата обращения 13.11.2016).

6. Сарапкин Ю. Инсентив-туры… [Электронный ресурс] // Инсентив-туры для вашего бизнеса: журн. С.4. URL: http://www.demlink.ru/upload/pdf/Demlink-Incentives-Preview.pdf (дата обращения 13.11.2016).

7. Агальцова И. А. Инсентив-туризм как способ мотивации [Электронный ресурс] // Сервис в России и за рубежом: журн. 2016. №5. С. 40-41. URL: http://naukaru.ru/app/uploads/docs/2016-0829/5cc371b35c4fc00b3d5383b7c55dc59e.pdf (дата обращения 13.11.2016).

8. Инсентив тур [Электронный ресурс] // Словарь туризма. URL: http://actravel.ru/tourism_glossary.php?word=492 (дата обращения 13.11.2016).

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ПОВЫШЕНИЯ КАЧЕСТВА ОБСЛУЖИВАНИЯ В ОТЕЧЕСТВЕННОЙ СФЕРЕ ГОСТЕПРИИМСТВА

Редька С.А.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

В настоящее время определяющим направлением развития гостиничного бизнеса, как в мире, так и в России является повышение качества обслуживания населения в сфере гостеприимства, так как оно стало одним из важнейших факторов конкурентоспособности [1].

Понятие и сущность качества обслуживания должно быть одинаково как для руководства и персонала гостиницы, так и для ее гостей. Для этого можно выделить некоторые составляющие данного понятия [2]. Одним из таких элементов является правильно отобранные потребности гостей, которые будут совпадать с комплексом гостиничных услуг. Следующими элементами выделяют постоянство услуги и ее надежность, благодаря которым гостиничная услуга будет предоставляться постоянно на одном и том же уровне вне зависимости от любых ситуаций.

Другими составляющими являются коммуникативность и обходительность [3], за счет которых, гостю вовремя предоставляется правдивая информа-

ция на интересующие его услуги и сглаживается отрицательное впечатление при появлении конфликтов.

Для объединения всех этих элементов в работающую систему качественного обслуживания потребуется точная организованная работа руководителя гостиниц, его знания в данной области и полное внимание ко всем деталям [4]. Создание такой системы обслуживания сопровождается постоянными проблемами в реальной жизни: недостаточная мотивация персонала, а также недостаток в квалифицированных кадрах [5]. Даже при решении этих проблем возникает вопрос о работоспособности системы. Для этого используют различные элементы управления качеством, благодаря которым можно проанализировать процесс работы, отследить ошибки в работе. Такими элементами являются постоянно проводимый аудит качества, разработка стандартов обслуживания и методики оценки удовлетворенности – SERVQUAL, метод «таинственного (тайного) покупателя [6,7]. Благодаря их использованию обеспечат гостинице конкурентное преимущество, что, в свою очередь отразится на результатах финансово-хозяйственной деятельности и увеличении показателей доходности на вложенный капитал [8].

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. ГОСТ Р 50691-2013 Услуги населению. Модель системы обеспечения качества услуг.

2. Арбузова М.В. Экономика и управление народным хозяйством / М.В. Арбузова // Теоретический аспект качества услуг в сфере гостеприимства. – 2008. – №1. – С. 46–47.

3. Лойко О.Т. Туризм и гостиничное хозяйство: Учебное пособие / О. Лойко. – М.: Издательство ТПУ, 2005. – 83 с.

4. Дусенко С. В. Качество услуг в сфере гостеприимства / С. В. Дусенко// Электронный периодический рецензируемый научный журнал. «Сервис в России и за рубежом». 2010. №4. С.4-8. [Электронный ресурс]. - URL: http://cyberleninka.ru/article/n/kachestvo-uslug-v-sfere-gostepriimstva (дата обращения 22.06.2016).

5. Галеева Р.Б. Методика оценки качества гостиничных услуг / Р.Б. Галеева // Практический маркетинг. 2006. №12. С.13-18.

6. Джанджугазова Е.А. Маркетинг в индустрии гостеприимства/ Е.А. Джанджугазова// Учебное пособие для студ. высш. учеб. Заведений: Издательский центр «Академия», 2003. С [Электронный ресурс]. – URL: http://buklib.net/books/23528/ (дата обращения 25.06.2016).

7. Синяева И.М. Практикум по маркетингу / И.М. Синяева, С.В. Земляк, В.В. Синяев; под ред. проф. Л.П. Дашкова // Торговая корпорация «Дашков и К°», 2006.

8. Чкалова О.В. Торговое дело. Организация, технология и проектирование торговых предприятий / О.В. Чкалова: М.: Изд. «Дрофа», 2013. – 266 с.

РАЗВИТИЕ МАЛОГО БИЗНЕСА В СФЕРЕ ТУРИЗМА НИЖЕГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ

Саакян А. Г.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

В настоящее время к числу наиболее актуальных вопросов относятся вопросы, связанные с развитием предпринимательства в регионах России. Это обусловлено, прежде всего, общими тенденциями социально-экономического развития Российской Федерации в XXI веке.

Нижегородская область является одним из ведущих регионов страны по уровню роста малого и среднего предпринимательства. По результатам обследования деятельности малых предприятий Нижегородской области на 1 июля 2016 года количество действующих предприятий оценивается в 6520 единиц [1].

Анализ малых предприятий по сфере деятельности показал, что большинство из них осуществляют свою деятельность в сфере оптовой и розничной торговли, ремонте автотранспортных средств и предметов личного пользования (1978 единиц или около 30,3 % от их общего числа), операции с недвижимым имуществом, аренда и предоставление услуг (1306 единицы или 20,1 %), обрабатывающих производств (1200 единиц или 18,4%). Незначительная часть малых предприятий осуществляют свою деятельность в сфере гостиничного и ресторанного бизнеса, сельского хозяйства и лесного хозяйства (соответственно 250 и 249 единицы) [1].

В сложившихся условиях значительная роль в решении проблем развития малого предпринимательства должна отводиться сфере услуг, и в частности индустрии туризма, которая может стать реальной возможностью для развития малых форм хозяйствования, так как она имеет большой потенциал для привлечения предпринимательских ресурсов, не требует таких больших капиталовложений, как, например, промышленность.

Надо отметить, что Нижегородская область имеет ряд предпосылок для развития туристской деятельности: богатый ресурсный потенциал, наличие культурно-исторического потенциала, развитая инфраструктура и выгодное транспортно-географическое положение.

Согласно рейтингу, составленному туристическим сервисом Travel.ru., в 216 году в топ-10 российских регионов, популярных для путешествий, вошла и Нижегородская область. В топ-10 российских регионов, популярных для путе-

шествий, входят Крым, Татарстан, Алтайский край, Ставропольский край, Подмосковье, Вологодская область, Красноярский край, Камчатка, Калининградская область и Нижегородская область [2].

Предстоящий Чемпионат мира по футболу 2018 также положительно повлияет на дальнейшее развитие гостиничного и туристического бизнеса, так как вводятся в действие гостиницы, имеющие необходимые места для проживания болельщиков и гостей города, что изложено в требованиях ФИФА к городам-организаторам Чемпионата мира группового этапа. По словам заместителя губернатора Нижегородской области Дмитрия Сватковского, до 200 тысяч человек будет ежедневно приезжать и уезжать из региона во время ЧМ-2018 [3].

Одно из перспективных направлений для развития туризма в Нижегородской области — это сельский и экологический туризм.

Сегодня в мировой практике сельский и экологический туризм являются одними из перспективных направлений развития туристской индустрии. Ежегодно около 700 млн. туристов путешествуют по планете, из них 30% предпочитают сельский и экологический туризм. В развитых европейских странах сельский туризм по популярности занимает второе место после отдыха на море. В данное время сельский и экологический туризм в Европе приносит 25% общего дохода от туристской деятельности. В Российской Федерации экологический и сельский туризм успешно развиваются в Краснодарском крае, на Алтае, в Карелии, Самарской, Саратовской и Ульяновской областях [4].

В настоящее время в Нижегородской области сельский и экологический туризм находится на начальной стадии своего становления.

Сельский туризм – это не только услуги по размещению в сельском доме, но организация экскурсионных туров, походов, ремесленных мастер-классов, участия в местных праздниках и повседневной жизни сельского населения, а также функционирование целой инфраструктуры сельского туризма. К ней относится организация транспортного сообщения между населенными пунктами, местами проведения досуга, наличие фирм, оказывающих различные услуги по предоставлению информации и обслуживанию, маленькие ресторанчики, кафе. Все эти услуги буду предоставлять предприятия малого бизнеса.

Основными проблемами, сдерживающими развитие сельского и экологического туризма в Нижегородской области, являются следующие:

- отсутствие нормативно-правовой базы, предусматривающей поддержку и стимулирование развития сельского и экологического туризма, особенно в части использования для сельского туризма земель сельскохозяйственного назначения;

- отсутствие партнерства между органами власти Нижегородской области и бизнесом в вопросах развития сельского и экологического туризма;

- отсутствие финансовой, в том числе грантовой, поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства, занимающихся организацией сельского и экологического туризма;

- отсутствие систематизированного учета объектов сельского и экологического туризма, количества туристов и объема туристских услуг, оказанных объектами сельского и экологического туризма;

- отсутствие на автомобильных дорогах в сельской местности системы информирования о ближайших объектах сельского и экологического туризма;

- недостаточная рекламно-информационная поддержка туристских продуктов сельского и экологического туризма;

- отсутствие в сельской местности квалифицированных кадров с опытом работы в области обслуживания отечественных и зарубежных сельских туристов;

- слабая материальная база объектов сельского и экологического туризма.

Для дальнейшего развития малого бизнеса в сфере туризма в Нижегородской области целесообразно разработать региональную программу «Развития сельского и экологического туризма « на 2017-2019 гг.

Целью предлагаемой программы будет формирование на территории Нижегородской области современной туристской индустрии и туристских продуктов сельского и экологического туризма, самобытных направлений развития туризма, позволяющих увеличить вклад туризма в социально-экономическое развитие области.

В ходе реализации данной программы могут быть решены следующие задачи:

- стимулирование развития малого бизнеса в Нижегородской области;
- внедрение механизмов государственно-частного партнерства;
- разработка новых туристских продуктов круглогодичного функционирования с целью обеспечения занятости населения;
- сохранение и возрождение в сельской местности культурного наследия;
- повышение качества обслуживания сельских туристов как важнейшего элемента развития сферы услуг в сельских районах области;
- эффективное использование, охрана и восстановление природных рекреационных ресурсов Нижегородской области для развития экологического туризма;

Таким образом, к перспективным направлениям деятельности малых предприятий в Нижегородской области можно отнести гостиничный бизнес (в последнее время в мире становятся все более популярными малые отели), сектор услуг туристских агентств, развитие различных народных промыслов и ремесленничества, создание новых уникальных маршрутов для небольших групп населения, развитие сферы предоставления услуг питания.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Деятельность малых предприятий (по субъектам Российской Федерации) в 1 полугодии 2016 года / URL: http://nizhstat.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_ts/nizhstat/ru/statistics/organizations/ (дата обращения 01.11.2016).

2. Нижегородская область вошла в топ-10 самых перспективных направлений для путешествий по России в 2016 году / URL: http://www.nta-nn.ru/news/society/2016/news_547503/ (дата обращения 02.11.2016).

3. Поносов И.П. В Нижнем Новгороде открыли центр подготовки волонтеров к ЧМ-2018 // Российская газета от 10.12.2015. / URL: https://rg.ru/2015/12/10/reg-pfo/volonter-anons.html (дата обращения 29.10.2016).

4. Концепция развития сельского и экологического туризма в Чувашской Республике на 2015 - 2020 гг. Утверждена распоряжением Кабинета Министров Чувашской Республики от 29.08.2014 N 513-р

ВОЗМОЖНОСТИ ПАРТНЕРСКОГО МАРКЕТИНГА ПРИ ПРОДВИЖЕНИИ ПРОДУКТОВ И УСЛУГ В СЕТИ ИНТЕРНЕТ

Свитов А.С.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Кризисные явления в экономике заставляют обращать внимание рекламодателей на более бюджетные источники привлечения клиентов. Одним из низкозатратных и эффективных способов продвижения услуг организаций является проведение партнерских продаж. О росте популярности партнерских программ в Интернете свидетельствует факт возрастания количества партнерских сетей, являющихся посредниками между представителями бизнеса и партнерами, занимающимися привлечением клиентов [1].

Партнерский маркетинг как одна из востребованных форм продвижения продуктов и услуг имеет множество определений. Автором на основе собственного практического опыта представлено следующее определение: под партнер-

ским маркетингом в Интернете понимаются коммерческие отношения между рекламодателями и партнерами, основанные на факте оплаты исключительно целевых для рекламодателей действий, таких как заявка, покупка продукта или услуги, подписка на рассылку, регистрация на сайте и т.д. Другими словами, для рекламодателя не важно, сколько посетителей привлек партнер на сайт организации или сколько средств потратил партнер на привлечение данных посетителей – важно, сколько привлеченных пользователей совершили нужное для рекламодателя целевое действие. Как правило, многие партнеры для привлечения клиентов используют собственные информационные сайты, но также часто используются и различные рекламные системы (например, контекстную, таргетированную или тизерную рекламу).

Основные участники рынка партнерского маркетинга в сети Интернет с описанием их ролей и целей представлены в табл.1.

Таблица 1 – Участники партнерского маркетинга и их роль

Участники бизнес-процессов	**Функции и цели участников**
Рекламодатель	1. Желает увеличить продажи собственного продукта или услуги 2. Предоставляет возможность заработка практически каждому человеку в сети Интернет
Партнерская (CPA) сеть	1. Организует взаимодействие партнеров и рекламодателей 2. Подготавливает промо-материалы для рекламных кампаний (баннеры, ссылки, тексты и т.д.) 3. Оказывает техническую поддержку вебмастерам, производит выплаты партнерских вознаграждений 4. Проверяет качество партнерских площадок и поступающего трафика
Вебмастер	1. Привлекает посетителей на сайт рекламодателя 2. Имеет возможность дополнительного заработка за счет получения партнерских вознаграждений

Использование возможностей партнерского маркетинга приводит к тому, что стоимость привлеченного клиента получается близкой к нулю, так как у организации отсутствуют затраты на оплату рекламы. Тем не менее не каждая организация может быть принята в партнерскую сеть, так как существует ряд требований и прежде всего отдается предпочтение крупным организациям, способным принять и обработать большие объемы заявок.

В настоящее время практически каждая крупная организация, занимающаяся ведением бизнеса с использованием сети Интернет, имеет собственную партнерскую программу. В наиболее крупной в российском сегменте Интерне-

та партнерской сети Admitad.com зарегистрировано на текущей момент более 800 компаний и более 400 000 партнеров.

Что касается сфер онлайн-бизнеса, в которых ведут деятельность размещающиеся в партнерских сетях организации, то их можно разделить на следующие сегменты [2]:

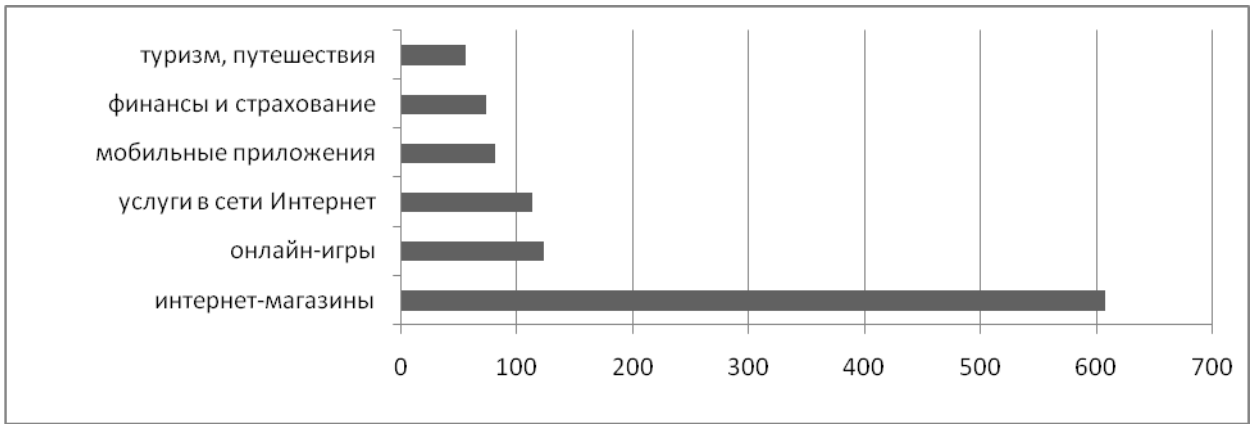


Рис. 1. – Количество партнерских программ по их тематикам, зарегистрированных в сервисе Admitad.com по состоянию на октябрь 2016 г.

Сравнивая представленные данные с аналогичными данными по состоянию на март 2014 г. [3], можно отметить более чем двукратный рост числа зарегистрированных рекламодателей в таких направлениях, как интернет-магазины, туризм, мобильные приложения, интернет-услуги.

Таким образом, партнерский интернет-маркетинг представляет собой форму взаимовыгодного сотрудничества, при которой рекламодатель способен привлекать дополнительных клиентов, не расходуя рекламный бюджет, а веб-мастер – получать дополнительный заработок, привлекая целевых посетителей на сайт рекламодателя.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Каталог CPA сетей. Обзоры и сравнения CPA сетей на CPAInform.ru [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://cpainform.ru/networks/ (дата обращения: 01.11.2016).

2. Каталог партнерских программ / admitad [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.admitad.com/ru/webmaster/offers/ (дата обращения: 29.10.2016).

3. Дейнекин Т.В. Понятие и организация партнерского онлайн-маркетинга / Т.В. Дейнекин // Интернет-журнал «Науковедение». – 2014. – № 2. – С. 3.

ОСНОВНЫЕ ПРОБЛЕМЫ МЕНЕДЖМЕНТА В ЗАГОРОДНЫХ СРЕДСТВАХ РАЗМЕЩЕНИЯ (НА ПРИМЕРЕ ПАНСИОНАТА «БУРЕВЕСТНИК»)

Семенова Е.В.
Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Объектом моего исследования стал пансионат «Буревестник». Пансионат «Буревестник» является крупнейшим рекреационным центром круглогодичного действия Нижегородской области. Он расположен в 80 км от областного центра в экологически безупречной курортной зоне на берегу Горьковского водохранилища. На территории средства размещения два корпуса (вместимость 650 человек), теплый переход, крытый двадцатипятиметровый бассейн, собственный пляж.

Основная проблема загородных средств размещения в средней полосе России – нестабильная загрузка, которая варьируется от 1 до 100% в зависимости от сезонности. Количество персонала при этом не сокращается меньше чем на 70%, т.е. в некоторые периоды времени средство размещения работает в убыток.

Отчасти из-за сезонности (высокий сезон длится около 90 дней), цены на отдых в объектах временного размещения абсолютно неконкурентоспособны, поскольку они практически соответствуют (а в некоторых случаях и превышают) стоимость заграничных путевок.

Удаленность от областного центра влечет за собой большую текучесть кадров и низкоквалифицированный персонал. Безусловно, выходом является предоставление служебного номера, но, как показывает практика, лишь небольшая часть населения (в основном социально-неустойчивая, т.е. люди, которым по каким-либо причинам негде жить) откликается на это предложение.

Так как турпродукт – это услуга, в предоставлении которой задействовано большое количество людей (от менеджеров по продажам до горничных и официантов), большую роль в ее реализации имеет человеческий фактор. Ментальность и зачастую малообразованность не позволяет большинству работников быть услужливыми с кем-либо, помогать и быть гостеприимными.

Большая часть работников пансионата (около 30%) – жители близлежащих деревень и поселков, что влечет за собой ряд управленческих проблем: во-первых, ввиду близкого знакомства или даже дружбы, руководящему составу

порой сложно требовать выполнения какой-либо работы с подчиненных, во-вторых, – это дает почву для организованного воровства.

Расположенные в непосредственной близости от пансионата жилые дома («Буревестник» находится на территории одноименного поселка) обусловливают необходимость усиления охраны территории средства размещения.

Несмотря на выгодное географическое положение (с точки зрения рекреации), удаленность от Нижнего Новгорода уменьшает количество потенциальных гостей. В настоящее время проблема заторов на дорогах особенно актуальна, т.к. идет множество ремонтных работ, что в разы увеличивает время поездки до пансионата (от полутора до трех - четырех, а иногда, и шести часов).

Большая часть загородных средств размещения Нижегородской области советской постройки, т.е. они старше 30-ти лет. В связи с этим постоянно что-то выходит из строя, коммуникации и трубы требуют замены, незапланированные статьи расходов растут, а ощутимых перемен и вложений средств гости не видят. Тем самым урон наносится и по репутации заведения.

Одним из возможных вариантов увеличения загрузки средства размещения является событийный туризм – это одно из новых направлений туризма, в котором основная цель поездки приурочена к какому-либо событию или редкому природному явлению. Так в пансионате «Буревестник» дважды в год проходит фестиваль авторской песни «Музыка сердец», который собирает около 600-700 гостей.

Помимо каких-либо заметных мероприятий в области событийного туризма, пансионат имеет свой еженедельный (в межсезонье) и ежедневный (в сезон) календарь праздников. Если говорить про высокий сезон – наличие анимации является одним из ключевых факторов принятия решения при выборе средства размещения, и как следствие – увеличение загрузки пансионата.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Биржаков М.Б. Введение в туризм / М.В. Биржаков. – 10-е изд. – СПб.: Издательский дом «Герда», 2014. – 544 с.
2. Журнал «Нижегородский турбизнес от А до Я». Каталог-справочник 2008-2009.
3. Здоров. А. Б. Экономика туризма: учебник по специальности «Менеджмент организации» / А. Б. Здоров. – М.: Финансы и статистика, 2011. – 266 с.
4. Петухов В.И. Менеджмент в туризме: учебно-методическое пособие для студентов 4 курса всех форм обучения / В.И. Петухов; филиал СГУТ и КД в г. Нижний Новгород. – Н. Новгород: Типография «Принт ЕС», 2011. – 223 с.
5. Харитонова Т.В. Организационно-экономические аспекты предпринимательства в сфере туризма / Т.В. Харитонова, Т.М. Кривошеева, Л.Ф. Ксенитова, Е.Ш. Танеева и др. – М., 2012. – 225 с.

ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ МОЛОДЕЖНОГО ТУРИЗМА

Федосеева Ю.М.
Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Актуальность данной темы обусловлена тем, что сегодня индустрия туризма считается одной из самых развивающихся и перспективных. Благодаря туризму повышается культурный уровень людей, молодёжь учится самостоятельно принимать жизненно важные решения. Именно молодежному туризму в современной системе развития мирового туризма сегодня придается огромное значение. Его доля ежегодно увеличивается на 1.5%.

Н.А. Гуляев рассматривает молодежный туризм как «вид туризма, охватывающий туристско-краеведческую деятельность среди лиц молодого возраста, т.е. от 16 до 29 лет туристами…» [1, с. 358].

Левина М.Н. определяет молодежный туризм как «один из социально-культурных механизмов, с помощью которого могут быть созданы условия для раскрытия способностей молодого человека, а также закрепление в молодежной среде общенациональных гражданско-правовых и нравственно-культурных ценностей, основанных на патриотизме» [2].

Что интересно, в настоящее время данный вид туризма составляет 20% от общего числа путешествий в мире. Для его развития в России существует целая инфраструктура: целая сеть хостелов, скидки для туристов в сфере питания, а также на услуги транспорта.

Ярким примером из молодежного/образовательного туризма является ежегодный форум «Селигер», который собирает активную молодежь со всей России. Форум дает возможность молодому поколению показать свои навыки и умения в различных сферах деятельности: политика, предпринимательство, туристические навыки и даже ораторское искусство. Молодые предприниматели получают практический опыт и в сфере делового молодежного туризма.

В российских ВУЗах действуют различные программы по активному туризму. Например, в ННГУ им. Лобачевского проводятся многочисленные смены в Студенческий спортивно-оздоровительный лагерь (ССОЛ) «Заря», где молодежь защищает свои бизнес-проекты; существуют программы по обмену, позволяющие студентам из России посетить другие страны. Эту отрасль можно отнести к образовательному молодежному туризму.

Но, к сожалению, в данный момент система молодежного туризма в России недостаточно развита и требует к себе пристального внимания со стороны

органов государственной власти, так как регионам оказывается слабая поддержка такого характера. Основные туристские мероприятия для студентов и молодых специалистов в возрасте от 14 до 35 лет организуют Молодежная палата и Молодежный парламент.

Говоря о разработке плана молодежного путешествия, важно отметить толерантный характер «туристов» по отношению к уровню комфорта, как по отношению к средствам размещения, так и к транспорту. Студенты практически всегда готовы ехать третьим классом, жить в номере с минимальной обслугой, питаться в местной столовой или готовить самим. Это является одной из особенностей формирования молодежного туристского пакета.

Самое главное – правильно составить группы: в одном пансионате или даже транспорте не следует объединять людей разных возрастных категорий, так как для каждой из них отдых имеет свое значение, и представляют они его по-разному. Что касается молодежной группы, она должна состоять из туристов от 18 до 35 лет [2].

Также молодежным и студенческим группам интересна насыщенная программа поездки, веселая компания сверстников. И третья особенность – это эмоциональный фон в молодежных группах. Установление приятельских взаимоотношений между руководителями и туристами в группах – это одна из самых важных составляющих путешествия.

«Тема студенческих и молодежных льгот на авиа- и железнодорожном транспорте актуальна как для самих молодых путешественников, так и для их родителей, так как эта статья расходов «съедает» зачастую основную часть бюджета поездки.

По-прежнему самым дешевым способом попасть из России в Европу является автобус. Поезд доедет быстрее, но стоимость проезда в автобусах дешевле. Для тех, кто стремится к заветной цели «на крыльях», существуют молодежные тарифы на авиаперелеты. Скидки на различные направления бывают до 50% от стандартного тарифа» [3].

Подбор средств размещения для туристов всех возрастов это довольно нелегкая задача. К счастью, d сфере гостиничного бизнеса каждый клиент может найти себе вариант размещения на свой вкус и кошелек: от небольших, но уютных комнат эконом-класса до роскошных многокомнатных апартаментов.

Студенческий отдых лучше проводить в молодежных отелях и гостиницах самого простого типа – там демократичные и вполне приемлемые для молодежи цены. Молодежные пансионаты, базы отдыха и студенческие лагеря находятся в экологически чистых зонах, на берегу рек, озер и водохранилищ,

среди живописных лесов и парков, что способствует восстановлению сил после учебы и оздоровлению.

Сфера досуга и отдыха для молодежи – один из популярных вопросов повседневной жизни. За последнее время существенно расширились возможности проведения досуга для большинства населения мира. Молодежь, как наиболее динамично реагирующая группа, все активнее путешествует, за счет этого границы между странами практически стираются.

Молодежный туризм – это один из социально-культурных механизмов, с помощью которого могут быть созданы условия для раскрытия способностей каждого человека указанного ранее возраста, а так же закрепление в молодежной среде общенациональных гражданско-правовых и нравственно-культурных ценностей, основанных на патриотизме.

Туризм дает возможность проявить себя, научиться принимать решения. В короткое время можно приобрести навыки настоящего лидера в жизни, не на тренингах, а в условиях изменчивой природной среды, туристских походах и путешествиях.

Молодое поколение сегодня является наиболее незащищенным, поэтому есть смысл говорить о необходимости воздействия на него с целью формирования физически и морально развитого индивида.

Именно поэтому необходимо уделять огромное внимание развитию молодежного туризма, повышению качества проведения молодежных спортивно-туристских мероприятий, образовательных, пропаганде здорового образа жизни, организации деловых мероприятий для молодежи и созданию оптимальных условий для путешествий как внутри своей страны, так и за ее пределами [2].

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Гуляев. В.Г. Организация туристской деятельности / В.Г. Гуляев. – М.: Нолидж, 1996. – 385 с.

2. Левина М. Н. Организация молодежного туризма URL: http://knowledge.allbest.ru/sport/3c0b65625a2ac78b5c53b88521216d37_0.html (дата обращения 24.10.16).

3. Транспорт для путешествующей молодежи URL: http://youth.travel.ru/transport/ (дата обращения 24.10. 2016).

4. Ушаков Д.С. Технологии выездного туризма / Д.С. Ушаков. – М., 2007.

5. Информационный сервер о туризме и путешествиях URL: http://www.travel.ru (дата обращения 24.10. 2016).

СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ КАК ИНСТРУМЕНТ ПРОДВИЖЕНИЯ ГОСТИНИЧНЫХ УСЛУГ

Феофанова Н.Е.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Актуальность данной темы вызвана тем, что реклама в социальных сетях невероятно эффективна, при этом она – относительно недорогая [1]. Миллионы людей ежедневно проводят свой досуг в социальных сетях, и количество новых пользователей увеличивается с каждым днем.

Целью статьи является сравнительный анализ продвижения в социальных сетях двух гостиничных предприятий.

Интернет-сообщества включают в себя сотни тысяч социальных услуг средств массовой информации и инструментов, основные из которых следующие.

- Блоги – Wordpress, Blogger, TypePad
- Видео хостинг – YouTube, Flickr, Photobucket
- Социальные сети – MySpace, Facebook, Gather, BlackPlanet.

Выделяют несколько этапов продвижения в Интернет-сообществах. Во-первых, создание контента (Landing page). Во-вторых, определение целей и задач продвижения, разработку плана комплексной медиа-кампании. В-третьих, работа по привлечению клиентов [2].

В качестве объекта исследования мы взяли сеть отелей «Ибис» в г. Нижнем Новгороде и в г. Лондоне. Оба отеля презентабельны и имеют индивидуальные и неповторимые преимущества. Сеть отелей «Ибис» невероятно популярна как в России, так и в Европе. Это хороший экономичный вариант для туристов, сочетание высокого европейского качества и доступной цены [3]. Кроме того, все отели Ибис расположены в центре города, неподалеку от основных достопримечательностей.

Наша задача заключается в сравнительном анализе того, насколько оба этих отеля являются активными пользователями социальных сетей. В табл. 1 мы представили наличие и отсутствие аккаунтов указанных гостиничных предприятий в социальных сетях.

Таблица 1 – Наличие аккаунтов в социальных сетях гостиниц «Ибис Нижний Новгород» и «Ибис Лондон Сити»

Отель		**Социальные сети**		
		Facebook	**Twitter**	**Instagram**
Ибис Нижний Новгород	Аккаунт в социальных сетях	+	-	+
Ибис Лондон Сити		+	+	+

В табл. 2 нами рассмотрены критерии сообщества в социальной сети рассматриваемых гостиничных предприятий.

Таблица 2 – Критерии сообщества в социальных сетях гостиниц Ибис Нижний Новгород и Ибис Лондон Сити

Критерии	**Ибис Нижний Новгород**	**Ибис Лондон Сити**
Наличие фотогалереи в социальных сетях	Фотогалерея только в профиле Instagram	Фотогалерея в профиле Facebook, Twitter, Instagram
Количество подписчиков	В профиле Instagram – 1324 чел В профиле Facebook – 2433чел В профиле Twitter – 0 чел	В профиле Instagram – 3256 чел В профиле Facebook – 7684 чел В профиле Twitter – 3678 чел
Обновление новостей	Новая информация обновляется нерегулярно	Регулярное обновление ленты новостей
Звездность отеля	3*	4*

Проанализировав оба отеля с точки зрения пользователей социальных сетей, мы выяснили, что «Ибис Лондон Сити» ведет более активную работу по продвижению в социальных сетях, что выражается в следующем.

1. Имеет большее число подписчиков.

2. Расширяет фотогалерею, проводит опросы потенциальных посетителей.

3. Регулярно выставляет свежие новости и предложения.

4. Демонстрирует в сети видеоролики об отеле.

5. Выкладывает в сеть положительные отзывы посетителей о соотношении цена/качество.

Проведенный сравнительный анализ показал, что отель Ибис Нижний Новгород значительно отстает от лондонского отеля в сфере продвижения в социальных сетях. По-нашему мнению, это обусловлено объективными причинами. Продвижение гостиничных услуг в социальных сетях в России не является успешным, так как многие посетители не ищут информацию об отеле, пользуясь социальными сетями. Они предпочитают найти всю необходимую информацию в Интернете, на официальном сайте данного отеля, прочитать отзывы, забронировать заблаговременно подходящий номер. В целом можно говорить о следующих тенденциях продвижения российских гостиничных предприятий в социальных сетях.

Во-первых, для обеспечения долгосрочного результата необходима постоянная работа: обновление информации, публикация новостей, авторских статей, постов и т.п.

Во-вторых, невозможно точно рассчитать бюджет рекламной кампании, поскольку суммарная стоимость зависит от множества внутренних и внешних факторов.

В-третьих, в России у поиска информации в социальных сетях меньшая популярность в сравнении с классическим поисковым продвижением. Обычно пользователи ищут интересующие их товары и услуги с помощью поиска. Если человеку нужна какая-либо услуга, он, скорее всего, не будет искать группу отелей в социальной сети, а введет запрос в поисковике.

В-четвертых, в России боятся испортить репутацию, поскольку для этого достаточно всего лишь несколько раз ошибиться в комментариях, в выбранных темах поста и т.д.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Ванияц Д.Ю. Реклама в социальных сетях / Д.Ю. Ванияц // Массовая коммуникация. – 2014. – № 6. – С. 1–3.
2. Макарова Е.А. Актуальные вопросы экономических наук / Е.А. Макарова // Реклама в социальных сетях. – 2013. – № 24. – С. 15–17.
3. Максеев Б. Качественная реклама в социальных сетях [Электронный ресурс] - / Режим доступа: http://mygoldpartners.ru/reklama-v-socialnyh-setyah/ (дата обращения: 28.10.2016).

Секция 9. ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО В ТОРГОВЛЕ И ОБЩЕСТВЕННОМ ПИТАНИИ

АНАЛИЗ ПРОБЛЕМЫ БЕЗОПАСНОСТИ ПИЩЕВОЙ ПРОДУКЦИИ КАК ФАКТОРА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Агаркова А.В.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Актуальность проблемы безопасности пищевой продукции с каждым годом возрастает [1]. Именно обеспечение безопасности продовольственного сырья является одним из основных факторов, определяющих здоровье людей, а также одним из критериальных направлений конкурентоспособности предприятия.

На основании анализа данных Госкомстата за 2014–2015 годы прослеживается рост количества продуктов питания ненадлежащего качества. Например, качество российских кондитерских изделия, рыбной продукции, мяса птицы ухудшилось на 4% в 2015 году по сравнению с 2014 годом [2]. Все это свидетельствует о проблемах безопасности продукции, производимой российскими предприятиями.

Надзором за качеством и безопасностью продукции в Российской Федерации занимается Федеральная служба по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека. Данная организация особое внимание уделяет исследованиям на показатели идентификации продукции. Однако и сами предприятия-производители продукции должны следить за качеством производимой продукции с целью повышения конкурентоспособности предприятия и его соответствия требованиям современного российского рынка.

В России безопасность пищевой продукции регулируется техническими регламентами Таможенного союза (ТР ТС). С учетом данных регламентов предприятия должны производить безопасную продукцию и связи с этим возникают разночтения ТР ТС [4]. Изучение требований и внедрение регламентов предприятиями выявило значительное количество недоработок, особенно при применении ТР ТС 021/2011. В соответствии с требованиями данного регламента предприятие-производитель пищевой продукции должно разработать,

внедрить и поддерживать процедуры, основанные на принципах ХАССП. При невыполнении данных процедур органы государственного контроля и надзора могут приостановить деятельность предприятия на срок до 90 дней.

Практика деятельности предприятий-производителей и органов государственного контроля и надзора позволяет выделить следующие проблемы безопасности пищевой продукции [3]:

1. некомпетентность руководителей и сотрудников надзорных органов в вопросах обеспечения безопасности пищевых продуктов без учета требований ТР ТС;
2. отсутствие мотивации сотрудников предприятий-производителей и органов государственного контроля и надзора;
3. недобросовестность предприятий-производителей пищевой продукции, старающихся избежать ответственности за несоблюдение требований ТР ТС;
4. отсутствие возможности полноценного применения ТР ТС предприятиями-производителями в виде недостаточной обеспеченности пищевой промышленности нормативными и методическими материалами;
5. существующие недоработки в определениях и терминах в ТР ТС 021/2011;
6. проверка предприятиями розничной торговли предприятий-производителей методом «аудита второй стороны».

На основании выделенных проблем необходимо разработать мероприятия, позволяющие их избежать и полноценно внедрить на предприятиях систему менеджмента качества. Данная система позволит предприятию-производителю пищевой продукции быть конкурентоспособным как на российском рынке, так и на международном.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Ахметов Р.Г. Продовольственная безопасность Российской Федерации: современное состояние и возможность обеспечения / Р.Г. Ахметов, Д.И. Файзрахманов // Вестник Казанского государственного аграрного университета. – 2011. – Т. 6. – № 4(22). – С. 10-15.
2. Российский статистический ежегодник 2015 [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://www.gks.ru/free_doc/doc_2015/year/ejegod-15.pdf
3. Тихонов Б.Б. Проблемы и перспективы применения ТР ТС 021/2011 «О безопасности пищевой продукции» в российской пищевой промышленности / Б.Б. Тихонов, Н.А. Тихонов// В сборнике: Качество и экологическая безопасность пищевых продуктов и производств материалы III Международной научной конференции с элементами научной школы для молодежи. Отв. за вып.: Г. П. Лапина, П.С. Лихуша. 2015. С. 26-30.

8 Филиппов Р.В. Теоретические аспекты анализа продовольственной безопасности / Р.В. Филиппов // Интернет-журнал Науковедение. – 2016. – Т. 8. – № 4(35). – С. 76.

КОНКУРЕНЦИЯ В РЕСТОРАННОМ БИЗНЕСЕ

Арефьева М.В.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

В ресторанном бизнесе требуется не один год, для того чтобы предприятие заработало хороший имидж. Во все времена в данной сфере услуг была достаточно высокая конкуренция. В хороший ресторан в выходные и праздничные дни заранее бронируются столики, все стараются отдохнуть в приятном месте. Успех ресторана в настоящее время зависит от многих составляющих. Очень важен уровень и качество обслуживания гостей, качество блюд, напитков, кулинарных изделий, наличие блюд авторской кухни, оригинальность различных элементов антуража. И конечно, уникальным и неповторимым должен стать дизайн интерьера заведения. Очень большое значение имеет местоположение ресторана. Также концепция ресторана должна вписываться в природный ландшафт или городской пейзаж. Площадки с хорошим обзором, живописным видом на озеро, парк являются наиболее удачным местом для расположения ресторана. Название ресторана часто определяет его стиль и кухню, при этом дизайн помещений для потребителей должен гармонично сочетаться с меню ресторана. Комфортная мебель, оформление стен картинами или фресками, различные детали в интерьере определяют атмосферу в заведении [1].

Расстановка мебели в зале может создать атмосферу камерности или наоборот подчеркнуть свободное пространство. В помещении небольших размеров, сместив главный проход относительно оси симметрии, можно зрительно расширить пространство. Если зал большой, лучше расставить предметы мебели группами, чтобы гости чувствовали себя комфортно.

При анализе конкурентной среды необходимо выяснить примерно следующий перечень вопросов:

1) кто являются основными конкурентами;
2) какова организационная структура и менеджмент у конкурентов;
3) стратегия конкурентов;
4) финансовое состояние конкурентов;
5) маркетинговая и рекламная стратегия конкурентов;
6) перечень оказываемых услуг;

7) методы, используемые в конкурентной борьбе [2].

Для организации бизнеса в данной сфере следует уделить большое внимание следующим составляющим [3]:

1) рынок – сегменты, методы внедрения, приоритеты;

2) услуги и продукты – скорость реакции на изменения предпочтений потребителей, ассортимент блюда и напитков, перечень оказываемых услуг;

3) продвижение услуг – анализ потенциальных источников рекламы, эффективные стратегии развития и продаж и т.п.;

4) цены – структура цен, система ценообразования на новые блюда и услуги.

Если предприятие работает по так называемой «торговой схеме» - реализует изделия несобственного производства, то продукция такого предприятия поставляется в форме выполненных работ (хранение, приемка товара, его доготовка и т.п.) и оказанных услуг (продавца, кассира, официанта, бармена, администратора и т.д.). Бурное расширение емкости рынка в ресторанной сфере является следствием благоприятных тенденций развития данной сферы бизнеса. Ресторанный бизнес имеет богатую историю как в мире, так и в России, где исторически конкурентная среда четко просматривалась и оставляла отпечаток на особенности деятельности других хозяйствующих субъектов.

На конкурентном рынке сферы ресторанного бизнеса все больше предпринимателей-нерезидентов, успешно конкурирующих с резидентами. Постоянно растет роль иностранного капитала в отрасли. Однако эта общая закономерность по-разному проявляется в региональном разрезе. Статистика свидетельствует о том, что более значительны иностранные инвестиции в сферу ресторанного бизнеса в тех регионах, в которых:

- наиболее развита рыночная и туристская инфраструктура;
- действуют свободные экономические зоны;
- размещаются относительно крупные национальные диаспоры [4].

Общественное питание по своей сути носит интернациональный характер, поэтому широки возможности импорта-экспорта капитала и продукции в этой отрасли. Однако экономическая ситуация в России такова, что многие уважаемые заведения с постоянной клиентурой, сменив место, либо попав под неумелое управление, теряют своих гостей.

Таким образом, открытие иностранных и совместных предприятий ресторанной сферы в России, пропаганда национальных кухонь разных народов мира, организация и проведение различного рода акций, праздников и. т. п. становятся закономерностями развития современной сферы ресторанного бизнеса.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Конкуренция в ресторанном бизнесе или как сделать отличный дизайн ресторана [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://tvoidizain.ru/?p=7239

2. Конкуренция в ресторанном бизнесе России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://grandmenu.org/restorannyj-biznes-v-rossii/konkurencija-v-restorannom-biznese-rossii.html

3. Конкуренция в ресторанном бизнесе [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://artpeoplegroup.narod.ru/8.htm

4. Рыночные отношения в сфере ресторанного бизнеса [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://lib.sale/restoran-gostinica-menedjment/ryinochnyie-otnosheniya-sfere-restorannogo.html

СОСТОЯНИЕ РЫНКА ТРАНСПОРТНОЙ ЛОГИСТИКИ В СОВРЕМЕННЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ УСЛОВИЯХ

Баринова (Еремина) Н.А.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

За физическое перемещение материальных ресурсов отвечает одна из составляющих логистики – транспортная логистика. Транспорт обеспечивает перемещение грузов и людей [1, с. 78], а также играет значительную роль в объединении экономического пространства: он связывает между собой экономические отрасли, например, сельское хозяйство, производство и торговлю в единую систему. Благодаря транспорту процесс непрерывного изменения и движения сырья и товаров по стадиям производства и в сфере обращения трансформируется в единую технологическую цепь, а транспорт становится неотъемлемой частью единого процесса [2, с. 300].

Кризис, начавшийся в 2014 году в связи со снижением цен на нефть и экономическими санкциями Запада, привел к ухудшению экономической ситуации в России. Он затронул все отрасли страны. Исключением не стала и сфера транспорта. По данным Федеральной службы государственной статистики РФ темпы роста грузоперевозок и грузооборота снижаются, но по сравнению с ними, темп роста ВВП снижается быстрее.

Основная доля, почти 70%, перевозки грузов, осуществляется автомобильным транспортом. Около 17% и 13% осуществляется железнодорожным и трубопроводным видами транспорта соответственно (табл. 1). Значение железных дорог определяется их способностью эффективно и относительно дешево перевозить большие объемы грузов на дальнее расстояние. Основными причи-

нами активного использования автотранспорта стали присущие ему гибкость (доступность) доставки и высокая скорость перевозок [2, с. 306-307]. Если же говорить о грузообороте, то лидирующие позиции занимают трубопроводный и железнодорожный транспорт, почти 50% и 43%-45% соответственно, за ними автомобильный – около 5% (табл. 1).

Таблица 1 – Перевозка грузов и грузооборот по видам транспорта

Виды транспорта	**Перевозка грузов**				**Грузооборот**			
	2013		**2014**		**2013**		**2014**	
	млн тонн	**доля**	**млн тонн**	**доля**	**млрд т-км**	**доля**	**млрд т-км**	**доля**
Железнодорожный	1381	16.7	1375	17.2	2196	43.2	2301	45.3
Автомобильный	5635	68.2	5417	67.6	250	4.9	247	4.9
Трубопроводный	1095	13.3	1078	13.5	2513	49.4	2423	47.7
Морской	17	0.2	16	0.2	40	0.8	32	0.6
Внутренний водный	135	1.6	119	1.5	80	1.6	72	1.4
Воздушный	1.2	0.01	1.3	0.01	5.0	0.1	5.2	0.1
Всего	**8264**	**100**	**8006**	**100**	**5084**	**100**	**5080**	**100**

Источник: Федеральная служба государственной статистики (http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/enterprise/transport/#)

По данным табл. 1, можно сказать, что автомобильным транспортом осуществляются грузоперевозки большие по тоннажу, но более короткие по километражу. Трубопроводным и железнодорожным видами транспорта, наоборот, осуществляются грузоперевозки меньшие по тоннажу, но реализуемые на более дальние расстояния.

С 2011 по 2012 г. наблюдается замедление роста темпа роста перевозки грузов, с 2012 по 2015 г. темп роста также снижается, но уже составляет менее 100%. Темп роста грузооборота также снижается в данном периоде (табл. 2).

Таблица 2 – Темпы роста перевозки грузов и грузооборота

Показатели	**2011**	**2012**	**2013**	**2014**	**2015**
Темп роста перевозки грузов, %	107.6	102.2	97	96.9	94.7
Темп роста грузооборота, %	103.4	102.9	100.6	99.9	-

Источник: Разработано автором на основе данных Федеральной службы государственной статистики

Темп роста ВВП в постоянных ценах с 2011 года по 2014 год замедляется, в 2015 данный показатель составил 96.3%, что ниже на 4.4%, чем в 2014 году (табл. 3, 4). До 2014 г. наблюдается увеличение ВВП в абсолютном выражении, но снижается в относительном. В 2015 году ВВП снижается как в абсолютном, так и в относительном выражении (табл. 3).

Таблица 3 – ВВП в постоянных ценах(млрд.руб.) и темп роста ВВП

Показатели	**2011**	**2012**	**2013**	**2014**	**2015**
ВВП, млрд. руб.	59698.1	61798.3	62588.9	63031.1	60682.1
Темп роста ВВП, %	104.3	103.5	101.3	100.7	96.3

Источник: Федеральная служба государственной статистики (http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/accounts/#);Начиная со II квартала 2014г. информация приведена с учётом данных по Крымскому Федеральному округу.

Перевозка грузов с 2013 по 2015 год и грузооборот с 2014 года снижаются и в абсолютном, и в относительном выражении, но более медленными темпами, чем ВВП. Так, в 2015 г. по сравнению с 2014 г. ВВП снизился на 4.4%, грузоперевозки на 2.2%, то есть в два раза медленнее, чем ВВП (табл. 4).

Таблица 4 – Сравнение темпов роста перевозки грузов и грузооборота с темпом роста ВВП

Показатели	**2013**	**2014**	**2015**	**Изменение**	
				2013-2014	**2014-2015**
Темп роста ВВП, %	101.3	100.7	96.3	- 0.6	- 4.4
Темп роста перевозки грузов, %	97	96.9	94.7	- 0.1	- 2.2
Темп роста грузооборота, %	100.6	99.9	-	- 0.7	-

Источник: разработано автором на основе данных Федеральной службы государственной статистики

Таким образом, кризис, начавшийся в 2014 г., негативно повлиял на российскую экономику, в частности, на сферу транспорта, о чем свидетельствуют замедляющиеся темпы роста ВВП, грузоперевозки и грузооборота. Следует отметить, что темп роста ВВП замедляется быстрее, чем темп роста грузоперевозки. На эффективности транспортной логистики сказывается взаимосвязь различных отраслей экономики. Тенденция сокращения объемов производства и появившиеся затруднения у промышленных и торговых компаний с реализацией продукции оказывает значительное влияние на снижение объемов перевозок. Но сложившаяся ситуация позволяет отсеять с рынка транспортных услуг небольшие компании-однодневки, не способные выстоять в сложившихся условиях [5]. Главный аналитик Департамента консалтинга РБК, член комитета по логистике ТПП РФ, прогнозирует увеличение грузоперевозок из Китая наземным транспортом, прежде всего, железнодорожным, а также увеличение объема внутренних перевозок железнодорожным и автомобильным транспортом (в среднесрочной перспективе, по мере реализации программы импортозамещения) [4]. Транспортная логистика остается востребованной отраслью эко-

номики, а сложившаяся ситуация ослабления экономики страны способствует оптимизации затрат хозяйствующих субъектов [5].

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Каменева Н.А. Логистика: учебное пособие / Н. Г. Каменева. – М.: КУРС: ИНФРА-М, 2013. – 202 с.
2. Канке А.А. Логистика: учебник / А.А. Канке, И.П. Кошевая. – 2-е изд., испр. и доп. - М.: ИД ФОРУМ: НИЦ Инфра-М, 2013. – 384 с.
3. Данные федеральной службы государственной статистики [Электронный сайт] // http://www.gks.ru
4. Рынок транспортно-логистических услуг в 2014-2017 гг.: основные риски и факторы роста [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.konfer.ru/files_BTF2014/Simonova.pdf
5. Транспортная логистика в условиях финансового кризиса [Электронный сайт].Режим доступа:http://www.transportall.ru/article/logistic/transportnaja_logistika.html

ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В СФЕРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ

Быкова Е.А.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

В современных условиях ведение предпринимательской деятельности не сводится только к совершению торговой сделки. Успех в предпринимательской деятельности напрямую зависит от знания ситуации на рынке, понимания и удовлетворения потребностей потребителей, а также предложения соответствующий ассортимент услуг [1].

На современном этапе рыночная экономика характеризуется взаимодействием следующих понятий:

- предпринимательство – экономическая деятельность, направленная на систематическое получение дохода, прибыли от пользования имуществом, продажи товаров, выполнения работ, оказания услуг; предпринимательство преследует также цель повышения имиджа, статуса предпринимателя [3];

- бизнес (от англ. **business –** дело, антрепренерство, предпринимательство) – инициативная экономическая деятельность, осуществляемая за счет собственных или заемных средств на свой риск и под свою ответственность, ставящая главными целями получение прибыли и развитие собственного дела; бизнес в небольших масштабах на малых фирмах называют малым;

- коммерция (от лат. **commercium** – торговля) – торговая и торгово-посредническая деятельность, а также участие в продаже или содействие продаже товаров и услуг; в широком смысле слова коммерция - предпринимательская деятельность.

Однако надо иметь в виду, что термин «предпринимательская деятельность» имеет двоякое значение: в первом случае он означает самостоятельную отрасль народного хозяйства, а во втором – торговые процессы, направленные на осуществление актов купли-продажи услуг. Отсюда следует, что предпринимательская деятельность связана со вторым понятием торговли - торговыми процессами по осуществлению актов купли-продажи как с целью получения прибыли, так и в сфере принятия макрологистических решений.

Для успешного функционирования на рынке услуг предпринимательская деятельность в сфере образовательных услуг имеет потенциальные возможности, обусловленные ее особенностями как социально ориентированной системы, и конкурентные преимущества. Самым важным ее конкурентным преимуществом является возможность выступать на потребительском рынке в качестве единой организации, имеющей многоотраслевой характер деятельности и способной реально влиять на качество услуг и уровень цен [4].

Являясь составной частью рынка, предпринимательская деятельность, опираясь на свои позиции, одновременно становится основой рыночного хозяйства. Как показывает практика, активность этой деятельности тем выше, чем устойчивее и динамичнее действующая среда рынка. В своей предназначенности и деятельности предпринимательство должно базироваться на российской модели формирования рынка и складывающихся рыночных отношениях. Важно представить, что предпринимательская деятельность не ограничивается заданными пределами. По мере продвижения к рынку она непременно будет расширяться. Предпринимательские процессы следует рассматривать в увязке с субъектами хозяйствования и факторами внешней среды [2].

На основании положения «О платных образовательных услугах» Муниципальное бюджетное дошкольное образовательное учреждение оказывает платные образовательные услуги в учреждении. Учреждение может оказывать платные образовательные услуги в соответствии с Положением на основании Устава учреждения и лицензии на осуществление образовательной деятельности.

В дошкольном образовательном учреждении могут реализовываться дополнительные образовательные программы дошкольного образования по направлениям:

- фигурное плавание (для детей 6-7-го года жизни);
- английский язык (для детей 6-7-го года жизни);
- чтение (для детей 5-7-го года жизни);
- хореография (для детей 4-7-го года жизни);
- «Керамика для малышей» (для детей 5-7-го года жизни);
- «Гармония» (для детей 3-5-го года жизни);
- «Речевичок» (для детей 6-7-го года жизни);
- «Чудеса на песке» (для детей 6-7-го года жизни);
- индивидуальные занятия по логопедии (для детей 7-го года жизни);
- раннее обучение плаванию (для неорганизованных детей) (для детей 3-го года жизни);
- обучение плаванию (для неорганизованных детей) (для детей 4-7-го года жизни).

На основании положения «О платных образовательных услугах» Муниципальное бюджетное дошкольное образовательное учреждение оказывает платные образовательные услуги в учреждении. Учреждение может оказывать платные образовательные услуги в соответствии с Положением на основании Устава учреждения и лицензии на осуществление образовательной деятельности.

На основании положения «О платных образовательных услугах» Муниципальное бюджетное дошкольное образовательное учреждение оказывает платные образовательные услуги в учреждении. Учреждение может оказывать платные образовательные услуги в соответствии с Положением на основании Устава учреждения и лицензии на осуществление образовательной деятельности.

В образовательном учреждении необходимо разработать графики предоставления платных образовательных услуг. Для этого проводится опрос родителей (законных представителей). Составляется и утверждается проектируемая калькуляция услуг согласно методике формирования тарифов на платные образовательные услуги и расчеты по установлению нормативам по позициям затрат.

Для предоставления образовательной услуги заключается договор с заказчиком в письменной форме. Образовательная деятельность с детьми может осуществляться во второй половине дня. Наполняемость групп для занятий составляет – от 5 до 15 человек. Тарифы на оказание платных образовательных услуг утверждаются администрацией города Нижнего Новгорода.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Бальшухина И.С. Основы предпринимательской деятельности / И.С. Бальшухина – М.: Вузовская книга, 2015. – 252 с.
2. Быкова Е.А. Коммерческая деятельность в дошкольном учреждении / Е.А. Быкова, Л.Ф. Суходоева, В.Н. Фокина // В сборнике: Современные тенденции развития науки и производства. Сборник материалов 3 Международный научно-практической конференции. Западно-Сибирский научный центр; Кузбасский государственный технический университет имени Т.Ф. Горбачева. – 2016. – С. 202-205.
3. Голубева Т.М. Основы предпринимательской деятельности / Т.М. Голубева. – М.: Форум, НИЦ ИНФРА-М, 2013. – 272 с.
4. Суходоев Д.В. Повышение качества предоставления торговых услуг / Д.В. Суходоев, Т.В. Стожарова, Л.Ф. Суходоева // Символ науки. – 2015. – №7-1(7). – С. 113–115.

АНАЛИЗ ПРОИЗВОДСТВА ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ТОВАРОВ КАК ФАКТОРА ФОРМИРОВАНИЯ ТОВАРНОГО РЫНКА

Воробьев Л.И.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Преобразование системы экономических отношений, осуществляемое в регионе, привело к глубокому и радикальному реформированию всех сфер народного хозяйства, естественно, не остались в стороне и сферы потребительского рынка.

Потребительский рынок – это не только сбыт, который осуществляется в сфере обмена, но и система экономических отношений, которая охватывает сферы производства, распределения, обмена и потребления.

Производство, как источник предложения товаров, заинтересовано в максимальном увеличении его объемов и тем самым объемов предложения товаров на рынок. Однако, исходя из собственных интересов производства, получения высоких доходов, сокращения издержек производства можно достичь за счет выпуска ограниченного перечня дорогостоящих товаров.

Таким образом, производство товаров заинтересовано и непременно добивается расширения рынка потребительских товаров узкого ассортимента по высоким розничным ценам. Если бы формирование товарного рынка происходило только усилиями производства, то рынок мгновенно упростился бы по товарной структуре.

Производство товаров может быть полезным для населения лишь в том случае, когда предприятия определяют - производственную программу на основе изучения реальных материальных потребностей населения.

При классификации товарного рынка важно учитывать, насколько эффективно эксплуатируется оборудование, используются сырье и материалы, поскольку более высокий уровень эксплуатации оборудования и использование сырья увеличит объём производства продукции и тем самым объем предложения товаров потребительскому рынку [2].

Наиболее представительным по всем параметрам является товарный рынок, который, в свою очередь, классифицируется по содержательному признаку следующим образом:

- рынок потребительских товаров;
- рынок производственных товаров.

На рынке потребительских товаров предметом товарного предложения и спроса являются товары массового потребления населением.

На рынке производственных товаров предметом товарного предложения и спроса является сырье, привлекаемое в процессе изготовления товаров.

Уровень снабжения товарами рынка характеризует то, насколько товары рынка по объему, структуре и качеству удовлетворяют покупателей или насколько потребности населения удовлетворяются товарами рынка. При натурально-товарном рынке товарное предложение обеспечивает лишь небольшую часть потребления, тогда как основная доля потребления удовлетворяется путем натурального потребления. Товарно-натуральный рынок определяется нарастающим удовлетворением спроса товарами при стабильном снижении натурального потребления.

При преобладании отечественных товаров рынок способствует развитию отечественных товаропроизводителей и повышению спроса, тогда как превышение на рынке импортных товаров содействует развитию зарубежных товаропроизводителей, в ущерб отечественным предприятиям, и снижению спроса на товарном рынке [1].

В условиях формирования рыночной экономики товарное предложение на региональном рынке потребительских товаров существенно изменилось. Для этого периода характерно преобладание в структуре товарных ресурсов импортных продовольственных и непродовольственных товаров; вытеснение отечественных товаропроизводителей с внутреннего потребительского рынка страны.

Для определения того, насколько масштабно проникают импортные товары на региональный потребительский рынок, нами было проведено исследование рынка потребительских товаров. При этом было обследовано 28 предприятий розничной торговли; анкетировано 200 торговых работников и 300 покупателей.

Обследование реализации продовольственных товаров в розницу показало, что импортные товары широко распространены на потребительском рынке. Здесь из реализуемых преобладают зарубежные продовольственные товары по следующим группам: колбасы полукопченые и сырокопченые – 25,5%, масло кукурузное – 85%, масло подсолнечное – 62%, шоколад с наполнителем – 74,1%, конфеты – 75%, мясо кур – 58%, лапша – 63% и т.д.

При реализации продуктов питания более половины торговых агентов (59%) отдали предпочтение продаже товаров отечественного производства и только 39% - импортного. В случае с продажей непродовольственных товаров продавцы предпочитают импортные товары (76%). В конкуренции, по мнению большинства опрошенных специалистов торговли, выигрывают импортные непродовольственные товары, поскольку обладают более высоким качеством (49%), короткими сроками реализации (34,5%), широким ассортиментом и возможностью выбора поставщиков (24,1%).

Отечественная продовольственная продукция преимущественно, по мнению опрошенных товаропроизводителей, лидирует в рейтинге вследствие более высокого качества и безопасности (65,6% респондентов), более выгодной формы платы за товар по мере реализации (43,7%), более низких закупочных цен (34,3%) и быстрой реализации (40,6%).

Проведенное нами исследование выявило, что на региональном потребительском рынке покупательский спрос на непродовольственные товары на 65 - 70% удовлетворяются за счет импортных товаров. Анализ результатов опроса показал, что причина кроется в низкой конкурентоспособности отечественных непродовольственных товаров и по стоимости, и по качеству.

В процессе замены импортных товаров отечественными мы должны довести долю импорта в общем объеме товарного предложения на рынке до 15-25%.

Главная стратегическая цель – создание конкурентоспособного отечественного регионального потребительского рынка продовольственных товаров через два направления: развивать отечественное производство, торговлю продовольственными товарами нижегородского производства.

Современный рынок потребительских товаров области отличается относительно высокой насыщенностью товарной массой и широким ассортиментом. В настоящее время рынок области представлен широким ассортиментом ранее таких дефицитных товаров, как телевизоры, холодильники, стиральные машины, микроволновые печи, мебель, компьютеры и т.д.

Одна из приоритетных задач состоит в повышении уровня потребления продуктов питания, важнейших непродовольственных товаров и услуг. Решение этой задачи неразрывно связано с насыщением спроса на потребительские товары и платные услуги, из которых почти половину составляют продукты питания. Результаты исследования показали, что рост величины спроса и предложения на продукты питания, одежду, обувь и товары длительного пользования в региональном разрезе выступает не только как условие повышения уровня жизни населения, но и как фактор, оказывающий влияние на рост эффективности общественного производства.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Самигуллин Э.В. Проблемы формирования и развития товарного рынка в условиях трансформации экономики (на примере КР). – Б.: КЭУ, 2008. - С. 20.
2. Радостева Э.М. Рынки потребительских товаров: учебное пособие ФГБОУ ВПО Пермская ГСХА / Э.М. Радостева, Е.А. Антинескул. – Пермь, 2014. – 145 с.

ПРОБЛЕМЫ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В ТОРГОВЛЕ

Горева В.Б.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Предпринимательская деятельность представляет собой самостоятельную, осуществляемую на свой риск деятельность, направленную на систематическое получение прибыли от пользования имуществом, продажи товаров, выполнения работ или оказания услуг лицами, зарегистрированными в установленном законом порядке.

Торговля является одним из приоритетных направлений предпринимательской деятельности [1]. Торговля представляет собой предпринимательскую деятельность, направленную на оборот, куплю и продажу товаров с целью получения прибыли. Торговля как вид предпринимательской деятельности обособлена в самостоятельную отрасль экономики.

Данный вид деятельности осуществляет следующие основные функции:

1. реализация товаров;
2. смена формы стоимости с товарной на денежную;
3. удовлетворение потребностей населения;
4. обеспечение непрерывного процесса движения товаров от производства до конечного потребителя.

В начале 90-х годов под влиянием экономических реформ в стране, процессов коммерциализации и приватизации происходило создание предприятий малого бизнеса в торговле, их дальнейшее развитие, насыщение рынка необходимыми товарами, увеличение объемов продаж, изменение инфраструктуры торговли.

Сегодня малое предпринимательство в торговле является самым популярным видом деятельности малого бизнеса в России. Среди всех организаций около 80% в той или иной степени связаны в своей деятельности с торговлей, малые организации – не исключение. Это связано также и с экономической обстановкой в стране – бизнес в торговле создавался стихийно стараниями предпринимателей, в то время как со стороны государства в становление этого бизнеса не вкладывалось ничего.

За последние несколько лет во многих городах построено большое количество торговых центров, где легко можно снять площадь в аренду; заброшенные складские помещения разорившихся организаций использовать для хранения товара; в бизнес-центрах использовать офисные помещения.

К сожалению, современная кризисная обстановка на рынке существенно повлияла на сложившуюся ситуацию в бизнесе. Многие владельцы малого бизнеса в торговле вынуждены закрываться или переходить в другую сферу, так как спрос на многие товары в России значительно снизился, арендные платежи становятся неподъемными, налоговое бремя давит все больше и больше.

Можно выделить основные проблемы, с которыми сталкиваются большинство организаций малого бизнеса в сфере торговли.

Главной проблемой является недостаток финансовых ресурсов на этапе зарождения организации и в период ее развития (высокие ставки по кредитам, сложность получения займов на долгий срок, невозможность взять кредит с отсрочкой на развитие). Зарождающиеся фирмы могут получить поддержку от бизнес-инкубаторов или других фондов, но банкам не выгодно работать на этом сегменте кредитного рынка: высокие риски, малообоснованные бизнес-планы, невысокая ликвидность.

Торговая отрасль создает большое количество рабочих мест в стране с дифференцируемым уровнем оплаты труда «средний» и «ниже среднего». При

этом в отрасли существенный дефицит и недостаточная квалификация специалистов. Данная проблема связана с низким уровнем оплаты труда, отсутствием карьерного роста, низким уровнем престижности профессии, отсутствием средне-специального образования в данной сфере.

Главным фактором рентабельности торговой организации является её местоположение, которое определяется в первую очередь спецификой продаваемого товара. Стоимость арендной платы в центре города и крупных торговых центрах значительно разнится с арендной платой на окраинах. Кроме того, для товаров с особыми условиями хранения необходимо наличие склада.

Также одной из проблем малого бизнеса в сфере торговли является недостаток информации о рынках сбыта, государственных и муниципальных программах, возможностях привлечений инвестиций.

В современных условиях развития интернет-магазинов и разрастания гипермаркетов конкуренция в сфере торговли ужесточается. Организации борются за покупателей по ценам, наборам и видам дополнительных услуг для покупателей. Обостренная конкуренция постоянно ставит торговые фирмы в затруднительные положения. К сожалению, некоторые организации переходят к приемам недобросовестной конкуренции – продают менее качественный товар по более низким ценам (демпинг).

До последнего времени регулирование отрасли торговли в России характеризовалось низкой заинтересованностью государства: высокий уровень бюрократии, низкая заинтересованность со стороны государственных органов, частые проверки контролирующих органов и т.д.

В сбалансированности развития организаций торговли важную роль играют процессы обеспечения самоокупаемости, самофинансирования и долговременного развития [2], связанного с увеличением денежной массы в государстве, позволяющей повысить покупательский спрос.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Торговля как вид предпринимательской деятельности [Электронный ресурс]. – URL: http://economylit.online/ (дата обращения 10.11.2016).

2. Чичиланова И.Л. Основные проблемы сбалансированного развития предприятий торговли // Электронный журнал научных публикаций аспирантов и докторантов [Электронный ресурс]. – URL: http://jurnal.org/ (дата обращения 10.11.2016).

3. Сайт Федеральной службы государственной статистики. URL: http://www.gks.ru/ (дата обращения: 06.11.2015).

КОНТРОЛЬ КАЧЕСТВА ПРОДУКТОВ ПИТАНИЯ НА ПРИМЕРЕ КОМПАНИИ METRO CASH AND CARRY

Горюнова А.В.
Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Услуги торговли и общественного питания и условия их предоставления должны быть безопасны для жизни и здоровья потребителей, обеспечить сохранность их имущества и охрану окружающей среды. Для обеспечения этих требований на предприятиях должны проводиться различные мероприятия по контролю как за качеством исходных продуктов, так и за ходом торгово-технологического процесса и готовой продукцией. Контроль осуществляется как силами вышестоящих организаций (ведомственный контроль), так и силами самого предприятия (технический контроль).

На уровне государства контроль над работой предприятия общественного питания осуществляет Государственная инспекция по качеству товаров в торговле. Она следит за качеством продукции и сырья, соблюдением правил торговли и условий хранения продукции, ценовой политикой предприятия [1]. Соблюдение санитарно-гигиенических норм и личной гигиены работников на предприятии контролируют органы Государственного санитарного надзора. Соблюдение правил техники безопасности и охраны труда на предприятиях торговли и общественного питания проверяет Комиссия по охране труда. На уровне предприятия контроль должен осуществляться на каждом этапе производственного процесса, начиная с приемки исходных продуктов, кончая качеством готовой продукции. Контроль качества продукции на предприятиях осуществляет отдел технического контроля (ОТК). При входном контроле осуществляется проверка сопроводительной документации на товар, соответствие качества и ассортимента исходного продукта заявленной документации и санитарным нормам.

Операционный контроль следит за полным соблюдением технологических операций с продукцией, температурных режимов обработки и правилами отпуска изделий и блюд [2]. Приемный контроль осуществляет проверку качества готовой продукции либо на непрерывной основе, либо выборочный контроль качества по микробиологическим, физико-химическим и органолептическим показателям готовой продукции.

Качество товаров – основа бизнеса компании METRO Cash and Carry. В работе с продуктами питания компания придерживается системы «Анализ рис-

ков и критические точки контроля» (HACCP). Для контроля качества товаров под собственной маркой фирма METRO использует стандарты GFSI (Глобальная инициатива по безопасности пищевых продуктов), основанную на международной концепции менеджмента пищевой безопасности.

Контроль качества и безопасности продукции в компании METRO производится на трех уровнях: 1) контроль на производстве (входной контроль); 2) контроль при транспортировке; 3) контроль в торговом зале [3].

Контроль на производстве. Все поставщики продукции регулярно проходят аудиты с целью контроля качества и безопасности продукции в соответствии со стандартом IFS (Международный стандарт для пищевых продуктов). Особое внимание уделяется продуктам под собственной торговой маркой, они не менее двух раз в год проходят детальную лабораторную проверку. Свежая продукция в компании METRO действительно должна быть свежей, не допускается никаких ранее замороженных продуктов. Продукция, поставляемая в упакованном виде, проходит тщательный контроль состояния упаковки.

Контроль при транспортировке. В процессе перевозки продукции огромную роль играет температурный режим транспортировки. При перевозке овощей температура должна быть в пределах 6-10° С, молочная продукция требует от 2 до 6 градусов, мясная нуждается в режиме 0-4° С. Соблюдение температурного режима – основа безопасности на этапе транспортировки продукции.

Контроль в торговом зале. Не менее двух раз за год в торговых залах компании METRO проводятся без предупреждения проверки гигиенического состояния помещения, условий хранения и реализации продукции. На постоянной основе производится контроль температурного режима для каждого вида продукции. Постоянно проверяются сроки реализации и хранения свежей продукции. Ведется строгий контроль за санитарно-гигиеническим состоянием помещения, оборудования. В METRO используется ультрафиолетовая обработка всего инвентаря и оборудования для его стерилизации, бесконтактная санитарная обработка рук сотрудников, постоянный лабораторный контроль санитарного состояния.

Испытания товаров прямо с полки лишний раз подчеркивает заботу компании о качестве своей продукции. Они проводятся по линии безопасности и подлинности товара на прилавках торговой точки. В зоне особого внимания консервы, мясная и молочная продукция, вина, соки и другие напитки. При тестировании проверяется соответствие товара санитарным нормам и ГОСТам на данную продукцию. При обнаружении несоответствия нормам продукция немедленно изымается из оборота, независимо от известности поставщика и тор-

говой марки. Этим обеспечивается неизменно высокое качество продукции компании METRO.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Организация контроля на предприятиях общественного питания [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://realfranchising.ru/289-organizaciya-kontrolya-na-predpriyatiyah-obschestvennogo-pitaniya.html

2. Требования к производству кулинарной продукции [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://refdb.ru/look/2187608-p6.html

3. METRO Cash and Carry - официальный сайт в России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.metro-cc.ru/

ПРЕИМУЩЕСТВА И НЕДОСТАТКИ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ

Даньшин Н.С.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

В настоящее время частое посещение ресторанов и кафе быстрого питания наряду с удобством может представлять и угрозу для здоровья. В данной статье мы рассмотри преимущества и недостатки питания на предприятиях ресторанного бизнеса.

Посетители приходят в предприятия общественного питания по разным причинам, основные из которых: 1) поужинать или быстро перекусить; 2) отметить праздники или различные мероприятия; 3) провести семейные ужины.

Преимущества питания на предприятиях ресторанного бизнеса:

1. Гости всегда могут собраться вместе вне зависимости от количества человек. Не нужно задумываться, где провести банкет для большого количества человек, т.к. сейчас во многих ресторанах и кафе проводятся банкеты и фуршеты.

2. Сейчас существует множество предприятий быстрого питания, где можно недорого и сытно пообедать. Многие кафе предлагают гостям услугу бизнес-ланча, когда полный обед продается со скидкой, что удобно для людей, которые хотят перекусить во время рабочего перерыва, не тратя лишние деньги.

3. В ресторанах и кафе часто собираются семьи, которые отмечают дни рождения и другие праздники. По сравнению с обычным домашним ужином, гости могут попробовать более сложные и изысканные блюда, хотя это и дороже.

Недостатки питания на предприятиях ресторанного бизнеса:

1. Пытаясь сэкономить на стоимости банкета, люди идут в дешевые кафе, где качество продуктов может оставлять желать лучшего, а посетители никогда не знают, что происходит на кухне и какого качества используемые продукты, правильно ли они хранятся. Например, многие кафе не всегда имеют высокий оборот как у предприятий быстрого питания и раскрученных ресторанов, и из-за этого владельцы часто экономят на качественном сырье и оставляют на кухне просроченные продукты, что угрожает здоровью гостей. Известны случаи отравления посетителей из-за халатности поваров. Это особенно опасно для детского организма, поскольку он более слабый, чем организм взрослого человека.

2. «Дешево не всегда полезно, но иногда и вредно». Частое посещение предприятий быстрого питания приводит к заболеваниям желудочно-кишечного тракта и лишнему весу. Так называемый «fast-food» часто готовится с помощью гидрогенизированного маргарина, содержащего транс-жиры, или дешевых масел (например, пальмового).

Гидрогенизация жиров при производстве современного маргарина, согласно последним исследованиям, имеет крайне неприятный побочный эффект [1]. Она ведет к образованию трансизомеров жирных кислот, практически отсутствующих в сливочном и в растительном масле и поэтому непривычных для организма человека. Трансизомеры, доля которых в таком маргарине достигает 40%, повышают уровень холестерина в крови, нарушают нормальную работу клеточных мембран, способствуют развитию сосудистых заболеваний. Поскольку естественный цвет маргарина – неаппетитный серый, для избавления от него используют отбеливатель, а затем добавляют красители и сильные ароматизаторы, чтобы продукт напоминал масло [2].

Также для производства продукции быстрого питания используют самые дешевые растительные масла (пальмовое, соевое, кукурузное, хлопковое или каноловое), также негативно влияющих на организм, поскольку подвержены губительной экстракции, содержат мылоподобные эмульгаторы и крахмал для получения лучшей консистенции [3].

Именно на таких маслах жарятся так называемые «fast-food» – продукты быстрого приготовления: картофель, пирожки, пончики, крекеры, куски мяса и кур, многие кондитерские изделия, которые ежедневно употребляются в пищу огромным количеством людей. Таким образом, питаясь в предприятиях общественного питания, мы не знаем, из насколько качественных продуктов приготовлено блюдо.

Частое посещение предприятий быстрого питания, таких как «Макдональдс», «KFS» или «BurgerKing» грозит ожирением и язвой. В большинстве

блюда в меню имеют высокую калорийность, содержат много сахара, готовятся в большом количестве масла или с большим количеством маргарина.

3. Частые посещения предприятий питания, в особенности, ресторанов высокой ценовой категории, сказываются на семейном бюджете, ведь в некоторых ресторанах наценка на блюда или напитки может достигать 400- 1000%. Те же блюда, но в более простом варианте оформления и подачи, можно приготовить у себя дома, затрачивая гораздо меньшее количество денежных средств.

Таким образом, наряду с удобством, которое мы получаем, питаясь в предприятиях ресторанного бизнеса, здесь имеются и некоторые недостатки, связанные с невозможностью контролировать качество продуктов, входящих в состав блюд и изделий, вредностью многих блюд, предлагаемых предприятиями быстрого питания, или высокой ценой.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Гидрогенизация жиров [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.znaytovar.ru/new594.html

2. Вред маргарина и других транс-жиров [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://ruslekar.info/Vred-margarina-i-drugih-trans-zhirov-2328.html

3. Процессы обработки жирных кислот [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.zest-for-life.ru/staty/processing_fats.php

ИННОВАЦИИ В ТОРГОВЛЕ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Егорова А.М.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

В условиях модернизации российской экономики особую актуальность приобретают инновации, затрагивающие все области деятельности людей [1]. По мнению большинства ученых, именно внедрение инноваций позволяет делать бизнес наиболее конкурентоспособным и инвестиционно привлекательным, обеспечивает рост и безопасность национальной экономики стран [2]. В настоящее время инновации играют большую роль в развитии различных отраслей экономики России, в том числе и в сфере торговли.

Инновация – это конечный результат деятельности, получивший реализацию в виде нового или усовершенствованного продукта, который реализуется на рынке и используется в практической деятельности. Торговля же является самой перспективной отраслью для внедрения инноваций, а также для их со-

здания. Таким образом, инновации в торговле – это те нововведения, которые помогают организациям улучшить качество работы и обслуживания покупателей, и, как следствие, улучшить качество жизни.

Современные изменения в товарах и услугах проходят по разным направлениям. Исходя из этих направлений, определяется предназначение инноваций: привлечение новых клиентов, стимулирование продаж, сокращение издержек обращения, уменьшение риска порчи товаров, услуг и т.д. Отсюда вытекают определенные проблемы.

Во-первых, предприятия торговли боятся развивать свой бизнес, основываясь на инновациях, либо не хотят вносить изменения лишь потому, что «ложно» представляют себе, что при изменении каких-либо торговых процессов прибыль предприятия резко упадет. Все сводится к тому, что современный предприниматель заинтересован только в получении стабильного дохода. Во-вторых, проблемой также можно считать недостаточно развитую инфраструктуру для предпринимателя. Несмотря на поддержку со стороны государства в качестве льгот, поддержки бизнес-инкубаторов, малых инновационных форм и т.д., существует проблема стабильного и надежного развития инновационного предприятия. В-третьих, – это «неграмотность» предпринимателей крупных и средних предприятий в процессе управления инновациями и всем предприятием в целом. В-четвертых, основной проблемой развития инноваций в России является то, что все новшества в нашей стране создаются либо за свой счет, либо за счет частных инвесторов, что часто приводит к «удушению» идей предпринимателя и сводится к получению денежных средств для инвестора. Ведь в России все чаще финансирование на инновации поступает только на фундаментальные разработки в определенных областях.

Однако несмотря на указанные проблемы инноваций, в торговле все же имеются положительные тенденции. Статистика показывает, что предприятия, сделавшие инновации частью своей деятельности, создают новые или заново открывают старые рынки, продукты, услуги и модели бизнеса, что, в свою очередь, ведет к еще более быстрому росту. В период с 2009-2013 годы инновациями в России занимались 9,3-10,1% предприятий, в том числе предприятия малого бизнеса (4,3-4,8% в общем числе обследованных малых предприятий по субъектам Российской Федерации), при этом уровень доходности затрат на инновации увеличился на 34,6% в данный период (с 2,34 руб./руб. до 3,15 руб./руб.) [3]. Фундаментом инноваций является способность предприятия распознавать новые возможности, которые открываются на рынке, а также внутренние способности предприятий, чтобы реагировать на эти новые возможно-

сти в инновационном стиле, в том числе на базе новых знаний предприятия. Таким образом, на данный момент очевидно, что самая лучшая гарантия роста компании – постоянная реализация инновационной деятельности.

В перспективе, по мнению экспертов, в течение двух лет (до 2018 года) многие розничные сети перестанут существовать, лишившись покупателей. Спасти их может только онлайн-торговля.

В течение пяти лет процесс перехода в онлайн начнёт затрагивать и рынок потребительских товаров: продукты питания, одежду, парфюмерию, бытовую химию. С новой силой начнут работать уже существующие системы доставки продуктов на дом, появятся агрегаторы доставок, начнёт перестраиваться инфраструктура торговых центров. Будет развиваться автоматизация онлайн-торговли, упрощаться системы заказа, оплаты, доставки, контроля качества, гарантийного возврата и т.д.

В течение семи лет (до 2023 года) абсолютное большинство рынков полностью перейдёт на онлайн-торговлю. Торгово-развлекательные комплексы станут просто развлекательными, и якорными арендаторами будут уже не продуктовые гипермаркеты, а всевозможные увеселительные заведения под крышей [4].

Таким образом, в ходе изучения современного состояния рынка инноваций в торговле России, можно сделать вывод о том, что инновации активно развиваются, однако до сих пор существуют барьеры, которые необходимо минимизировать для активного роста предпринимателей малого и среднего бизнеса, к числу которых относится большая часть предприятий торговли.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Распоряжение Правительства РФ от 17.11.2008 N 1662-р (ред. от 08.08.2009) «О Концепции долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года«.

2. Лукашина Е.В. Анализ методик оценки инновационного потенциала торговых организаций / Е.В. Лукашина, М.С. Лукашин // В сборнике: Современная торговля: теория, практика, инновации VI Всероссийская научно-практическая конференция с международным участием, посвященная 20-летию работы учебного заведения по программам высшего профессионального образования. – 2015. – С. 71-78.

3. Российский статистический ежегодник. 2013: Стат. сб. // Росстат. – М., 2013. 717 с.

4. Будущее розничной торговли: перспективы развития ритейла в ближайшие 10 лет (2013-2023) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://stevsky.ru/o-dengach-i-politike/buduschee-roznichnoy-torgovli-perspektivi-razvitiya-riteyla-v-blizhayshie-10-let-2013-2023

СУЩНОСТЬ И ВИДЫ КЕЙТЕРИНГА

Заломина А.А.
Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Кейтеринг – современная отрасль общественного питания, суть которой заключается в оказании услуг питания удаленно. Кейтеринговые предприятия включают все предприятия, службы и подразделения, оказывающие услуги по организации питания персонала компаний и частных физических лиц в помещениях и на выездном обслуживании. В услуги кейтеринга также входит обслуживание всевозможных мероприятий и продажа готовой кулинарной продукции в розницу.

В последнее время под услугами кейтеринга стали подразумевать не только приготовление блюд, напитков или кулинарных изделий и их доставку на удаленные точки, но и организацию обслуживания, сервировку столов и их оформление, разлив и подачу гостям алкогольных и безалкогольных напитков и другие подобные услуги, оказываемые на предприятиях общественного питания.

Основателем кейтеринга считается выдающийся французский кулинар и организатор праздников Франсуа Ватель, который устраивал и обслуживал пиры и банкеты при дворе короля Людовика XIV. Ватель внес значительный вклад в организацию различных торжеств, поскольку появление выездных банкетов на охоте, пиров на природе с фейерверками и большим количеством разнообразных изысканных блюд, напитков, фруктов – было возможно благодаря его способностям и умению. Устраивая пышные королевские приемы, Ватель приглашал музыкантов и артистов. Таким образом и появилась мода на проведение выездных мероприятий и торжеств [1].

В России кейтеринг как направление в общественном питании начал зарождаться в 1993 году, преимущественно в таких городах, как Санкт-Петербург и Москва. В других регионах данное направление начало формироваться некоторое время спустя – в 2000 году и с тех пор активно развивается. В России кейтеринг-технологии получили начало с развития событийного кейтеринга. Первоначально характерной чертой событийного кейтеринга в России были спонтанность и невысокое качество услуг.

В 2008–2010 гг. российская кейтеринг-индустрия отличалась серьёзной конкуренцией внутри данной отрасли и размытостью ценовых сегментов в связи с последствиями мирового экономического кризиса. Кроме того, данная от-

расль характеризовалась быстрым совершенствованием технологий с тенденцией развития сектора премиум класса.

В настоящее время на отечественном рынке событийного кейтеринга действуют более 80 компаний, оказывающих данные услуги, не считая кейтеринг-подразделений гостиничных операторов, банкетных залов и ресторанов выездного обслуживания в структуре event-агентств, а также кейтеринг-компаний, работающих в связке с ресторанами и предоставляющих услуги по организации выездного обслуживания. С 2011 г. начала работать первая школа кейтеринга и стала присуждаться ежегодная премия «Кейтеринг года» [2].

Кейтеринг различается по месту, способу оказания услуг и стоимости. В настоящее время можно выделить следующие виды кейтеринга:

- событийный кейтеринг (питание гостей на частном мероприятии (празднике) или торговая точка на общегородском празднике);
- питание на транспорте (в том числе авиационный кейтеринг или питание на борту самолета);
- социальное питание (питание в образовательных и медицинских учреждениях, корпоративное питание сотрудников компаний, питание в исправительных заведениях, армии и т. д.);
- приготовление блюд и напитков в помещении;
- приготовление блюд и напитков вне помещения (выездное обслуживание);
- контракт на доставку пищи в офис;
- продажа готовой кулинарной продукции в розницу;
- VIP-кейтеринг;
- кейтеринг напитков и коктейлей (выездной бар);
- авиа кейтеринг;
- концертный кейтеринг (выполнение требований райдера артистов) [3].

Существует несколько видов выездного ресторанного обслуживания, таких как: шведский стол, фуршет, коктейль, кофе-брейк, пикник или барбекю, банкет, доставка обедов, гала-ужин.

Эксперты считают, что индивидуальный подход к каждому клиенту, максимально удовлетворяющий ожидания заказчика, в настоящее время является наиболее популярным способом повышения эффективности бизнеса в сфере выездного ресторанного обслуживания. Организация свадеб и подобных торжеств способствовала дальнейшему развитию выездных ресторанных технологий, т.к. свадебные мероприятия все чаще проводятся не на традиционных площадках.

Таким образом, кейтеринг постепенно набирает популярность, предлагая абсолютную свободу в выборе места проведения какого-либо мероприятия или в выборе меню.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Франсин Халворсен. Основы кейтеринга: как организовать выездное обслуживание. М.: Ресторанные ведомости, 2005. 303 с.

2. Погодин К.С. Кейтеринг. Практическое руководство для владельцев и управляющих. М.: Ресторанные ведомости, 2009. 196 с.

3. Кейтеринг: 20 лет в России. Истории успеха. М.: Альпина Паблишер, 2014. 153 с.

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ЛОГИСТИЧЕСКИХ ЦЕНТРОВ В РФ

Кабаева О.Е.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

По мнению исследователей [5], логистическими центрами (ЛЦ) являются достаточно специализированные предприятия, оказывающие услуги по обработке и сопровождению грузов, в том числе сюда может входить хранение, размещение и обработка грузов, деятельность, связанная с оформлением и контролем документации.

Основные задачи логистического центра можно сформулировать как увеличение деятельности разных типов транспорта и обеспечение их непрерывной работы; надлежащая организация комплексного транспортного обслуживания клиентов; увеличение типов оказываемых услуг и повышение их качества [3].

Логистические центры формируются для того, чтобы с наименьшими финансовыми затратами доставить товары от поставщиков и распределить их по магазинам оптимальными партиями в кратчайшие сроки. Наибольшего результата для оптимальной организации материальных потоков возможно достичь только лишь при правильном объединении логистических центров в логистические сети [8].

На сегодняшний день при создании логистического центра существует проблема поддержки развития ЛЦ со стороны государства. Инвестирование в строительство логистических центров, планируемое на ближайшие годы на российском рынке, развито слабо. Среди основных проблем, с которыми сталкиваются при создании ЛЦ, – это трудности с выделением земельных участков,

административные согласования и разрешения на этапе проектирования ЛЦ), развития и финансирования инфраструктуры [7].

Необходимо обратить особое внимание на выбор места создания логистического центра. Выбранное место должно обязательно опираться на доступные транспортные пути, дорожно-транспортную ситуацию, исключающую многочасовые пробки, развитую инфраструктуру. Главной особенностью логистических сетей должна являться мультимодальность, в таком случае имеется вероятность реализации транспортировок различным транспортом. При этом должно предусматриваться, какой вид транспорта наиболее сформирован в этом или ином регионе [2]. Любой регион содержит неповторимую палитру транспортных потоков. Наличие и загруженность и возможности формирования железных дорог и водного транспорта, автотранспортных артерий и аэропортов – все без исключения предусматривается при планировании размещения ЛЦ. Помимо этого следует просчитать более подходящие температурные режимы (средне- и низкотемпературные склады, сухие склады) [6].

В России сейчас формируются два крупнейших логистических центра со следующими ключевыми характеристиками [1]:

1. В Санкт-Петербурге начал функционировать логистико-терминальный центр «Шушары» с оборотом около 3млн т/год в натуральном или приблизительно 160 миллиарда руб. товарооборота. Инвестиции в данный центр составили порядка 150 млрд долл., при этом его площадь – более 100000 га. По оценкам специалистов, планируемый срок, в соответствии с которым окупится данный проект ориентировочно рассчитан в районе 7 лет.;

2. В Москве («Московский терминал») находится крупный логистический центр имеющий девятый и второй (в соответствии с европейской классификацией) интермодальный коридор. При предположительном сроке окупаемости около 6 лет от центра ожидаются регулярные потоки денежных средств в размере около 170 млрд. руб. Инвесторами планируется получение суммарного чистого дохода около 500 млрд. руб.

Таким образом, масштаб функционирующих логистических центров является достаточно большим, связанным с серьезными инвестициями и денежными потоками, сопоставимыми с оборотом крупнейших компаний. Также мы видим достаточно крупные инвестиции и сроки окупаемости, связанные с долгосрочной перспективой.

Наряду с исследованием практики действующих логистических центров нам кажется целесообразным рассмотрение планов по строительству объектов в следующих субъектах РФ – республике Татарстан, Находке, Ростове на Дону.

1. Функционирование логистического центра в Республике Татарстан является целесообразным в силу того, что объект будет находиться на пересечении крупных автотранспортных направлений, обеспечивающих серьезный оборот и доступность для многих видов транспорта. При этом следует отметить наличие судоходных путей по Волге и Каме, связывающих центр с крупнейшими городами России, а также стратегически важного перекрестка железнодорожных магистралей.

2. Рассматривая планируемый к открытию центр в Находке, нужно выделить следующее: порт принимает значительный объем грузопотоков. В настоящее время выполнено технико-экономическое обоснование, разработан проект и начато освоение инвестиций в ходе строительства. Цена проекта является более низкой по сравнению с рассмотренными выше объектами в силу того, что в настоящее время в месте дислокации имеется порт, оборудованный в соответствии с современными требованиями, и железнодорожная станция. Основные организационные проблемы нам видятся в формировании информационно-аналитического центра, который должен обеспечить получение своевременной и точной управленческой информации.

3. Центр в Ростове на Дону необходим для обслуживания значительной части Юга России.

В соответствии с проведенным исследованием следует констатировать, что на сегодняшний день наблюдается дефицит крупных логистических центров [4] в регионах, в частности - крупных региональных центрах, например, в Нижнем Новгороде, Ростове-на-Дону. Здесь в современных условиях выявлена проблема отсутствия современных складских объектов, способных предоставлять качественное логистическое обслуживание, удовлетворяющее нуждам возможных покупателей. К последним можно отнести такие, как, например, крупные международные и федеральные розничные сети (Metro, Auchan, Паттерсон, Эльдорадо, М.Видео, Старик Хоттабыч, LeroyMerlin).

В заключение нам хочется отметить, что становление экономики в нашей стране невозможно без опережающего развития логистики, проявляющейся в создании крупных логистических центров. Обращая внимание на такие особенности РФ [8], как большую территорию со слабо развитой транспортной инфраструктурой, нехватку качественных и хорошо оборудованных складских площадей, наличие множества монопрофильных городов, мы полагаем, что одной из важных задач органов власти различных уровней становится развитие передовых логистических центров, оказывающих весь перечень логистических предложений.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Транспортная стратегия Российской федерации на период до 2030 года. [Электронный ресурс]. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_82617/ (дата обращения 01.11.2016).
2. Калентеев, С.В.Основные барьеры развития логистических центров в регионах России/С.В. Калентеев// Современные исследования социальных проблем.-2012.-№1.-С.13
3. Курова А.Ю. Организационно-методическое обеспечение процессов формирования и функционирования логистических центров: Дис. 08.00.05/ Курова Александра Юрьевна; Государственный университет управления.-М.,2015.
4. Карнаухов С.Б. Логистические системы в экономике России / С.Б.Карнаухов. – М.: ООО Фирма «Благовест-В», 2010.-74 с.
5. Алесинская Т.В. Основы логистики. Общие вопросы логистического управления / Т.В. Алесинская. – Таганрог: Изд-во ТРТУ, 2005.- 91с.
6. Курганов В.М. Эффективность логистики и конкурентоспособность России / В.М. Курганов // Транспорт Российской Федерации. – 2013. – №1(44). – С. 1.
7. Заев С.Н. Транспортные логистические центры - мода или требование времени / С.Н. Заев, Ю.Д. Полянцев, Т.В. Филатова// Бюллетень транспортной информации. – 2008. - № 15. – С. 1.
8. Кабаева О.Е. Критерии создания логистических центров / О.Е. Кабаева// Перспективы развития научных исследований: сб. статей. – Душанбе, 2016. – С. 43–47.

АНАЛИЗ СОВРЕМЕННЫХ ТЕНДЕНЦИЙ РАЗВИТИЯ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ В Г. НИЖНИЙ НОВГОРОД

Крупина А.М.

Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации Нижегородский институт управления

Большинство предприятий сферы общественного питания представляют собой активно развивающийся в нашей стране малый бизнес. На сегодняшний день в Н.Новгороде данная отрасль, несущая в себе важную социальную и экономическую значимость, приняла динамичное развитие.

В состав отрасли общественного питания входят [1] :

- предприятия общественного питания, осуществляющие производство кулинарной продукции, мучных кондитерских и булочных изделий, а также их реализацию и (или) организацию потребления;

- заготовочные предприятия, или цехи общественного питания, осуществляющие централизованное механизированное производство полуфабрикатов, кулинарной продукции, мучных кондитерских и булочных изделий и

снабжающие ими доготовочные предприятия, магазины кулинарии и предприятия розничной торговли;

- доготовочные предприятия общественного питания, осуществляющие приготовление блюд из полуфабрикатов и кулинарных изделий, их реализацию и организацию потребления.

К сфере общественного питания относятся также специализированные предприятия общепита разных типов, которые вырабатывают и реализуют кулинарную продукцию, являющуюся однородной по своему ассортименту, с учетом специфики обслуживания и организации досуга потребителей. Например, рестораны, кафе, бары, столовые, кондитерские, фаст-фуды, стрит-фуды, пиццерии и др.

В литературе существует и другая классификация видов общественного питания, которая обусловлена функциональной принадлежностью предприятий. Так, питание в самолётах, поездах, в морском и автомобильном транспорте выделяется в отдельную самостоятельную группу. Специфическим видом деятельности можно назвать и питание в гостиницах. Система фаст-фуд включает в себя стационарные заведения и уличные киоски. В социальном секторе имеет значение еще и место первичной деятельности, например, питание в школах, ВУЗах, больницах, питание в армии, питание в исправительных учреждениях и др.

Значимость развития сферы общественного питания, а также значимость её как отрасли в целом подтверждается тем, что она была и будет основой для удовлетворения первичных потребностей человека, которые являются жизненно важными и необходимыми.

Сегмент общественного питания в Нижнем Новгороде можно назвать одним из активно развивающихся на протяжении двух последних лет, а рост новых концепций ресторанов и фаст-фуда на сегодняшний день является трендом. За звание «ресторанных» борются ул. Рождественская и Большая Покровская, на которых за последний год обновился состав кафе и ресторанов.

Появляются новые рестораны национальной кухни (ресторан русской кухни «В гости»), набирает силу стрит-фуд (стейк-кафе mEAT). На центральной улице города новые точки открыли «Butcher Burger Bar» сети LFR family, «GUSTOSOUP» – первый суп-бар в Нижнем Новгороде, а 25 июня фалафельная «Noot» открыла летнюю веранду. В этот же день в «Салют burgers» начала работать гастрономическая площадка. Дефицит качественных продуктов из-за эмбарго рождает новые форматы, например, сыроварня «Брынза» – новый ресторан М. Мерсиянова – открылся в ТРЦ «Фантастика» [2].

На ул. Пискунова ожидается появление фреш-маркета и кафе известной местной сети. Успешно стартовавший на нижегородском рынке «Волконский» открыл третью кондитерскую на Б. Покровской.

На 1 июля 2016 года в Нижнем Новгороде осуществляют деятельность более 250 малых предприятий гостиничного и ресторанного бизнеса. В табл. 1 приведены статистические данные о количестве недавно открытых предприятий общественного питания по районам г.Н.Новгорода.

Из данных табл. 1 видно, что за 9 месяцев 2016 года открылось 35 предприятий общественного питания с числом посадочных мест – 1833. Для сравнения, в 2015 году за 9 месяцев начало работать 21 предприятие общественного питания на 811 посадочных мест. Это говорит об увеличении количества предприятий в данной сфере. По месту положения количество предприятий общественного питания распределилось следующим образом: в жилых комплексах – 19, в административных зданиях – 13, в торговых и торгово-развлекательных центрах – 2, в ВУЗах – 1 [3].

Таблица 1 – Распределение новых предприятий общественного питания по районам г. Н.Новгорода за 9 месяцев 2016 г.

Район	**Количество предприятий**	**Кол-во посад. мест**	**Тип предприятия**	**Количество единиц**
Автозаводский	9	289	кафе	7
			суши-бар	1
			бар	1
Канавинский	-	-	-	-
Ленинский	2	532	ресторан	1
			кафе	1
Московский	-	-	-	-
Нижегородский	12	312	ресторан	2
			кафе	5
			кофейня	1
			спорт-бар	1
			пиццерия	1
			пекарня-кафе	1
			пекарня-кондитерская	1
Приокский	2	130	кафе	1
			ресторан быстрого обслуживания	1
Советский	6	416	кафе	3
			ресторан	2
			столовая	1
Сормовский	4	154	кафе	2
ВСЕГО:	35	1833		

Для выявления проблем предприятий общественного питания мной был проведен опрос. Было опрошено 100 респондентов. Это сотрудники столовых ВУЗов, школ, кафе и ресторанов г.Н.Новгорода. Представителям данной сферы задавались следующие вопросы:

- Как Вы оцениваете деятельность Вашей организации по итогам текущего года?
- Какие факторы, на Ваш взгляд, тормозят развитие сферы общественного питания в г. Нижний Новгород?
- Смогут ли предприятия общественного питания преодолеть существующие проблемы и продолжить развитие?

По данным опроса, 67% опрошенных считают состояние предприятия общественного питания, где они работают, удовлетворительным, 20% не удовлетворены состоянием предприятия, 13% затрудняются ответить.

Ответы на второй вопрос анкеты представлены на рис. 1.

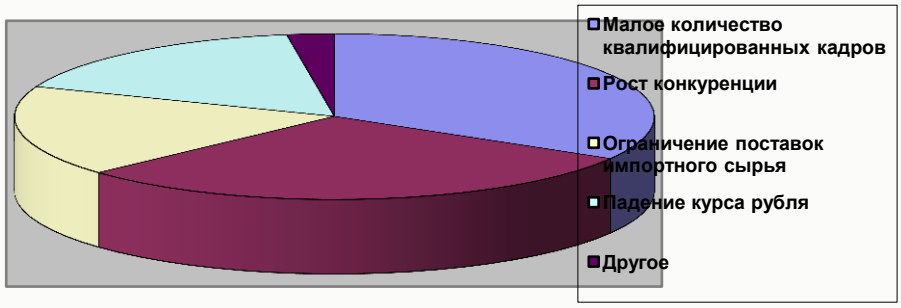


Рис. 3 – Ответ на вопрос: «Какие факторы, на ваш взгляд, тормозят развитие сферы общественного питания в г. Нижний Новгород?»

Одним из наиболее популярных ответов является «малое количество квалифицированных кадров» (70% опрошенных). Эти данные подтверждает и информация сервиса «Яндекс. Работа». Так, согласно этому сайту, в настоящее время в городе требуется 399 поваров и 104 официанта. Особенно остро это заметно в связи с подготовкой к проведению Чемпионата мира по футболу в 2018 году [4].

Второй по степени важности оказалась проблема роста конкуренции (около 62% опрошенных). Для того чтобы решить данную проблему и повысить уровень конкурентоспособности предприятия, руководство должно обратить внимание на качество обслуживания и проведение правильной организационной культуры. Чтобы остаться «на плаву», многие предприятия начали

практиковать новые виды услуг: безналичная оплата, кейтеринг (выездное обслуживание), организация корпоративных и семейных праздников, проведение детских утренников, а также доставка блюд и кулинарных изделий по заказу. Многие предприятия (KFC, Макдональдс, Burger King) разрабатывают мобильные приложения, в которых содержится информация о скидках на товар и ведутся активные рекламные акции предприятия.

Из глобальных проблем сферы общественного питания респонденты выделили ограничение поставок импортного сырья (37% опрошенных) и падение курса рубля (35% опрошенных). Конечно, эти проблемы не оказывают прямого воздействия на предприятия, но затрагивают его в какой-то степени. Например, введение ограничений поставок импортного сырья породило новую проблему – недостаточная степень развития поставок сырья местного, что негативно сказывается на деятельности предприятия. Чтобы решить данную проблему, со стороны отдельных организаций и со стороны государства в целом, необходимо приложить огромные усилия для развития сельского хозяйства. Падение рубля, в свою очередь, ставит вопрос о правильном распределении доходов предприятия. Одним из решений является распределение большей доли прибыли и в оборот, а не во вложения.

Несмотря на наличие проблем, сфера общепита достаточно развита в г. Н. Новгород, а около 80% опрошенных считают, что предприятия общественного питания преодолеют текущий кризис и продолжат развитие. Но с приближением Чемпионата мира по футболу в 2018 году необходимо более качественно подойти к вопросу об организации общественного питания. Высокая конкуренция на рынке заставит предприятия общественного питания оказывать услуги на более качественном уровне, расширять спектр оказываемых услуг, искать новые варианты обслуживания. На уровне органов местного самоуправления необходимо уменьшать влияние негативных мировых экономических и политических процессов за счет реализации проектов импортозамещения.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Минько Э.В. Основы коммерции: Учебное пособие / Э.В. Минько, А.Э. Минько. – 2-е изд. Стандарт третьего поколения. – СПб.: Питер, 2013. – С. 84–87.

2. Брезе О.Э., Румянцева Е.Г. О тенденциях развития общественного питания // Управление экономическими системами/ URL: http://uecs.ru/index.php?option=com_flexicontent&view=items&id=3458 (дата обращения: 13.11.2016).

3. Анализ развития предприятий потребительского рынка города Нижнего Новгорода за 9 месяцев 2016 года / URL:

http://нижнийновгород.рф/gorod/biznes/potrebitelskiy-rinok/analiz-razvitiya-predpriyatiy-potrebitelskogo-rinka-goroda-n/ (дата обращения: 12.11.2016).

4. В Нижнем Новгороде в индустрии гостеприимства не хватает квалифицированных кадров / URL: http://newsnn.ru/news/2016/11/10/163503/ (дата обращения: 11.11.2016).

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ЛОГИСТИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ CARRFOUR (КИТАЙ) И WALMART (КИТАЙ)

Ли Хайтао

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

В данной статье рассматривается, сравнивается и анализируется логистическая деятельность предприятий Walmart (Китай) и Carrefour (Китай).

Несмотря на то, что в настоящее время доход от продаж Carrefour (Китай) превышает доход Walmart (Китай), по мере улучшения ситуации в экономике, по мнению автора, Walmart (Китай) будет иметь хорошие перспективы развития. Сравнительный анализ названных торговых сетей показывает направления повышения эффективности отечественных розничных компаний в процессе построения своей логистической деятельности.

В ходе нашего исследования мы проведем сравнительный анализ логистической деятельности двух крупнейших розничных сетей Walmart (Китай) и Carrefour (Китай). Дадим краткую характеристику исследуемым предприятиям.

Wal-Mart[4]– американская компания-ритейлер, управляющая крупнейшей в мире розничной сетью, действующей под торговой маркой Walmart. Штаб-квартира – в Бентонвилле, штат Арканзас, основана в 1962 году. Китай является рынком с огромным количеством возможностей. Wal-Mart вышла на китайский рынок и открыла свой первый гипермаркет и клуб Сэма в Шэньчжэне в 1996 году. До 31 декабря 2015 года Wal-Mart в Китае включает 433 розничных единиц, охватывающих 169 городов среди 19 провинций, 2 автономных района и 4 муниципальных образования, а также работают 9 распределительных центров и 11 новых центров сбыта продукции[5].

---

[4]Ссылки на источники: http://www.south-insight.com/walmart?language=ru

[5]Ссылки на источники: "История краха сети супермаркетов Wal-Mart в Китае"https://sinocom.ru/biznes-novosti-o-kitae/23483-istoriya-kraha-seti-supermarketov-wal-mart-kitae.html

Компания Walmart (Китай) вкладывала значительные инвестиции на строительство информационной системы с 70 гг. 20 века. На протяжении многих лет она расположила самые крупные гражданские спутники и системы управления базами данных во всем мире. Техническая поддержка главного штаба WalMart играет огромную роль в этом процессе.

Далее дадим общую характеристику компании Carrefour (Китай). Французская розничная есть Carrefour – крупнейший лидер в мире после американской компании Wal-Mart. По количеству магазинов (свыше 15 тыс.)[6] Carrefour занимает первое место в Европе и второе место в мире. Сеть имеет 4 формата: гипермаркеты, супермаркеты, дискаунтеры, магазины шаговой доступности.

Carrefour вышла на китайский рынок в 1995 г., открыв первый магазин в Пекине. Сегодня Carrefour представлен в 68 городах Китая и насчитывает 222 гипермаркета и 60 000 персонала[7].

В управлении логистикой Carrfour (Китай) не применяет централизованные поставки, а передает властные полномочия нижестоящим органам. Управленческой рамкой Carrfour (Китай) является четырехуровневая структура, т.е. «Штаб-квартира в Карфуре – 4 больших области – 10 зонирований – магазин». В такой структуре управления права магазинов расширяются, наблюдается относительно большая децентрализация полномочий.

Исследование процессов управления логистикой в компании Walmart (Китай) показало, что поставки груза выполняются путем использования централизованной закупки. Во всех магазинах отсутствует самостоятельное право на закупку товаров. Чтобы осуществить закупку, необходимо передать свою заявку в центр распределения, который собирает заявки, формирует заказы для отдельных магазинов, а затем осуществляет их поставку в магазины.

Компания Carrefour использует другой подход. Стратегией развития компании Carrefour является выбор местного персонала для управления магазинами и децентрализованных закупок. Таким образом, все магазины работают в основном с местными поставщиками, затраты на логистику являются относительно низкими, однако оборотной стороной такой организации логистики является частая смена поставщиков, что отрицательно влияет на время их отклика, скорость доставки товаров и контроль отношений с поставщиками.

Как видно из вышесказанного, обе модели организации логистической деятельности компаний имеют свои преимущества и недостатки, однако для

---

[6]Ссылки на источники: http://www.retail.ru/news/75570/
[7]Там же.

долгосрочного развития компании должны иметь отличное качество, низкий уровень запасов и стабильные поставки товаров. Без собственного распределительного центра трудно достичь этих целей. Кроме того, наличие логистического центра, как уже говорилось, позволяет на определенном этапе существенно снизить логистические издержки.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Официальный сайт компании Wal-Mart: http://www.wal-martchina.com
2. ГСУ (Государственное Статистическое Управление КНР) [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://www.stats.gov.cn/.
3. Сайт Китайкого донесения. [Электронныий ресурс] – Режим доступа: http://www.askci.com/news/201401/27/2715646199851.shtml.
4. Аналитический отчет исследований тенденций 2016 года китайскими магазинами [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://www.cninfo360.com/yjbg/wlhy/qt/20160707/458843.html. (Дата обращения 15.07.2016)
5. Доклад об изучении рынка логистики в Китае и его перспективах развития 2015 года [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://www.zaidian.com/show/01581213.html. (Дата обращения 07.2016)

СОСТОЯНИЕ РЕСТОРАННОГО БИЗНЕСА В РОССИИ И НИЖНЕМ НОВГОРОДЕ НА 2016 ГОД

Максимова А.А.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

По данным исследований за последние три года, количество посетителей кафе и ресторанов значительно увеличилось. Обедать и ужинать в предприятиях питания стало привычным делом практически для 20% жителей России. Сегодня ресторанный бизнес в России существует в трех нишах, неравных по количеству предприятий, это:

- рестораны быстрого обслуживания «fast-food»;
- рестораны среднего ценового уровня;
- рестораны высокой кухни.

Для развития российского ресторанного бизнеса характерен ряд сложностей, среди которых: недостаток в профессиональных кадрах, текучесть персонала, техническое несоответствие многих помещений под размещение предприятий питания, необходимость в получении большого количества согласова-

ний и прочей разрешительной документации для ведения деятельности, зависимость от продуктовой инфляции и конъюнктуры рынка.

Кроме потенциальных рисков, рестораторам приходится учитывать и тенденции экономики. Эксперты прослеживают зависимость между развитием заведений элитного или среднего ценового сегмента рынка общественного питания и развитием крупного или среднего (малого) бизнеса. По мнению многих рестораторов, успешными в грядущей перспективе будут сети ресторанов, работающие в демократичном ценовом сегменте и предлагающие на рынке услуги франчайзинга [1].

Из года в год растет спрос на выездное обслуживание банкетов и других торжеств (кейтеринг), что делает это направление общественного питания весьма привлекательным. Рынок кейтеринга в России освоен лишь примерно на 3-4%, а его потенциальный размер оценивается в 1,3 млрд евро. В России основными потребителями услуг кейтеринга являются корпоративные клиенты - их доля составляет 70 %.

Ресторанный рынок Нижнего Новгорода продолжает стагнировать. Ежегодно в городе открывается множество предприятий общественного питания различных типов, но примерно такое же их количество и закрывается. Как показало исследование, в основном вновь открывшиеся предприятия питания закрываются в течение первых двух лет. Одной из причин этого эксперты называют высокую арендную плату и высокие цены на продукты у поставщиков.

Ресторанный бизнес в России в целом и в Нижнем Новгороде в частности сегодня существует в трех нишах, неравных по объему и количеству игроков: элитные заведения высокой ценовой категории, рестораны среднего ценового сегмента и fast food. Точное количество ресторанов, существующих в Нижнем Новгороде, определить довольно сложно, но на обширном нижегородском ресторанном пространстве действует всего несколько крупных ключевых игроков - ГК «ПИР» («Спорт-бар», баварская пивная «Пирушка у Ганса», салун «Папаша Билли», чайхана «Тюбетейка», паб «Английское посольство», ресторан советско-кавказской кухни «Плакучая ива», итальянский ресторан «Ла Кантинетта», корчма «Веселая кума», модное кафе «Карамель»), ГК «Бизон и Ко» («Бизон», «Рок-бар», трактир «На улице», Pizza Vero), рестораторы Елена Борисычева («Купеческий», «Приют усталого тракториста»), Сергей Рубан («Виталич», «Аквариум», «Садко», Hunter House), Дмитрий Володин («Мишель», «Погребок Шато»), Семен Колодин («Дружкова кружка»), супружеская пара Сухановских («Робинзон»), Герман Иоффе («Тако», «Шанхай»), а

также непрофильный инвестор, мэр города Кстово господин Панов («Третьяковка», «Безухов», «Буфет») [2].

В Нижнем Новгороде особенно активно развивается сектор заведений среднего уровня, причем если одни заведения делают больший акцент на кухне, то другие - на развлекательных программах. Так появились рестораны национальной кухни («Тюбетейка», «Веселая кума», «Дружкова кружка»), пивные («АБС», «Бирмания», пивнушки-»Пирушки»), «культурные» («Третьяковка», «Буфет», «Безухов»), «по интересам» («Рок-бар»), «модные» («Карамель»), а также рестораны с необычным местом расположения. Последние дают своим посетителям возможность помимо прочего получить эстетическое удовольствие от созерцания вида города («Библиотека» на Большой Покровской) или поверхности воды (рестораны «на воде») [3].

Эксперты «КАПИТАЛИСТа» сходятся во мнении, что у ресторанного рынка в Нижнем Новгороде большое будущее. Сегодня появляется много предложений по системе франчайзинга. Со строительством новых торговых и развлекательных центров постепенно спадет напряженность с помещениями. Появились непрофильные инвесторы – те, для кого ресторанный бизнес идет в параллели с основным видом деятельности.

Таким образом, ресторанный рынок России и Нижнего Новгорода еще далек от насыщения. Основой для его развития является, прежде всего, уровень доходов населения, который в связи с финансово-экономической ситуацией последних лет снизился. В то же время емкость данного рынка еще достаточно велика. В ресторанном бизнесе отчетливо прослеживаются перспективы роста. А с увеличением количества предприятий питания различных форматов растет конкуренция.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Состояние и тенденции развития ресторанного бизнеса в современной России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://tgrb.vvsu.ru/science/analytics/article/article/10801594/sostoyanie_i_tendencii_razvitiya/

2. Рейтинг ресторанов в Нижнем Новгороде [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://nn.dk.ru/wiki/reyting-restoranov#ixzz3OK2EnZED

3. Весь Нижний Новгород [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.nn.all-gorod.ru

ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ РАСПРЕДЕЛИТЕЛЬНОГО ЦЕНТРА И ТОРГОВОЙ СЕТИ: ПРОБЛЕМЫ И ПУТИ РЕШЕНИЯ

Миловидова Л.В.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Розничные сети стремительно развиваются. На сегодняшний день доля сетей на рынке значительно превышает одиночные магазины. На начало 2016 года форматы имели следующие доли рынка [5]:

1) Традиционная торговля – 28%
2) Сетевая розница – 26%
3) ТОП-7 ритейлеров – 22,5%
4) Несетевая розница – 16,5%
5) Рынки – 7%

Именно поэтому предприниматели столкнулись с дилеммой: во что инвестировать зарабатываемые средства - в создание новых магазинов, которые будут приносить новую прибыль, или в строительство распределительного центра (РЦ), способного наладить и оптимизировать цепочку товароснабжения уже открытых магазинов.

Сети, отдавшие предпочтение интенсивному развитию, рационализировали товарные потоки на основе создания и функционирования распределительных центров. Сегодня собственные распределительные центры имеют в основном лидеры сетевого ритейла:

Магнит – 34 СРЦ [3];

1) X5 Retail Group – 21 СРЦ [1];
2) Дикси – 6 СРЦ [4];
3) Лента – 7 СРЦ [2];
4) Ашан – 6 СРЦ [4]

Поэтому были сформулированы основные функции этих центров:

1) Предоставление возможности центральному органу закупать крупные партии товаров для поддержания оптимального ассортимента в розничных магазинах. За счет этого достигаются минимальные закупочные цены, ускоряется оборачиваемость товарных запасов и рост розничных продаж;

2) Совершенствование торгово-технологических и складских операций с целью снижения эксплуатационных и других затрат;

3) Оптимизация транспортных потоков, снижение неэффективного использования транспорта;

4) Улучшение работы по контролю качества товаров, подтверждения соответствия (сертификация) и т. д. За счет того, что эти работы переносятся в РЦ сокращаются затраты на внутрихозяйственные нужды предприятий розничной торговли.

Хранение постоянного запаса товаров не является основной целью распределительного центра. Его главной задачей можно назвать накопление в течение короткого времени товаров от производителя или поставщика и их распределение и доставка по различным направлениям в магазины. Для данных складов важна скорость обработки поступающих материальных потоков, точность и своевременность выполнения инструкций от поставщика и получателя, т.е. магазина. РЦ можно сравнить с единым информационном центром, который получает и обрабатывает всю поступающую информацию об ассортименте и количестве товара, затем формирует заказы поставщикам, принимает заказанный товар и распределяет продукцию между торговыми точками.

Самостоятельную реализацию проектов РЦ компании объясняют прежде всего тем, что в России пока не сформировался рынок логистических услуг как таковой [6]. Количество профессиональных операторов достаточно мало, и их услуги, хоть и высокопрофессиональны, но слишком дороги. Кроме того, данные провайдеры покрывают не весь комплекс необходимых торговым сетям услуг. Так, многие операторы пока не берутся за работу с товарами с короткими сроками годности. В данных условиях собственный РЦ – единственный вариант для решения проблемы эффективной логистики.

Между тем все имеющиеся преимущества существуют при условии, что компания имела достаточно средств и профессионализма, чтобы эффективно организовать бизнес-процессы. Занимаясь непрофильными вопросами, розничные сети на самом деле не всегда могут проработать нестандартные ситуации, быстро реагировать на изменение конъюнктуры рынка и не всегда способны грамотно установить систему внутреннего контроля и управления. В результате этого случаются серьезные проблемы при выполнении складских операций, что приводит к задержкам и пропуску при выполнении заказов. Помимо выше сказанного, дополнительной проблемой РЦ является ориентированность на общий результат компании, который не учитывает показатели конкретных магазинов в отдельности, что приводит к отсутствию ассортимента в одном магазине и перетарки товаром в другом.

Для того чтобы повысить эффективность работы распределительного центра и сократить общие затраты, требуется установить систему автоматизации, благодаря которой возможно решить проблему, связанную с человеческим

фактором. При внедрении системы сокращается часть работников и остаются несколько диспетчеров. Сокращается время на обучение, поскольку знание об ассортименте не требуется. Система сама решает, что и где требуется взять.

Автоматизации системы делает процессы прозрачными, а это ведет к повышению качества контроля за рабочими процессами. Поскольку система довольно дорогая, важна ее окупаемость для автоматизации системы складских процессов. Внедрение такой системы влияет на сокращение логистических издержек, повышение эффективности бизнеса, а это, в свою очередь, способствует повышению конкурентоспособности компании на рынке.

Розничные сети являются двигателем развития торговли в целом, соответственно, развитие и создание собственных распределительных центров способствует снижению затрат на поставку товара, а это в свою очередь оказывает положительное влияние на ценообразование и на здоровую конкуренцию, а также на работу торговых сетей как в целом, так и разрезе конкретных магазинов. Но помимо создания СРЦ необходимо тщательным образом настроить их работу, чтобы исключить ошибки и наиболее полно удовлетворять запросы потребителей.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. АО «ДП Бизнес Пресс» 1993–2016// X5_retail_group открыла распределительный центр URL: http://www.dp.ru/a/2016/09/08/h5_retail_group_otkrila_r/
2. Журнал о рознице и инновациях // «Лента» открывает седьмой распределительный центр URL: http://www.retail-loyalty.org/news/lenta-otkryvaet-sedmoy-raspredelitelnyy-tsentr/ Официальный сайт компании ЗАО «Тандер» URL: http://magnit-info.ru/about/history/
3. Ритейлеру и поставщику //»Дикси»: «На доставку товара до магазина отводится 30 минут» URL: http://www.retail.ru/interviews/75599/
4. Чернозубенко П.Е. Обзор рынка FMCG по итогам 2015 года // Блок о маркетинге: Записки маркетолога 2005-2016. URL: http://www.marketch.ru/marketing_marginalia/obzor_rynka_fmcg_po_itogam_2015_goda/

СОВРЕМЕННЫЕ МЕТОДЫ ПРОДАЖИ ТОВАРОВ (УСЛУГ)

Потехин А.С.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Продажа товаров (услуг) в современном мире представляет собой отношения между продавцом и покупателем. Именно от построения этих отношений зависит прибыль организации и поэтому использование современных ме-

тодов продаж товаров (услуг) всегда остается актуальной темой для любого торгового предприятия [2].

На основе анализа практики реализации продаж можно выделить правило трех «П».

Первое «П» – понять, повторить. Первое, что необходимо сделать при продаже товаров (услуг), это услышать возражение клиента, понять его смысл, уловить информацию. При этом важно дать понять клиенту, что вы его услышали. Здесь применяется техника активного слушания. Можно также использовать эхо-вопрос – повторить слова клиента с вопросительной интонацией.

Второе «П» – поддержать, присоединиться. Мы даем положительную оценку мнению клиента. Слова вроде «Хороший вопрос» или «Как хорошо, что вы это заметили».

Третье «П» – продолжить. После того как мы поняли, о чем клиент возражает и показали, что слышим его, показали свое уважение мнения клиента, самое время продолжить, приводя аргументы, предоставляя клиенту недостающую информацию по товару (услуге).

Данное правило является эффективным инструментом при прямых продажах. Если используются «холодные» звонки или продажа через интернет, то в этом случае нужно использовать метод построения скриптов [3]. Скрипт – это высокоуровневый язык сценариев, программы, имеющей дело с готовыми компонентами. Скрипты в основном пишутся для менеджеров по продажам, в них описывается все возможные вопросы или возражения клиента. Менеджер по продажам на основании данного скрипта может, не задумываясь, отвечать клиенту, тем самым ликвидируя его возражения или четко отвечать на поставленный вопрос.

С учетом современного состояния экономики России большинство предпринимателей ежедневно сталкиваются с рядом проблем: увеличивается стоимость привлечения новых клиентов; неэффективность рекламы; уменьшение числа клиентов, рост конкуренции и др. Для их избегания предлагается использовать при продажах следующие методы:

№ 1. Продажа «статуса эксперта». Клиент должен воспринимать вас не как продавца, «барыгу», а как специалиста в своей области. На деле же всё не так очевидно. Если вы посмотрите на себя со стороны, то наверняка заметите, что на начальном этапе продажи пытаетесь сказать много лишнего: акции, специальные условия, ассортимент товара, гарантия качества и прочее. Умение задавать правильные вопросы и отвечать точными комментариями по специфике товара или ниши – вот что отличает эксперта от дилетанта. Возражения: «Доро-

го», «У других дешевле» — будут просто неуместны, когда вы уже на этапе продаж дадите человеку ценности в виде таких рекомендаций и предостережений, о которых он и подумать не мог до знакомства с вами.

№ 2. Вооружение. Любой дополнительный материал, сделанный качественно, является огромным подспорьем в разговоре с клиентами. В частности, маркетинг — на любую неловкую заминку, возникающую в диалоге, вы можете ответить «козырем» наподобие фотографий, благодарностей, реальных примеров вашей деятельности.

№ 3. Предложение. Призыв к действию катализирует само действие. Не бойтесь сами инициировать последующие шаги клиента на встрече.

№ 4. Назначайте повестку первыми. В начале коммуникации всегда предложите, как бы вы хотели выстроить разговор: кто сначала задаёт вопросы — а кто на них отвечает, кто предлагает варианты — а кто оценивает. Какое бы ни было общение, но тот, кто задаёт повестку, лидирует на протяжении всего диалога и в принципе управляет сутью взаимодействия.

№ 5. Указание цены. Забудьте о понятиях «дорого» и «дёшево», поймите, что вы не знаете реальную платёжеспособность клиентов и не способны её оценить заранее. Один из векторов развития — пытайтесь теми же усилиями продавать не то же самое в большом количестве, а теми же усилиями продавать более дорогой и качественный продукт. Растягивайте внутреннюю планку называния цен, постоянно увеличивайте стоимость и качество продукта.

№6. Система следующих шагов. Это методология организации рабочего времени, представляющая из себя идею того, что любой контакт с клиентом сводится к 3 возможным исходам: результат; отказ; перенос.

№7. Поиск идеальных решений. Что бы вы ни продавали, подбирайте лучшее решение для клиентов, при котором человек получит максимум пользы при минимуме затрат и усилий.

№ 8. Искренность. Все манипуляции, уловки, ухищрения, методы действуют только на людей, стоящих ниже вас по развитию. Когда вы пытаетесь навязчиво продавать, а не просто общаться с клиентом и быть полезным, перед вами закрывается возможность стать кем-то больше, чем «говорящей головой». Искренность и человеческая простота — это основополагающие качества современных продаж.

№ 9. Выделение важного и совершение нескольких попыток. Предлагается сформировать шкалу распределения внимания к потребителям в зависимости от таких критериев и показателей, как: формат обращения, бюджет, источник

заявки, примерная платежеспособность, статус и многое другое. Результатов не бывает без количества попыток и декомпозиции плана.

Таким образом, все современные методы продаж товаров (услуг) ориентируются на потребителей и зависят от психологии взаимоотношений между продавцом и покупателем [1].

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Гришина О.С. Клиентоориентированность как современная модель управления продажами /О.С. Гришина // Управление продажами. – 2015. – № 3. – С. 220–225.
2. Ручина Е.М. Методы стимулирования продаж в современной торговле / Е.М. Ручина А.Ф. Никишин // Инновационная наука. – 2015. – Т. 1. – № 5 (5). – С. 249–252.
3. Шевченко Е.В. Классификация и роль неценовых методов управления продажами в современной экономике / Е.В. Шевченко // В сборнике: Актуальные проблемы экономической теории и практики. Кубанский государственный университет; Под редакцией В.А. Сидорова. – Краснодар, 2015. – С. 59–67.

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ НЕПРОДОВОЛЬСТВЕННЫХ СЕТЕЙ В СЕГМЕНТЕ DIY

Прокофьев А.А.
Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Торговля непродовольственными товарами, а особенно строительными материалами, является сегодня одним из многих динамичных секторов экономики. Такой вывод можно сделать исходя из динамики общего оборота розничной торговли DIY в России 2005-2015 годов [2].

На наш взгляд, особую актуальность приобретает изучение непродовольственных торговых сетей в сегменте DIY, так как за последние годы эта доля рынка стремительно развивается, выходя на более высокие позиции по сравнению с другими сегментами. Для начала рассмотрим сущность и понятие сегмента DIY в рамках торговых сетей. Название сегмента DIY (или D.I.Y.) — это аббревиатура известного английского выражения Do It Yourself, то есть «Сделай это сам». Данный формат вместе с первыми торговыми сетями появился в Соединенных Штатах, Великобритании и других государствах Европы в 1950-е годы [7,1].

Основной целью настоящего исследования является проведение всестороннего анализа развития главных торговых сетей на рынке DIY в России.

На сегодняшний день под DIY сетями чаще всего подразумеваются строительные гипермаркеты, предлагающие широчайший ассортимент товаров – от сухих смесей до элементов декора, которые помогут человеку самостоятельно или с помощью профессионалов осуществить ремонт и обустроить свой дом или любую другую недвижимость.

Как правило, сегмент представлен большими магазинами, расположенными на окраинах города или в пригороде, с торговой площадью от 50м^2 для формата супермаркета и от 5000-10000м^2 – для гипермаркета. Ассортимент продукции насчитывает, как правило, от 10 до 30 тыс. позиций. Число касс составляет не менее 20. Проходимость варьируется от 4 до 6 тыс. человек за день [2].

Рынок строительных материалов на Западе сформировался 50-60 лет назад, когда впервые открылись магазины DIY, которые в настоящее время занимают до 50% рынка – супермаркеты и гипермаркеты. Вторую половину занимают магазины торговли образца Shop in shop (магазин в магазине). Количество DIY в европейских странах исчисляется уже не десятками, а сотнями. Сегодня DIY, то есть «цивилизованная розница» – это 70-80% всего строительного рынка в странах Западной Европы. Остальные 20-30% приходятся на открытые рынки, небольшие магазинчики «у дома» и отделы в неспециализированных магазинах. В России же, несмотря на бум последних лет, пропорция обратная – только около 20% рынка приходится на сетевую розницу [4].

В общем и целом важно отметить, что наибольшее количество международных и федеральных торговых сетей сконцентрировано в Москве. 97% международных сетей, вышедших на российский рынок, открыли свои магазины в столице. Доля федеральных сетей в Москве чуть ниже – 93% [5,6].

За 2012-2015 годы, согласно данным аналитических порталов и официальных сайтов торговых сетей сегмента DIY, наблюдается замедление региональной экспансии большинства глобальных и некоторых федеральных DIY - сетей (Castorama, OBI, HomeCenter, K-Rauta, «СуперСтрой») [7].

Логистика DIY-ритейла развивалась в 2012-2015 годах за счет строительства новых распределительных центров, автоматизации поставок и увеличения доли аутсорсинга за счет расширения предложения со стороны ведущих логистических компаний [7].

Перспективы, возможности и проблематику рынка DIY связывают как с положительными, так и с отрицательными явлениями. Первый фактор поддержки – небольшая зависимость от кредитов, т.к. в этой сфере они просто практически отсутствуют.

Второй положительный фактор – крупная часть товаров производится в России. Много рынков пострадает из-за девальвации рубля, т.к. мы можем наблюдать стремительный рост цен на электронику и технику, которая не производится в России.

К отрицательным факторам следует отнести снижение с начала 2016 года темпов ввода жилья на территории России (сокращение на 9,2%).

Если провести параллель между динамикой ввода жилья и динамикой оборота розничной торговли DIY, можно увидеть некую закономерность за последние 3 года. Можно сказать, что с уменьшением введения жилой площади уменьшается и спрос на товары рассматриваемого сегмента.

Лидерам рынка необходимо привлечь не только клиентов, которые вынуждены покупать их товар из-за его отсутствия и резкой необходимости, но и тех, кто не является, но может быть их потенциальным покупателем. Крупным компаниям необходимо становиться по максимуму клиентоориентированными, создавая наибольшие удобства и выгоду для приобретения их товаров.

Следует улучшать стратегию Online продаж, т.к. в наше время это чрезвычайно популярно, и важность наращивания активности в сети признают практически все ведущие DIY-ритейлеры.

В условиях спада на рынке ритейлерам необходимо обеспечить оптимизацию своих бизнес-процессов и сокращение затрат. Рассматривать вопросы уменьшения торговых площадей гипермаркетов и рассмотреть актуальность магазинов-складов. При детальном анализе это может существенно сократить издержки.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Шнорр Ж.П. Методика идентификации торговых сетей / Ж.П. Шнорр // Вестник Самарского государственного экономического университета. – 2013. – № 4 (102). – С. 148 – 152.

2. Волошина А.Ю. Глобальные розничные торговые сети как объект мегаэкономики / А.Ю. Волошина // Вестник Волгоградского государственного университета. Сер. 3, Экономика. Экология. – 2013. – 1 (22). – С. 216 -222.

3. Чкалова О.В. Формирование и развитие розничной торговой сети в мегаполисе. Монография / О.В. Чкалова; М-во экон. развития и торговли РФ. Нижегор. коммер. ин-т. Н. Новгород, 2003.

4. Васюткин А., Бурлов, Д. Розничные сети: степень исследования в России. Автор: компания «Магазин Магазинов» в ассоциации с CBRE – 2013, 23с.

5. Формат DIY: история, характеристика, товары и особенности - [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://www.rmnt.ru/story/service_renovation/371184.htm

6. Информационное агенство «INFOLine» [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://infoline.spb.ru

7. Першин, М. Исследование консалтинговой кампанией «Accenture» - «МЕГА АНАЛИТИКА: Покупатель 2013-2015» - 2013г., с 41 [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://www.b2bcg.ru/upload/Мега%20Аналитика_Покупатель%202013_Final_RUS1.pdf

ОСОБЕННОСТИ АССОРТИМЕНТНОЙ ПОЛИТИКИ МЕБЕЛЬНЫХ МАГАЗИНОВ В РАЙОННЫХ ЦЕНТРАХ НИЖЕГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ

Пугачёва Е. В.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Жители крупных городов имеют возможность приобретать мебель в специализированных магазинах, располагающих значительными площадями и широким ассортиментом. Поскольку количество продавцов мебели велико, им приходится конкурировать между собой, стремясь максимально повысить качество предлагаемого товара и услуг.

В несколько ином положении находятся жители небольших населенных пунктов области, особенно тех, которые располагаются на значительном расстоянии от областного центра. Их решение о покупке мебели определяется, во-первых, малым числом доступных торговых точек, во-вторых, иными запросами и финансовыми возможностями, чем у жителей крупных городов [1].

Цель статьи – рассмотреть особенности формирования ассортимента мебельного магазина в небольших районных городах Нижегородской области, прежде всего, в Урене.

Урень – районный центр, расположенный в 190 км к северо-востоку от областного центра. Таким образом, путь до Нижнего Новгорода и его магазинов составляет более 3 часов в одну сторону без учета пробок, пересадок, времени ожидания. Примерно такое же расстояние отделяет Урень от столицы Марий Эл.

Таким образом, большинство жителей Уреня и окрестных населенных пунктов, безусловно, предпочли бы возможность покупки мебели без утомительных поездок в центр, а также без необходимости дополнительно оплачивать поставку купленного товара на столь дальнее расстояние.

Впрочем, как показывает практика, жители удаленных от районного центра населенных пунктов (ст. Обход) предпочитают ездить в соседний город Шахунья, где приобретают все необходимое. Однако большинство все же пользуются торговыми точками в Урене.

Количество жителей в городе [2] на 2016 г. составляет порядка 13000 человек, а общая численность района - 28788 человек. Средний уровень зарплаты

в Уренском районе, по данным официального сайта администрации, в 2016 г. равен примерно 16 тыс. р., тогда как в Нижнем Новгороде работники получают в среднем 26 тыс. р. Таким образом, спрос на мебель в Урене неизбежно должен отличаться по своим характеристиками от нижегородского.

В городе Урене существует несколько мебельных магазинов. Это выбранный нами в качестве объекта исследования мебельный магазин «Татьяна» и магазины-конкуренты «Любимый дом» и «Мебель и интерьер» [3].

Главное преимущество магазина «Татьяна» по сравнению с конкурентами: бесплатная доставка по городу. Стоимость доставки по району зависит от удаленности того или иного населенного пункта.

Также для любителей изысканной и дорогой мебели действует предложение «мебель на заказ» с соответствующими отдельными образцами по каталогам, а у магазинов-конкурентов такая услуга отсутствует. Но выезд мастера на дом для замеров и подбора вариантов мебели по индивидуальному чертежу обходится клиенту на 10-20% дороже от обычной стоимости. Основные поставщики товара – предприятия из Йошкар-Олы и Нижнего Новгорода. Время доставки по индивидуальным замерам составляет до 30 дней. Стоимость мебели на заказ до 20% выше, чем у стандартного товара той же продуктовой линейки.

Большим спросом у потребителей пользуются диваны. Часто заказывают угловые шкафы в прихожую с зеркалами во весь рост и кухонные гарнитуры под размеры кухонь. Причем чем меньше кухня, тем больше открывающихся ящиков и дверей и наоборот. Наличие большого числа дверей приводит к повышению цены изделия.

Средний уровень цен на предприятии невысок: детские кровати – от 1700 р., кровати двуспальные – от 6500 р., шкафы – от 7500 р., диваны – от 9000 р., столы – от 2500 р. Это ниже, чем у конкурентов, т.к. предприятие приобретает товар непосредственно у производителей, а не на оптовых базах. В среднем отклонение по цене достигает 9 %. Таким образом, ассортимент рассчитан на тех, кто получает примерно среднюю заработную плату. Учитывая невысокий уровень доходов своих потенциальных потребителей, магазин (впрочем, как и его конкуренты) предоставляет возможность брать мебель в рассрочку.

Отрицательным моментом является отсутствие достаточного товарооборота. В магазине присутствуют невостребованные «застоявшиеся» образцы, а обновление ассортимента проводится недостаточно часто из-за существующих сроков доставки.

В целом ассортимент соответствует задаче магазина быть прибыльным в условиях невысокого платежеспособного спроса. Он включает ряд недорогих,

непритязательных позиций, способных быстро удовлетворить повседневные потребности клиента. Более основательные и дорогие покупки доступны «под заказ», что избавляет предприятие от риска, связанного с отсутствием спроса на конкретное изделие.

Предлагаемые варианты увеличения прибыльности магазина:

- возможное открытие магазина в соседнем районе с целью увеличения товарооборота, и, соответственно, уменьшение сроков ожидания товаров по заказам, появления дополнительной возможности по расширению ассортимента;

- создание своих информационных страниц в таких социальных сетях, как «В контакте», «Одноклассники», «Facebook» с целью дополнительного информирования потенциальных клиентов об обновлении ассортимента. Данное предложение особенно актуально, поскольку конкуренты предприятия ведут активную деятельность в сети (например, «3D-мебель»);

- проведение опроса среди покупателей с целью дальнейшего анализа слабых сторон и корректировки предлагаемого ассортимента;

Важно отметить, что примерно такая же ситуация характерна и для других районов севера области: Ветлужский, Варнавинский, Шарангский, Тонкинский и т.д. Таким образом, рекомендации по работе с ассортиментом во всех этих случаях могут быть одинаковы.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

5. Есипенко М.А. Особенности организации розничной сети в малых городах. – Бизнес в законе. Экономико-юридический журнал. – 2011. – №2. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа http://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-organizatsii-roznichnoy-seti-v-malyh-gorodah (Дата обращения 30.11.2016)

2. Население. Нижегородстат [Электронный ресурс]. - Режим доступа http://nizhstat.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_ts/nizhstat/ru/statistics/population/ (Дата обращения 30.11.2016).

3. Интернет-магазин мебели «Любимый дом» в Нижнем Новгороде [Электронный ресурс]. – Режим доступа http://nizhstat.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_ts/nizhstat/ru/statistics/population/(Дата обращения 30.11.2016).

ОСОБЕННОСТИ ПЛАТНЫХ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ В ВУЗЕ

Родионова Ю.В.
Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Самым распространенным подходом к определению и исследованию особенностей услуг в системе экономических наук является подход через выявление и актуализацию характерных для них признаков и свойств.

Особенности платных образовательных услуг включают три группы признаков-свойств.

К первой группе относятся признаки-свойства, характеризующие все виды услуг, включая и образовательные. Эти признаки даны в работах многих отечественных и зарубежных авторов [1–4]. Вторую группу признаков составляют особенности образовательных услуг: платных и бесплатных [5, 6]. Третья группа включает признаки – свойства платных образовательных услуг. Все группы признаков представлены в табл. 1.

Снижение рисков получения некачественной образовательной услуги, при ее неопределенности, является приоритетной задачей потенциального потребителя. Путями решения сложившейся проблемы для потребителя могут быть: уровень профессионализма и квалификации профессорско-преподавательского состава вуза, коммуникативная компетентность и стратегия взаимодействия преподавателей и персонала и даже месторасположение студенческих кампусов.

Так как услуга является неосязаемым объектом, то ее потребитель не может оценить ее качество до того момента, как он ее получит. В лучшем случае оценка качества будет произведена только после оказания услуги, а в худшем - при попытке применить полученные навыки и знания на практике. Типичным примером такой услуги являются программы среднего, полного и высшего образования (так как они рассчитаны на несколько лет).

Для преодоления неосязаемости образовательных услуг необходимо использовать следующие инструменты:

- Создание имени вуза через развитие его своеобразной торговой марки качества предоставляемых образовательных услуг.
- Разработка имиджевой политики.
- Широкое тиражирование информации о положительном профессиональном опыте выпускников.

- Подчеркивание конкретных выгод, получаемых потребителями образовательной услуги именно данного вуза.

Таблица 1 – Особенности платных образовательных услуг

1 группа	**2 группа**	**3 группа**
Нематериальность (неосязаемость) услуг	Результаты обучения невозможно гарантированно спрогнозировать	В выборе образовательной услуги участвует не только потребитель, но и заказчик
Несохраняемость услуг	Приобретенные образовательные услуги невозможно сохранить в первоначально полученном виде	Невостребованные платные образовательные услуги не приносят экономической выгоды
Нетранспортабельность услуг	Возможность предоставления образовательных услуг дистанционно	Современные технологии обучения позволяют преодолеть временные и пространственные ограничения и формировать группы
Негомогенность (неоднородность) услуг	Индивидуализация образовательных услуг	Присутствие эффекта ожидания со стороны потребителя в получении стабильного дохода от приобретенных знаний в процессе осуществления профессиональной деятельности
Интенсивность труда	Интенсивность интеллектуального труда как поставщика, так и потребителя услуг	Применение современных методов обучения и самообучения
Колебания спроса	Зависимость качества образовательной услуги от изменения ряда факторов (спроса на рынке труда, квалификации персонала, состояния материально-технической базы и других, непосредственно связанных с учебным процессом, элементов)	Отклик на запрос потребителя
Непостоянство качества	Большое влияние человеческого фактора на качество образовательных услуг	Наличие возможности осуществлять оценку качества платной образовательной услуги в период обучения

Проблему неотделимости образовательной услуги от непосредственных поставщиков (преподавателей) можно решить за счет распространения учебно-методических материалов (учебные и наглядные пособия). За счет визуализации учебного процесса снижается риск отказа потенциального потребителя от образовательной услуги.

Несохраняемость является главным фактором любой услуги, в том числе и образовательной. Это становится проблемой при попытке применения навы-

ков, полученных в ходе обучения. Но материализация и формализация полученной информации позволяет частично снизить эту проблему.

Ввиду многогранности информации, получаемой потребителем (наличие нескольких сменяющихся преподавателей в течение длительного времени), возникает проблема возможного непостоянства качества оказываемых услуг. Для этого во многих образовательных учреждениях выстроена система контроля качества услуг.

Не всегда возможный постоянный мониторинг качества услуг является эффективным средством в решении этой проблемы. Однако сегодня много возможностей для проверки качества услуг. Ими могут выступать:

- опросники потребителей и заказчиков;
- организация обмена мнениями на специализированных образовательных сайтах;
- организация обмена мнениями и отзывами потребителей образовательных услуг на сайтах самих образовательных учреждений и т.д.

Расширение рынка платных услуг в сфере образования полностью находится во взаимосвязи с потребительской привлекательностью услуг.

Потребитель, выбирая определенную платную образовательную услугу, руководствуется привлекательностью перечисленных выше признаков-свойств и их индивидуальным набором, которые оказывают сильное влияние на него.

Также динамическое развитие системы образовательных услуг осложняется особенностями, которые характерны для всех образовательных услуг. Частичным решением проблемы является использование различных маркетинговых стратегий и приемов менеджмента.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Балыхин Г.А. Управление развитием образования: организационно-экономический аспект / Г.А. Балыхин. М.: Экономика, 2013. 209 с.

2. Котлер Ф. Основы маркетинга: Пер. с англ. / Ф. Котлер; Общ. ред. и вступ. ст. Пеньковой Е.М. – М.: Прогресс, 1990. – 736 с.

3. Панкрухин А.П. Маркетинг образовательных услуг в высшем и дополнительном образовании: Учебное пособие / А.П. Панкрухин. – М.: Интерпракс, 2008. 467 с.

4. Lovelock Ch. Service Markrting. 3rd ed. Upper Saddle River. NJ: Prentice Hall, 1996.

5. Постановление Правительства РФ от 15.08.2013 №706 «Об утверждении правил оказания платных образовательных услуг» URL: http://47.rospotrebnadzor.ru (дата обращения: 18.10.2016).

6. Беляков С.А. Финансирование системы образования в России. М.: МАКС-Пресс, 2010. 304 с.

ГОСУДАРСТВЕННОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ТОРГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РОССИИ И ЗА РУБЕЖОМ

Синицын И.А.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Актуальность государственного регулирования торговли обусловлена её воздействием на общество, контрагентов. Так как возможности сетевой торговли предполагают торговлю очень большими партиями товаров, продавая их огромному кругу людей, возникает необходимость регулирования деятельности организаций сетевой торговли.

За рубежом первые законодательные акты, регулирующие антимонополизацию коммерческой деятельности, появились еще в 5 веке. Один из первых таких актов назывался «О монополиях, недозволенных соглашениях купцов, ремесленниках, подрядчиках и их хозяев». Законы, принятые в те времена, были направлены на недопущение создания монополий, а также на недопущение ценовых сговоров субъектов рынка. Общими аспектами всех законов о защите конкуренции была их общая направленность, которая сводилась к запрету монополизации коммерческой деятельности и запрет любых сговоров, которые приводили бы к ограничению коммерческих отношений. Например, в Германии основной закон о защите конкуренции действует с 8 июля 2004 года. Его основное положение говорит о том, что субъекты, нарушающие общепринятые нормы и правила, за действия, приведшие к созданию ущерба, могут быть привлечены к ответственности.

Основной закон, регулирующий торговлю продуктами питания в России, называется ФЗ «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации». Основная цель данного закона – обеспечение единства экономического пространства России путем установления требований к осуществлению торговой деятельности.

Основная проблема, с которой сталкивается государство и потребители, связанная с сетевой торговлей – монополизация сетевой торговли. Государство, в данном законе предусматривает ряд антимонопольных мер, направленных на субъекты, занимающиеся сетевой торговлей, а именно:

1. Объектам сетевой торговли запрещается создавать дискриминационные условия.
2. Запрещается навязывать контрагентам условия.
3. Запрещается осуществлять торговую деятельность путем договора комиссии [1].

Важно отметить, что в целях поддержки малого и среднего предпринимательства в России, в данном законе говорится, что хозяйствующий субъект не может приобретать площади в аренду и в собственность, если доля его товарооборота в субъекте РФ составила 25% и более за предыдущий финансовый год. Причем, если была совершена сделка по приобретению недвижимости, о ней может сообщить органам государственной власти любое заинтересованное лицо, в том числе исполнительные федеральные органы.

Контроль за исполнением закона осуществляет федеральный орган исполнительной власти (Федеральная Антимонопольная служба), а также его территориальные органы. В случае нарушений ФАС принимает меры согласно с ФЗ «О защите конкуренции».

Основной целью государственного контроля за деятельностью представителей продуктового рынка является соблюдение интересов общества в целом, защита социально незащищенных слоев населения, недопущение инфляции. Важнейший метод, позволяющий выполнять данную цель – контроль за ценообразованием в стране [2].

За рубежом государственный контроль ценообразования более развит, чем в России. Так, средний удельный вес контролируемых государством продуктов составляет 10-30%. Более подробно он представлен в таблице [4].

Таблица – Удельный вес контролируемых государством цен на продукты за рубежом

Страна	**Удельный вес товаров, на которые распространяется гос контроль ценообразования, %**
Австрия	10.00
Германия	40.00
Греция	20.00
Дания	5.00
Испания	10.00
Италия	30.00
Китай	30.00
США	10.00
Франция	20.00
Финляндия	40.00
Швеция	40.00
Япония	19.00

Таким образом, в данной статье были рассмотрены основные аспекты регулирования торговой деятельности государством. Как видно из статьи, регулирование данного вида деятельности началось ещё в древности, но оно до сих пор остается актуальным.

В России существует ряд законов, которые ограничивают деятельность субъектов рынка, а также существуют контролирующие органы. Помимо этого существует ряд товаров, цены на которые ограничены государством.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Закон Российской Федерации «Федеральный закон от 28.12.2009 № 381-ФЗ (ред. от 31.12.2014) «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации» (с изм. и доп., вступ. в силу с 09.01.2015)» от 28 декабря 2009 года № N 381-ФЗ // Российская газета.
2. Закон Российской Федерации «Федеральный закон «О защите конкуренции»« от 26 июля 2006 № № 135-ФЗ // Российская газета.
3. Постановление Правительства Нижегородской области «Постановление Правительства Нижегородской области «О внесении изменений в некоторые постановления Правительства Нижегородской области» « от 18 декабря 2013 № №963 // Официальный интернет-портал правовой информации. 18 декабря 2013 г.
4. Буханкин Г. Некоторые аспекты ценообразования за рубежом / Г. Буханкин // Планово-экономический отдел. 2012 год. №4.
5. Из чего складывается цена и кто её устанавливает // znaytovar.ru URL: http://www.znaytovar.ru/s/Iz-chego-skladyvaetsya-cena-i-kt.html (дата обращения: 17.03.2016).
6. Опыт ценообразования за рубежом // Ценообразование. Теория и практика URL: http://pricinginfo.ru/publ/praktika_cenoobrazovanija/mezhdunarodnyj_opyt/opyt_cenoobrazovanija_zarubezhom/23-1-0-87 (дата обращения: 17.03.2016).

ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ ТОРГОВЫХ ЦЕНТРОВ В РОССИИ И В МИРЕ

Соболева О.А.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

В настоящее время в мире насчитывается около 47 000 действующих торговых центров и большинство из них классифицируются либо как небольшие центры от 5 000 м^2 до 20 000 м^2, либо как средние по размеру центры, имеющие торговую площадь от 20 000 м^2 до 40 000 м^2.

Так, наибольшую среднюю площадь торговых центров имеет Китай, которая составляет 85 млн. кв. м. Со значительным отрывом идут Филиппины, у которых средняя площадь торговых центров составляет примерно 60 млн. кв. м., что на 30% меньше, чем у Китая. Третье место принадлежит Чили, средняя торговая площадь которого чуть меньше 59 млн м^2, т.е. на 31% меньше, чем у лидера. В десятку входят такие страны, как Таиланд, Тайвань, Перу, Мексика,

Болгария, Россия, Вьетнам. Самую маленькую среднюю торговую площадь имеют такие страны, как Мальта, Нидерланды и Норвегия [1].

Таким образом, можно сделать вывод о том, что средний размер торгового центра в ведущих странах мира составляет около 20 000 м^2, а в Китае почти на 77% больше – 85 000 м^2. Примечательно, что развивающиеся регионы Азии и Латинской Америки имеют самые большие средние размеры центров – 53 000 м^2 и 29 000 м^2 соответственно. В более развитых странах Европы и США/Канады средняя торговая площадь значительно ниже, чем в странах Азии и Латинской Америки, и составляет 21 000 м^2 и 18 000 м^2 соответственно.

ьольшая насыщенность торговыми центрами – в Люксембурге, здесь на 1000 жителей приходится 625 м^2. Второе место занимают Нидерланды – 517 м^2, третье место у Ирландии – 478 м^2. Меньше всего насыщены торговыми центрами такие страны, как Греция, Украина и Сербия, у которых на 1000 жителей приходится 78, 60 и 52 кв. м соответственно[2].

Сделаем расчеты насыщенности Европы в целом, Западной и Восточной Европы и сравним эти показатели с данными России.

$Н_{Европы}$=202 м^2

$Н_{З.Европы}$=262 м^2

$Н_{В.Европы}$=137 м^2

$Н_{России}$=129 м^2

Таким образом, Россия уступает большей части европейских государств по обеспеченности качественными торговыми площадями.

Если сравнивать насыщенность по крупным городам Европы, то Москва и Санкт-Петербург также не являются лидерами, значительно уступая Варшаве, Праге, Стокгольму и Парижу.

Проведем анализ насыщенности торговыми площадями в городах-миллионниках России, результаты представим в табл. 1.

Таблица 1 – Насыщенность в городах-миллионниках России на 2015 г.

Города	**Население города на 2015 г., чел.**	**Торговая площадь, 2015 г., кв. м.**	**Число торговых центров, шт.**	**Насыщенность, кв. м/1000 чел.**
Краснодар	853 800	1 306 300	19	1 530
Екатеринбург	1 428 100	1 737 000	26	1 216
Самара	1 171 820	1 221 600	14	1 042
Уфа	1 110 900	1 144 700	19	1 030
Ярославль	606 700	886 070	9	966
Москва	12 325 300	10 106 740	329	820
С.-Петербург	5 191 700	4 230 000	83	815

Из рассматриваемых городов более насыщенным торговыми площадями стал Краснодар, имея 1 530 м^2 на 1 000 человек. Здесь крупнейшими торговыми центрами являются: «СБС Мегамолл» (180.4 тыс м^2), «Красная Площадь Краснодар» (178 тыс. м^2) и «ОЗ Молл» (227 тыс. м^2). Второе место занимает Екатеринбург, где на 1 000 человек приходится 1 216 м^2, что на 314 м^{2}меньше, чем у Краснодара. Крупнейшие торговые центры – «GagarinMall» (300 тыс. м^2), «Гринвич» (265 тыс. м^2) и «Мега Екатеринбург» (127 тыс. м^2). Третье место принадлежит Самаре – 1 042 м^2 на 1 000 человек. «Good'Ok» (245 тыс. м^2), «Аврора Молл» (180 тыс. м^2) и «Московский» (140 тыс. м^2) являются самыми крупными торговыми центрами Самары [3].

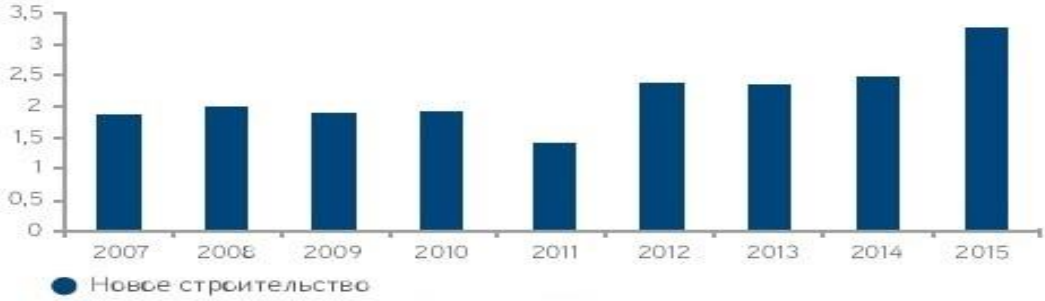


Рис. 1 – Динамика строительства торговых центров в России

Рассматривая динамику строительства новых торговых центров, представленных на рис. 1, можно отметить, что активное развитие началось с 2012 г., а в 2015 г. наблюдается пик развития. Большинство новых торговых центров было открыто в городах с численностью населения менее 1 млн человек, что указывает на тренд смещения девелоперской активности из «миллионников» в менее крупные российские города. Например, в начале 2015 г. были открыты ТРЦ «ПАРМА» в Сыктывкаре и ТРЦ «ИТАЛМАС» в Ижевске, ТРЦ «Атолл» в Кстове, ТЦ «ЦУМ» в Глазове и др. Наиболее крупным региональным объектом, введенным в эксплуатацию в начале 2015 г., стал ТРЦ «СпешиLove» в городе Пермь [4]. Всю эту информацию можно представить в виде диаграммы (рис. 2).

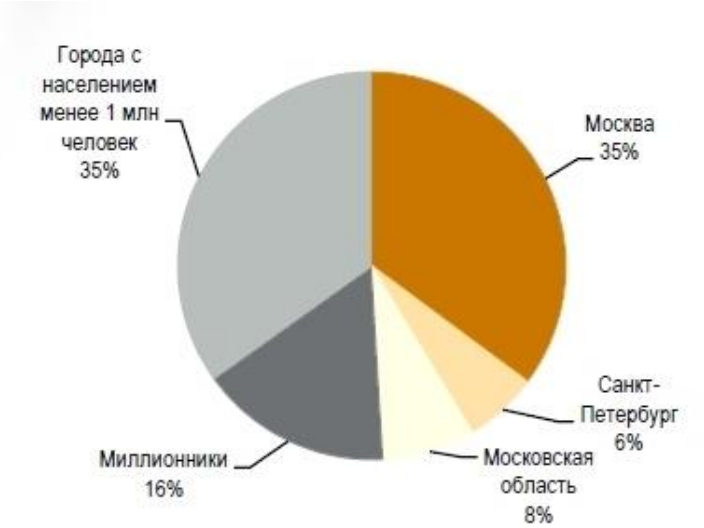


Рис. 2 – Распределение площадей торговых центров, строящихся в России

Таким образом, исследование развития торговых центров в России и в мире показало, что в течение последних 5 лет произошли значительные изменения в развитии торговых центров по всему миру. В настоящее время продолжают развиваться и адаптироваться разные формы розничной торговли. Девелоперы, ритейлеры и инвесторы будут сталкиваться с трудностями, поскольку все большее развитие получает электронная коммерция, которая выходит на первый план. Другая проблема состоит в том, что рынок уже насыщен большей долей традиционных центров, поэтому необходимо строительство таких центров, в котором будут преобладать новые разработки. Так, например, история аутлет-центров, стрип-моллов, ритейл-парков в США, Канаде, Западной Европе насчитывает уже почти полвека. В России современные торговые центры появились только в середине 1990-х гг. и большинство из них являются типичными торгово-развлекательными центрами. А такие торговые форматы, как аутлет-центр, ритейл-парк, эффективно и успешно работающие на западном рынке, на российском рынке слабо развиты.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ*:*

1. Торговые центры России [Электронный ресурс] – URL: http://www.malls.ru (дата обращения: 12.10.2016)

2. Отчеты о рынке коммерческой недвижимости. Global Shopping Center Development Report - spring 2014. [Электронный ресурс] – URL: http://www.cushmanwakefield.ru/ru-ru/research-and-insight/2014/european-shopping-centre-development-report-april-2014 (дата обращения: 12.10.2016)

3. Торговые центры России. [Электронный ресурс] – URL: http://www.shopandmall.ru/torgovye-centry (дата обращения: 12.10.2016)

4. Данные аналитической компании ««INFOLine»«. [Электронный ресурс] – URL: http://infoline.spb.ru (дата обращения: 12.10.2015)

ПРОБЛЕМА НАХОЖДЕНИЯ ПЕРСПЕКТИВНОЙ РЫНОЧНОЙ НИШИ В СФЕРЕ УСЛУГ ФИТНЕС-ЦЕНТРОВ

Султанова Ю.Р.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

В настоящее время предпринимательство играет важную и все более возрастающую роль в российской экономике. Предпринимателей с каждым годом становится больше, ужесточается конкуренция в сфере услуг, имеет место усиление монополистических тенденций, приход на рынок торговых сетей, возникают проблемы нахождения перспективной рыночной ниши в сфере услуг [1].

Актуальность данной темы заключается в том, чтобы в условиях кризиса, когда уменьшаются реальные доходы населения, найти такую рыночную нишу, которая характеризуется устойчивым потребительским спросом.

Предпринимателю приходится искать новые ниши, где товары или услуги предпринимателя будут востребованы, где уровень конкуренции будет несколько ниже. Для того чтобы добиться этой цели, предпринимателю необходимо обладать не только продуктивным воображением, мотивационно-волевыми коммуникативными качествами, а также развитым мышлением, образованием, интуицией, энергичностью, хорошим здоровьем, он должен еще владеть информацией и быть готовым к внезапным изменениям в экономике. Предприниматель должен постоянно отслеживать изменения рыночной конъюнктуры и потребительского спроса. Современное предпринимательство характеризуется использованием новейших информационных технологий. Появляются новые виды предпринимательской деятельности: интернет-магазины, индивидуальные предприятия с использованием личных талантов и умений [2].

В настоящее время большую роль в выборе предпринимателем рыночной ниши играют психографические признаки сегментирования потребителей, в частности, образ жизни. В настоящее время физическая культура (спорт) становится важным элементом жизнедеятельности каждого человека, становится социокультурной нормой. Из Федеральных статистических наблюдений видно, что число занимающихся по разным видам спорта, в разных возрастных категориях с каждым годом увеличивается. Это является свидетельством роста ответственности потребителей за свое здоровье, желания вести здоровый образ жизни, регулярнее заниматься спортом в спортзалах.

В 2014 году численность занимающихся физической культурой и спортом составила: в возрасте до 14 лет - 137802 человек, с 15-17 лет - 261661, от 18-29

лет- 1048291, с 30-59 лет- 1049965, 60-79 лет- 89786 человек, старше 80 лет число занимающихся составило – 2757 человек [3].

Исследования в 2015 году свидетельствуют, что россияне стали больше заниматься спортом. В возрасте до 14 лет число занимающихся спортом в фитнес-клубах составило 159647 человек. При этом среди респондентов в возрасте от 15 до 17 лет 154504 человек регулярно занимаются спортом, среди молодежи от 18-29 лет набралось 1408597 человек, 30-59 лет 1550254, 60-79 лет 135516, старше 80 лет число занимающихся физической культурой составило 4894 человек. В целом на сегодняшний момент россияне гораздо выше оценивают общую ситуацию в сфере физкультуры и спорта, чем 7 лет назад (59% по сравнению с 42% десять лет назад) [3].

Все это привело автора к мысли открыть кабинет функциональной диагностики при фитнес-клубах. Предлагаемая услуга – это диагностика состава тела человека путем проведения биоимпедансного анализа на специальном приборе-анализаторе «АВС-01 Медасс», разработанном отечественными учеными. [4].

Для того чтобы оценить перспективность данной бизнес-идеи, автором был проведен SWOT-анализ, основные результаты которого представлены ниже. К сильным сторонам данного направления можно отнести востребованность услуги, получение быстрого, точного результата исследования по приемлемой цене, необязательность медицинского образования, широкие возможности для внедрения инновационных идей, невысокая капиталоемкость бизнеса, относительно низкая конкуренция. К слабым сторонам можно отнести относительно высокую степень ограниченности сегмента, необходимость постоянного продвижения услуги, сильную зависимость от имиджа фитнес-клуба и др.

Для реализации потенциальных возможностей развития данного вида бизнеса, на наш взгляд, необходимо постоянно работать с тренерами, расширять перечень предлагаемых услуг, повышать клиентоориентированность бизнеса. В этом случае можно ожидать сохранения завоеванных позиций и повышения доходности предприятия.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Ефремова М.В. Анализ российского рынка фитнес-услуг / М.В. Ефремова, О.В. Чкалова, Т.К. Бошман // Экономический анализ: теория и практика. – 2015. – №21 (420). – С. 25–37.

2. Мухарлямова А.Ю. Анализ образа предпринимателя в современном обществе / А.Ю. Мухарлямова, К.А. Холуева // Современные проблемы науки и образования. – 2014. – №3. – С. 14–16.

3. Министерство спорта Российской Федерации. Статистическая информация// http://www.minsport.gov.ru/sport/physical-culture/statisticheskaya-inf (дата обращения 09.11.2016).

4. Николаев Д.В. Состав тела и биоимпендансный анализ в спорте / Д.В. Николаев, С.Г. Руднев // Спортивная медицина: наука и практика. – 2012. – №2. – С. 34–41.

СЕРВИСЫ ДОСТАВКИ ГОТОВЫХ БЛЮД: ПОЗИЦИЯ НА РЫНКЕ И ОСОБЕННОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ

Таразанов А.Д.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

В современных условиях динамичного развития сферы услуг на российском рынке все активнее занимают свою нишу предприятия общественного питания быстрого обслуживания, а именно различные рестораны и сервисы, занимающиеся доставкой еды по адресам клиентов [1]. Рынок услуг можно рассматривать как множество покупателей, имеющих свои личные запросы и потребности, и продавцов, стремящихся к повышению прибыли за счет наиболее полного удовлетворения запросов клиентов.

Известный маркетолог Филип Котлер дает также и такое определение рынка: рынок – совокупность существующих и потенциальных покупателей товаров [2]. Круг покупателей готовых блюд составляют корпоративные клиенты, организующие питание сотрудников во время рабочего дня, а также во время проведения корпоративных мероприятий, люди, не имеющие времени на приготовление пищи дома и те, кто желает попробовать оригинальные блюда, не затрачивая ресурсов на освоение рецепта и способа приготовления пищи.

Сервисы доставок готовых блюд занимают определенную нишу на рынке товаров и услуг и имеют как общие черты с другими сферами рынка, так и свои собственные характерные особенности:

- чаще всего в рамках отдельного предприятия реализуется полный цикл производства и реализации продукции;
- высокая конкуренция между предприятиями приводит к высоким темпам развития маркетинговой политики и совершенствования оказываемых услуг;
- высокие требования к системе логистики: необходима своевременная реакция поставщиков ингредиентов и максимально быстрая реакция операторов обработки заказов и непосредственно службы доставки.

Полный цикл производства и реализации предполагает собой набор этапов хранения, обработки, приготовления, а также получения заказов, непосредственно доставки продукции и получения обратной связи. Наиболее затратными для предприятия этапами производства продукции являются хранение, обработка и приготовление блюд, т.к. для этого требуется оборудованное помещение, соответствующее жестким нормам [3], а также обученный персонал, допущенный для проведения работ по приготовлению пищи. С другой стороны, организация этапов деятельности, связанных с реализацией, позволяет получить преимущества в конкурентной борьбе за счет:

- меньшего времени прохождения заказа и, как следствие, снижения времени ожидания потребителя;
- быстрого отклика на меняющиеся предпочтения потребителей;
- формирования определенного имиджа предприятия, бренда, способного уже самостоятельно формировать предпочтения покупателей.

Особенности рынка сервисов доставок готовых блюд определяют также и проблемы, с которыми сталкиваются предприятия этой сферы рынка. В процессе функционирования предприятия может возникнуть ряд проблем: отсутствие компонентов блюда уже после получения заказа кухней, потери заказов при сбоях в работе колл-центра или онлайн-формы заказа, большое время ожидания курьера при сложной ситуации на дорогах города, отсутствие сдачи у курьера при оплате полученного заказа и др. Эти проблемы взаимосвязаны и требуют систематизированного подхода к решению.

Одним из вариантов решения проблем, возникающих в ходе функционирования предприятия на любом этапе протекания бизнес-процессов, является внедрение всеобъемлющей единой производственной системы, направленной на усовершенствование всех составляющих работы организации с учетом требований покупателя. Целью внедрения подобной системы является ориентирование каждой из операций производственной цепочки на удовлетворение потребностей следующего звена:

- Своевременная доставка еды соответствующего качества (внешний вид, температура, вкусовые качества);
- Быстрая обработка информации оператором приема заказов и передача заказа в цех;
- Мгновенная реакция поставщиков ингредиентов на меняющиеся требования заказчика – производителя продукции.

Внедрение производственной системы на предприятии проходит в несколько этапов. В первую очередь необходимо провести оценку текущего со-

стояния выполнения всех операций, которые составляют производственный цикл. В оценку текущего состояния входит описание процесса, время выполнения операции – максимальное и минимальное, а также анализ причин нестабильности работ.

Далее следует этап усовершенствования процессов – устранение неполадок в работе оборудования, изменение рецептуры блюд, смена поставщиков; это этап, после которого целесообразно провести мониторинг показателей, полученных в ходе оценки текущего состояния, чтобы оценить эффективность привнесенных новшеств.

Следующий этап – стандартизация процессов. Стандартизация необходима для того, чтобы обеспечить обучаемость персонала, прозрачность и управляемость процессов предприятия и стабильность в обслуживании.

Стоит отметить, что процесс внедрения производственной системы цикличен, и после стандартизации через какое-то время целесообразно провести вновь оценку текущего состояния и внести изменения, которые помогут сделать работу предприятия еще более эффективной. Улучшения формируют положительный образ фирмы и влияют на культуру задействованного персонала.

Одновременно с развитием производственной системы предприятия в связи со спецификой деятельности необходимо также совершенствовать маркетинговую систему. В основе успешного маркетинга лежит сбор и обработка необходимой информации о ситуации на рынке, новых видах продукции, пожеланиях покупателей и маркетинговой стратегии конкурентов: опросы покупателей в соцсетях и через форму заказа на сайте фирмы, организация акций и анализ отклика потребителей на проводимые акции и скидки, а также контрольные заказы от тайных покупателей, которые способны выявить узкие места в системе работы сервиса.

В целом стоит отметить, что несмотря на то что сервисы доставок еды занимают все более значительную долю рынка общественного питания, эта сфера рынка изучена не так полно. Этот вопрос актуален и требует дальнейшего более детального изучения.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Маркетинг РБК; исследования по отраслям – Электронный ресурс http://marketing.rbc.ru/news_research/05/02/2014/562949990467913.shtml

2. Котлер Ф. Основы маркетинга / Ф.Котлер. – М.: Вильямс, 2015. – С. 53.

3. СанПиН 2.3.6.1079-01 «Санитарно-эпидемиологические требования к организациям общественного питания, изготовлению и оборотоспособности в них пищевых продуктов и продовольственного сырья»

ТЕНДЕНЦИИ СОВРЕМЕННОГО РАЗВИТИЯ ТОРГОВЛИ В НИЖЕГОРОДСКОМ РЕГИОНЕ

Черняк А.Л.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Торговля является одним из быстрорастущих сегментов российской экономики. Данный рост обусловлен развитием внутренней экономики страны с учетом политики импортозамещения. Говоря о Нижегородской области, следует подчеркнуть, что торговля – одна из наиболее динамично развивающихся и бюджетообразующих отраслей экономики [1]. В ней, как ни в одной из других отраслей, наблюдается высокая конкуренция, предпринимательская и инвестиционная активность.

За январь-июль 2016 года торговый оборот в Нижегородском регионе показал устойчивый рост на фоне стагнации или падения в целом по стране. Нижегородская область заняла первое место в ПФО (Приволжском федеральном округе) по темпам развития оптовой и розничной торговли.

Так, оптовая торговля региона, по материалам Росстата, взяла в оборот 319 миллиардов рублей за семь месяцев 2016 года, превысив прошлогодний уровень почти на четверть. Для сравнения, в Москве за тот же срок показатель упал на 3 процента, в Татарстане – на 1 процент, в Кировской области – на 4 процента, в Марий Эл – на 11 процентов. Общероссийский прирост составил 5,8 процентов, а по ПФО – 1 процент. По данным статистики, существенно выросли оптовые продажи рыбных консервов (на 85,3%), консервов из мяса животных и птицы (на 65,3%), муки (на 59,7%), мяса домашней птицы (на 24,2%), рыбы и рыбных продуктов (на 16,7%), сыров (на 11,3%).

Оборот розничной торговли в регионе, по данным статистики, за семь месяцев года составил 375,9 млрд руб., увеличившись по сравнению с январем-июлем 2015 на 1,1 процента. При этом в среднем по России розничная торговля сбавила обороты на 5,5 процента, а по Приволжскому федеральному округу – на 4 процента. Для сравнения, в Москве падение составило 12,5 процентов, в Санкт-Петербурге – 1,7 процента, в Татарстане – 2,2 процента [3].

Одну из причин роста торговли в нашем регионе можно увидеть в том, что в условиях недавнего введения эмбарго на импорт некоторых продовольственных товаров в Россию, в Нижегородской области весьма успешно реализуется областная целевая программа «Покупайте нижегородское». Программа работает с 2008 года и приносит заметные результаты в современных условиях.

Во многом благодаря ей нижегородский продовольственный рынок устойчив и насыщен, а нижегородские товары признаны и пользуются спросом не только в области, но и за ее пределами.

В рамках программы «Покупайте нижегородское» в прошлом году проведена 81 ярмарка «Покупайте нижегородское». Во многих супермаркетах и мелких продовольственных магазинах нижегородская продукция помечена ярким ярлыком «Покупайте нижегородское» (например: Городецкая и Шахунская молочная продукция, мясная продукция из г. Лысково и т.д., которые пользуются огромным спросом у потребителей.

Кроме того, глава региона Валерий Шанцев в начале 2015 года дал поручение открыть в Нижегородской области сельскохозяйственные ярмарки выходного дня, так как по его словам «такие ярмарки призваны методом конкуренции снизить общий уровень цен на продукты питания в регионе». Следует отметить, что на территории г.Н.Новгорода в течение года, начиная с марта, уже было организовано 16 торговых площадок, на которых еженедельно работали ярмарки выходного дня по продаже продовольственных товаров сельхозтоваропроизводителями и предприятиями пищевой и перерабатывающей промышленности Нижегородской области.

Данный вопрос в 2016 году стал особо актуальным не только потому, что увеличение доли нижегородских товаров в общем обороте организаций торговли благоприятным образом влияет на ценовую ситуацию в регионе, но и по причине замены импортных аналогов, в связи с введением на территории Российской Федерации специальных экономических санкций со стороны Евросоюза.

Еще одну причину роста торговли в нашем регионе можно увидеть в том, что жить в Нижегородской области, по данным Росстата, дешевле, чем в среднем по России. Стоимость фиксированного набора товаров и услуг в июне 2016 года в регионе была на 3,3 процента ниже, чем в среднем по стране (13 413,6 рублей против 13 863,5 рублей) [2].

Таким образом, анализ торгового рынка Нижегородского региона позволил выявить положительные тенденции в его развитии на общероссийском рынке. Среди региональных торговых фирм постоянно растет конкуренция, в то время как национальные и международные компании все больше и больше завоевывают нижегородский рынок.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Идрисов Г. Условия торговли и экономическое развитие современной России / Г. Идрисов, Ю. Пономарев // Экономическая политика. – 2015. – Т. 10. – № 3. – С. 7–37.

2. Кадацкая Д.В. Проблемы развития розничной торговли России на современном этапе развития экономики / Д.В. Кадацкая, О.А. Глазунова, С.Н. Чернышова // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. – 2014. – № 4(52). – С. 275–281.

3. Цены на продукты питания в Нижегородской области [Электронный ресурс] – Режим доступа: www.nnov.kp.ru/online/news/2197499/

КЛИЕНТООРИЕНТИРОВАННЫЙ СЕРВИС В ТОРГОВЛЕ

Шалаева М.В.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Концепция клиентоориентированности является одной из ключевых в теории маркетинга: во-первых, как элемент ориентации компании на рынок и, во-вторых, как существенный драйвер результативности бизнеса. Экономический эффект от создания и внедрения компаниями клиентоориентированного подхода изучается исследователями начиная с 1990-х гг.

На развивающихся рынках, в частности, в странах БРИКС, а также включая и российский рынок, наблюдается возрастающий интерес, вызываемый вопросами, связанными с клиентоориентированностью.

Компании на российском рынке находятся в условиях растущей конкуренции и им все чаще приходится менять свои стратегии ведения бизнеса, поэтому они вынуждены применять новые подходы для привлечения и удержания клиентов.

В настоящее время нестабильность экономической ситуации на российском рынке является особым вызовом при реализации клиентоориентированности и этот факт для компаний является причиной сокращения затрат и поводом оптимизировать свою деятельность, при этом оставаясь конкурентоспособными.

В сложившейся ситуации для многих компаний необходимость формирования и внедрения клиентоориентированного подхода является неизбежной, но при этом немаловажно дать точные ответы на вопрос о том, какие механизмы следует внедрить для оценки и повышения уровня ориентации на клиента.

При изучении существующих концепций и практик маркетинга отмечается их значимость в контексте развивающихся рынков, и многие исследователи подчеркивают необходимость учета особенностей их институциональной среды для адаптации как теоретических, так и эмпирических инструментов, применяемых на практике.

Специфика российского рынка во многом повлияла на выводы в работах многих российских авторов как среди теоретиков, так и среди практиков, которые основаны на эмпирических исследованиях, о расхождении пониманий концепций и маркетинговых практик. Например, практические инструменты для измерения клиентоориентированности, предложенные в 1990-е гг., используются в настоящее время как основа для исследований клиентоориентированности в России. Однако вопрос возможности применения концепций и инструментов, разработанных для развитых рынков, становится одним из основных и требует проверки их надежности и достоверности, а также выявления необходимости адаптации с учетом понимания данных концепций и практик на развивающихся рынках.

Рассмотрение клиентоориентированности основано на одном из основополагающих подходов, который заключатся в ее трактовке в рамках более широкой концепции рыночной ориентации. Действительно, как теоретические, так и операционные определения этих концепций близки и частично совпадают. Например, согласно исследованию А. К. Коли и Б. Дж. Яворски [1], ориентация на рынок включает в себя деятельность по изучению текущих и будущих потребностей клиентов и факторов, влияющих на них, распространение полученных знаний внутри компании и участие сотрудников всех отделов компании в удовлетворении нужд потребителей. Таким образом, рыночная ориентация охватывает три процесса: создание «рыночной логики», распространение «рыночной логики» и ответную реакцию.

Дж. С. Нарвер и С. Ф. Слейтер [2] включают в понятие рыночной ориентации три компонента: ориентацию на клиента, ориентацию на конкурентов и межфункциональное взаимодействие.

Р. Дешпанде, Дж. Фарли и Дж. Ф. Вебстер [3] рассматривают клиентоориентированность как самостоятельное понятие, аналогичное понятию рыночной ориентации. Объясняется такой подход следующим: 1) термин «рынок», согласно Ф. Котлеру и К. Келлеру [4], охватывает всех возможных клиентов компании; 2) ориентация на конкурентов может быть полностью противоположна ориентации на клиентов при фокусировании компании лишь на сильных сторонах конкурентов и игнорировании неудовлетворенности потребителей.

Ж. Ж. Ламбен [5] трактует рыночную ориентацию шире и включает в ее определение больше составляющих. Ориентация на рынок рассматривается как философия бизнеса с ориентацией на всех участников рынка и на все уровни организации. В рамках этого подхода выделяются пять участников рынка: потребители, дистрибьюторы, конкуренты, влиятельные лица и макромаркетин-

говая среда. Компания, ориентированная на рынок: 1) выделяет человеческие и материальные ресурсы для сбора информации обо всех участниках рынка; 2) разрабатывает свои действия на основе полученной информации; 3) задействует в реализации планов действий все уровни организации.

На основании этого можно увидеть, что понятие «клиентоориентированность» трактуется и воспринимается в одних работах как один из компонентов рыночной ориентации, а в других исследованиях представляется как некий ее аналог и в дальнейшем как самостоятельное понятие.

Рис. 1 – Ориентация российских компаний на клиента, 2015 г. [6]

Единого подхода к его определению не существует, но, несмотря на это, в основании всех трактовок данного определения лежат понимание и учет потребностей клиента, осознание первостепенной значимости клиента во всех процессах деятельности компании.

Таким образом, для клиентоориентированной компании целью будет являться долгосрочное создание добавочной ценности для потребителя, отвечающей его текущим и будущим потребностям. Первый путь будет заключаться в увеличении ценности для потребителя по отношению к его затратам, а второй будет направлен на уменьшение затрат потребителя на получаемую им ценность.

Объективно оценить степень клиентоориентированности компании могут только ее клиенты. Клиентоориентированность рассматривается как оценка клиентом видимой части деятельности компании. Какими бы ни были усилия компании в попытке стать клиентоориентированной, результат зависит от того, как клиент оценивает ее клиентоориентированность. Предполагается, что клиентоориентированность связана со многими факторами, характеризующими компанию, такими как: корпоративная культура, видение, ценности и миссия компании, убеждения и действия руководства компании, взаимодействия между подразделениями, инновационная деятельность в компании, взаимоотношения с партнерами в цепочке создания ценности для потребителя.

Таким образом, проблематика понимания сущности клиентоориентированности в контексте российского рынка зачастую выражается в декларируемом характере ориентации российских компаний на рынок и на клиента.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

Kohli A.K. Market Orientation: The Construct, Research Propositions, Managerial Implications / A.K. Kohli, B.J. Jaworski // The Journal of Marketing. – 1990. – Vol. 54. – № 2. – P. 1–18.

1. Narver J.C. F. The Effect of a Market Orientation on Business Profitability / J.C. Narver, S. F. Slater // Journal of Marketing. – 1990. – Vol. 54. – № 4. – P. 20–35.

2. Deshpande R. Measuring Market Orientation: Generalization, Synthesis / R. Deshpande, J. U. Farley // Journal of Market-Focused Management. – 1998. – Vol. 2. – № 3. – P. 213–232.

3. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент / Ф. Котлер, К.Л. Келлер. – СПб.: Питер, 2012. 810 с.

4. Ламбен Ж.-Ж. Менеджмент, ориентированный на рынок / Ж.-Ж. Ламбен. – СПб.: Питер, 2015. – 800 с.

5. Казаков С.П. Рыночная ориентация как эффективный подход к организации маркетинга на предприятиях сферы услуг / С.П. Казаков // Маркетинг и маркетинговые исследования. – 2012. – № 1. – С. 42–55.

6. Кареева Ю. Клиентоориентированный подход / Ю. Кареева // Сайт компании Конструктив. 2013. URL: http://kareeva-konstruktiv.ru/stati/publikacii/klientoorientirovannyj-podxod (дата обращения: 05.11.2016).

ПРОБЛЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ТОВАРНЫМИ ЗАПАСАМИ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Штыкова Ю. А.

Новгородский государственный университет им. Ярослава Мудрого

В условиях глобализации, являясь ключевой отраслью экономики, торговля представляет собой наиболее прогрессивный вид деятельности, который затрагивает все слои населения.

Состояние запасов товаров непосредственно влияет на конкурентоспособность торговой организации, её финансовое положение и результаты деятельности. Поэтому проблема управления запасами товаров – одна из главных для торговых организаций.

Товарные запасы, имеющиеся у предприятия, позволяют удовлетворять потребности покупателей посредством бесперебойного снабжения товаром. При отсутствии необходимого товара на складе организация может потерять клиентов при наличии сезонных колебаний спроса или резкого роста объёмов продаж. Также наличие товарных запасов позволяет избежать проблем, связанных с ростом закупочных цен или со сбоями в поставках.

Однако запасы – это «замороженные» денежные средства фирмы. Предприятие несёт дополнительные затраты, которые связаны с содержанием товарных запасов (формирование заказа, содержание складских помещений, оплата труда работников торговли). Имеется риск затруднения реализации товаров в связи с истечением срока годности и нарушением товарного вида [3].

Управление товарными запасами необходимо в целях роста удовлетворённости потребностей покупателей. Посредством эффективного управления в торговле создаётся такое количество товаров, которое позволяет увеличивать чистую прибыль с учётом критерия минимизации затрат.

На сегодняшний день выделяют следующие основные проблемы в управлении товарными запасами:

- многообразие факторов, оказывающих влияние на размер заказа: отдалённость поставщиков, ограничения по ресурсам, способы транспортировки;

- большое число видов товарных запасов (текущие, страховые, сезонные и т.д.);

- множество параметров, необходимых для принятия решения при управлении товарными запасами: величина и момент заказа, момент поставки, интервал времени между заказами, размер страхового запаса и т.д.;

- разнообразие систем контроля над состоянием товаров (системы периодического и непрерывного контроля);

- упрощённые методы прогнозирования при планировании объёма продаж, приводящие к ошибкам в прогнозах (в результате чего образуется дефицит или избыток товаров на складе) [4].

В настоящее время большинство российских торговых организаций оценивают эффективность управления запасами товаров, опираясь только на показатели бухгалтерского учёта. Это приводит к финансовым потерям, поскольку происходит искажение восприятия текущей ситуации. Поэтому в организациях торговли становится актуальной проблема поиска путей совершенствования методов анализа запасов.

Для устранения вышеуказанных проблем в целях роста эффективности управления запасами торговой фирмы необходимо проводить анализ товарных запасов следующими методами:

1. ABC-анализ: разделение всех запасов товаров на три группы в зависимости от степени их значимости (наиболее ценные – непрерывный контроль, промежуточные – периодический контроль; наименее ценные – выборочный контроль). Метод основывается на законе Парето: 20% ассортимента товаров дают предприятию 80% оборота. С помощью ABC-анализа выявляются наиболее значимые позиции из товарного ассортимента, который в современных фирмах может достигать десятков тысяч.

2. Экономичный размер заказа (модель EOQ или формула Уилсона): определение оптимального размера партии заказа посредством минимизации переменных издержек, которые связаны с осуществлением заказа и хранением запасов.

3. Модели расчёта коэффициентов системы сбалансированных показателей (ССП): последовательное доведение до работников организации стратегии развития, целей предприятия и контроль их достижения через ключевые показатели эффективности (KPI). Посредством KPI измеряют достижимость целей, а также дают характеристику эффективности бизнес-процессов и работы каждого отдельного сотрудника. ССП – это инструмент стратегического и оперативного управления. Основной принцип ССП заключается в том, что управлять

возможно только тем, что можно измерить. Система сбалансированных показателей акцентирует внимание на нефинансовых показателях эффективности деятельности организации (степень лояльности клиентов, инновационный потенциал компании и т.д.).

Для объективной оценки необходимо применять описанные методы в совокупности. Указанные методы анализа позволяют выявить стабильно продающиеся позиции и, используя эти данные, осуществлять планирование величины товарных запасов. В результате чего снижаются риски финансовых потерь, вызванных дефицитом или избытком товаров, потерей потенциальных покупателей, негативным влиянием человеческого фактора [1].

Одной из проблем эффективного управления запасами товаров является невозможность точного прогнозирования спроса, поскольку любой прогноз основывается на вероятностной оценке будущего. В связи с этим необходим страховой товарный запас. Его расчёт можно проводить различными способами: жёстко заданное количество каждого товара; среднемесячные продажи; процент от прогнозируемого объёма продаж и др. На практике достаточно трудно однозначно выбрать определённый метод из-за недостатка данных, их искажения и постоянных отклонений [2].

Оптимальное управление запасами во многом предопределяет финансовое положение торгового предприятия в целом. Чтобы добиться высоких результатов в использовании товаров, менеджеры должны быть способны принимать своевременно эффективные решения относительно заказа.

В заключении необходимо отметить, что применение всех описанных способов решения проблемы эффективного управления товарными запасами не избавляет от наличия неликвидного или просроченного товара. Поэтому система управления товарами должна быть организована таким образом, чтобы как можно раньше выявлялись подобные товарные позиции и предлагались меры для минимизации потерь. В данном случае рекомендуется использовать маркетинговые акции, кросс-продажи, системы скидок, при необходимости возвращать товар поставщику.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Софронова А.А. Проблемы управления товарными запасами торговой компании / А.А. Софронова // Актуальные вопросы экономических наук. 2014. №40. С. 137-141.

2. Тихинский А.В. Современные методы управления товарными запасами и пути их развития и улучшения / А.В. Тихинский, Н.В. Фомина // Актуальные проблемы авиации и космонавтики. 2012. № 8. Т. 2. С. 454.

3. Барлиани И.Я. Анализ моделей повышения эффективности управления товарными запасами / И.Я. Барлиани // КиберЛенинка: научная электронная библиотека [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://cyberleninka.ru/article/n/analiz-modeley-povysheniya-effektivnosti-upravleniya-tovarnymi-zapasami (дата обращения 04.11.2016).

4. Управление запасами в логистике // Профессиональное издательство [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.profiz.ru/se/2_2008/upravlenie_zapasami/ (дата обращения 01.11.2016).

ОБЗОР ИННОВАЦИОННОЙ ЛОГИСТИЧЕСКОЙ СТРАТЕГИИ «ПОСЛЕДНЕГО КИЛОМЕТРА» КИТАЙСКОЙ КОМПАНИИ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ «АЛИБАБА»

Юй Лу

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Китайская компания «Алибаба» − крупнейшая в мире компания электронной коммерции, лидер онлайн-торговли, самого быстрорастущего рынка в мире, годовой оборот которой превысил совокупные объемы сделок Amazon и Ebay, а также компания с самым высоким IPO (первым публичным предложением акций) в мире. По сообщению газеты «Жэньминь жибао» в 2016 финансовом году валовой объем продаж данной компании превысил 3 трлн юаней (463 млрд долларов США). Однако развитие он-лайн ритейла сталкивается со многими проблемами, наиболее важной из которых является управление логистическим процессом.

Кроме финансовой системы, опорой развития он-лайн ритейлеров является интеллектуальная логистическая система во главе с логистическим сервисом «Цайняо».

Логистическая доставка в «последнем километре» уже стала фокусом конкуренции между B2C компаниями, специализирующиеся на интернет-торговле. Полагаясь на логистических партнеров, компания «Алибаба» расширяет географический охват и увеличивает общий объем обслуживания. В доставке «последнего километра» «Алибаба» размещает так называемую «почтовую станцию» (ям) «Цайняо», чтобы увеличить географический охват сети и повысить эффективность логистики.

«Последний километр» является последним звеном в цепях поставок, осуществляется в непосредственном контакте с конечными потребителями. В условиях обширной географической территории и существования жилых райо-

нов с высокой плотностью в развитых городах Китая, оптимальные логистические каналы должны быть уникальными и инновационными.

В отношении доставки «последнего километра» компания «Алибаба» решает проблемы ямами «Цайняо». На расчетном шагу операций, покупателю требуется выбрать ближайший к себе ям. После доставки заказанных товаров, мгновенное предупреждающее сообщение будет передано покупателю через мобильное устройство и таким образом заказчик может получить свои посылки в яме. В процессе такой логистической парадигмы «последнего километра» вся необходимая информация о потребителе включают в себя только фамилию, имя и номер телефона покупателя, что может в значительной степени защитить конфиденциальность адресов потребителей и др.

В данный момент к партнерам доставки «последнего километра» «Алибабы» относятся супермаркет, круглосуточный магазин, административное бюро жилых районов, почтовое отделение, киоск и т.д. Новые участники бизнеса, входящие в логистическую сеть «Цайняо», могут получить 2000-3000 юаней для открытия бизнеса, будущие эксплуатационники ямов получат 1 юань за каждую посылку. В настоящее время в Китае логистическая сеть «Цайняо» компании «Алибабы» обладает уже более 40000 ямами, охватывающими почти 190 городов.

Стратегическое партнерство способствует географическому расширению сети. 10 июня 2015 года компания «Алибаба» объявила о вступлении логистических компаний «BEST Экспресс» и «YT Экспресс» в логистическую сеть «Цайняо», их почтовые станции будут обслуживать клиентов «Цайняо». С помощью партнерства с собственными логистическими компаниями, в «Цайняо» систему добавляются 10000 станций, которые в основном расположены в важных городах Китая. Следует отметить, что в Китае «YT Экспресс» является одной из ведущих логистических компаний по статистике объема продвижения товаров. В начале апреля 2015 года, компаниям «Алибаба» и «Цайняо» разрешили доставить свои посылки с помощью «China Post», используя его 5000 почтовых отделений по всей территории Китая.

Сервис «последний километр» «Цайняо» уже распространился в университетах. Недавно в 400 университетах установили почти 500 точек доставки. Повышение проникновения на рынок интернет-торговли среди студентов, вхождение в университеты поможет улучшить пользовательский опыт и повысить эффективность логистики компании «Цайняо».

Главное значение сети «Цайняо» в основном проявляется в таких направлениях бизнеса, как курьерская доставка, распределение-склад, сельское хозяйство.

Компания «Цайняо» предлагает логистические решения предприятиям бытовой техники, свежих продуктов, красоты, одежды, товаров повседневного спроса, приграничному он-лайн ритейлеру.

«Цайняо» предоставляет электронный документооборот предприятиям курьерской доставки. По сравнению с традиционными рукописными документами электронная форма оформления документов более быстрая, экологически чистая, более удобная для использования, что устраняет ошибки контактной информации пользователей.

Компания «Алибаба» может обеспечить логистические решения для сельского бизнеса и повысить возможности он-лайн сделки в сфере сельскохозяйственной продукции.

По данным государственного почтового бюро, в 2015 году бизнес-доходы почтовых предприятий и национальной курьерской службы составили 403.93 млрд юаней, увеличившись на 26,1%, объем сделок составил 507.87 млрд юаней, увеличившись 37,4%. За последние два года доля общей стоимости социальной логистики остается около 18% от ВВП, этот показатель больше, чем развитых странах, в 2 раза, больше среднего мирового уровня на 6,5 %.

Наряду с развитием экспресс-доставки, снизить долю затрат на логистику в ВВП является наиболее важным направлением для сети «Цайняо». Принцип заключается в том, что быстрорастущий объем он-лайн поставщиков помогает увеличить доходы, в то время как сеть «Цайняо» способна снизить затраты на доставку, складирование и другие аспекты логистики.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Логистика и управление цепями поставок: учебник / В. В. Щербаков и др.. – М.: Юрайт, 2015. – 581 с.

2. Логистика и управление цепями поставок: практическое пособие / Д. В. Курочкин. – Минск: Альфа-книга, 2016. – 783 с.

3. Транспортная логистика: учебно-методическое пособие: [для вузов] / Р. Б. Ивуть, Т. Р. Кисель. – Минск: БНТУ, 2012. – 377 с.

Секция 10. ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ СФЕРЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ АВТОМАТИЗИРОВАННЫХ СИСТЕМ В ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Белова Е.М.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

На сегодняшний день информационные технологии прочно вошли во все сферы жизни человека. Характерной чертой современного социума является создание глобального информационного общества на основе технических, телекоммуникационных и программных средств вычислительной техники. Следствием данного процесса явился рост объемов информации и усложнение процессов ее обработки. Для решения этой проблемы на предприятии используются автоматизированные системы. Создание эффективных и функциональных автоматизированных систем в различных областях на сегодняшний день является актуальной проблемой сферы информационных технологий, особенно это важно для бизнеса.

Автоматизированные системы в сфере бизнеса помогают достичь большей эффективности деятельности предприятия, повысить его конкурентоспособность, сократить расходы и облегчить деятельность персонала путем автоматизации различных производственных процессов.

На сегодняшний день на рынке информационных технологий существует большое количество программных средств для предприятий, занимающихся самыми разнообразными видами деятельности [1] .

Рассмотрим автоматизированные системы иностранного производства, представленные на российском рынке:

1. R3 SAP – это комплексная платформа для планирования ресурсов предприятия, функциональные возможности которой позволяют полностью автоматизировать процессы учета и управления в компаниях с использованием наиболее эффективных бизнес-инструментов [2]. Срок внедрения системы составляет 1-5 лет, сфера применения – оборонные предприятия, нефтегазовый и банковский сектора, металлургия, телекоммуникации. Примеры внедрения: «Сургутнефтегаз», «Белгородэнерго», «Омский нефтеперерабатывающий завод» [3].

2. Oracle Applications – является наиболее полным программным комплексом глобальных бизнес-приложений, который помогает организациям принимать лучшие решения, снижать расходы и повышать производительность [4]. Срок внедрения составляет 1-5 лет, сфера применения – тяжелая промышленность (преимущественно металлургия), телекоммуникационные компании, финансовый сектор, химическая промышленность. Примеры внедрения: Магнитогорский металлургический комбинат, «ВымпелКом», «ЕвроХим» [3].

3. Baan – комплекс систем по управлению ресурсами, данное решение предназначено для автоматизации бизнес-процессов в компаниях, работающих с высокотехнологичным производством, а также со сложной системой логистики [5]. Период внедрения системы – от 6 месяцев, сфера применения – фармацевтика, автомобильная, химическая и пищевая промышленность. Примеры внедрения: «КАМАЗ», завод им. Дегтярева, «УралАЗ» [3].

4. MBS Axapta, Navision – ERP-решение, охватывающее бизнес компании в целом, включая производство и дистрибуцию, управление цепочками поставок и проектами, финансовый менеджмент и средства бизнес-анализа, управление взаимоотношениями с клиентами и управление персоналом [6]. Срок внедрения – от 6 месяцев, сфера применения – нефтяная отрасль, пищевая и торговая промышленность, металлургия. Примеры внедрения: «Ростелеком», «Юнимилк», «Интерспорт», завод «Кристалл» [3].

Кроме импортных программных продуктов, на российском рынке представлены российские разработки:

1. Галактика ERP – современная высокопроизводительная автоматизированная система, позволяющая оперативно решать управленческие и учетные задачи, а также обеспечивать персонал предприятия достоверной информацией для оптимизации работы и максимальной эффективности [7]. Срок внедрения – от 4 месяцев, сфера применения – нефтяная и химическая промышленность, металлургия, энергетика, машиностроение. Примеры внедрения: «Почта России», «Транснефть», Орегбурггазпром.

2. Парус – ERP-система, позволяющая осуществлять управление финансами, персоналом, бухгалтерский и налоговый учет, расчет заработной платы, управление конкурсными закупками, производством, автотранспортом, складской логистикой, взаимоотношениями с клиентами (CRM), деловыми процессами, контакт-центром (contact-centre), страховой деятельностью и др/ [8]. Срок внедрения составляет от 4 месяцев, сфера применения – нефтяная промышленность, энергетика, машиностроение. Примеры внедрения: «НАСТА», «Татойл-сервис», «Сибирский берег» [3] .

3. 1С:Предприятие 8 – решение для широкого спектра задач автоматизации учета и управления, стоящих перед динамично развивающимися современными предприятиями [9]. Срок внедрения – от 3 месяцев, сфера применения – машиностроение, пищевая промышленность и др. Примеры внедрения: «Цветлит», «Плитпром», «Остров» [3] .

Все представленные программные средства имеют достоинства и недостатки. Системы, реализующие универсальную среду функционирования своих систем, а также предоставляющие широкий спектр возможностей, например, R3 SAP, имеют высокую стоимость, а также длительный период внедрения на предприятия и необходимость обучения персонала работе с такой системой. Следствием такой ситуации является то, что подобные системы доступны только крупным компаниям. Необходимо отметить несомненное преимущество продуктов компании Microsoft, а именно интегрированность их с другими программными разработками этой компании, которые широко распространены в нашей стране, следовательно, затраты на внедрение системы и обучение персонала ниже, что при использовании R3 SAP.

Российские компании, такие как 1С или Галактика, предоставляют свои программные продукты по гораздо более низким ценам, чем зарубежные аналоги. При этом учитываются особенности российского рынка, но пользователям предоставляется гораздо меньше возможностей. Несмотря на это отечественные программные средства распространены на рынке и в будущем следует ожидать их дальнейшего совершенствования [1].

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Вестник Белорусско-Российского университета. URL:https://cyberleninka.ru/article/n/problemy-vnedreniya-korporativnyh-informats ionnyh-sistem-na-predpriyatiyah (дата обращения: 13.11.2016 г.);

2. URL: http://asapcg.com/press-center/articles/sap-r3/ (дата обращения: 13.11.2016 г.);

3. URL: www.cnews.ru/articles/sravnivaem_erp_po_klyuchevym_harakt eristikam (дата обращения: 13.11.2016 г.);

4. URL: http://www.oracle.com/ru/products/applications/ebusiness/over view/index.html (дата обращения: 13.11.2016 г.);

5. URL: http://iteranet.ru/it-novosti/2013/12/05/obzor-erp-sistemy-baan/ (дата обращения: 13.11.2016 г.);

6. URL: http://network-journal.mpei.ac.ru/cgbin/main.pl?l=ru&n=5&pa =5&ar=2 (дата обращения: 13.11.2016 г.);

7. URL: https://www.galaktika.ru/erp/ (дата обращения: 13.11.2016 г.);

8. URL: http://parus.ua/ru/139/ (дата обращения: 13.11.2016 г.);

9. URL: http://1c.ru/rus/products/1c/predpr/why-predpr.htm (дата обращения: 13.11.2016 г.).

СОЗДАНИЕ ПОЛИТИКИ ИБ И ЕЕ ВЛИЯНИЕ НА ПРОЦЕСС УПРАВЛЕНИЯ БЕЗОПАСНОСТЬЮ

Бржезинская А.Д.
Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Защита корпоративных данных обеспечивается путем проведения комплекса мер, направленных на достижение определенного уровня информационной безопасности компании.

Дорожкин А. В. и Ясенев В. Н. отмечают, что концепция обеспечения информационной безопасности предприятия для поддержания экономической безопасности предприятия определяет потенциальные источники угроз информационной безопасности предприятия и меры противодействия им со стороны предприятия и, рассматривая информацию как объект защиты, устанавливает цель и задачи, которые необходимо решить для обеспечения информационной безопасности предприятия [3, с. 812].

Макеев А.С. отмечает, что процесс управления информационной безопасностью включает в себя 3 уровня: стратегический, тактический и оперативный. На стратегическом уровне происходит общая организация обеспечения интересов предприятия в области безопасности. Здесь формируются стратегия и основные мероприятия по обеспечению информационной безопасности. Также на данном уровне формируется Политика информационной безопасности. На тактическом уровне осуществляется планирование и обеспечение выполнения Политики информационной безопасности. Разрабатываются необходимые регламенты, правила и инструкции. В рамках тактического уровня проводятся расследования и анализ инцидентов информационной безопасности. На уровне оперативного управления происходит реализация конкретных контрмер, нейтрализующих информационные угрозы [4, с. 66].

Для эффективного управления информационной безопасностью нужно, чтобы руководство компании осознавало необходимость данного процесса. Свое положительное отношение к защите информационной безопасности руководители предприятия демонстрируют через продержку положений политики информационной безопасности. Кроме утверждения политики информационной безопасности на уровне организации нужно также довести положения данного документа до работников компании.

По определению Макеева А.С., политика представляет собой документ, описывающий общие намерения, официально выраженные руководством.

Политика информационной безопасности предприятия может входить в Политику безопасности предприятия, которая является более широким документом [4, с. 67]. У политики информационной безопасности компании могут быть подполитики: документы, посвященные отдельным аспектам информационной безопасности.

Стандартная Политика информационной безопасности компании включает следующие разделы: введение, область действия, цели, принципы, сферы ответственности, ключевые результаты, связанные политики. В Политике ИБ необходимо определить круг лиц, ответственных за обеспечение информационной безопасности. Несмотря на возможность делегирования некоторой части задач подчиненным, люди, указанные в Политике, остаются ответственными за ее выполнение.

Создавая политику безопасности с нуля, нужно учитывать, что процессы управления информационной безопасностью взаимосвязаны, и, так как этот документ многоуровневый, допущение ошибок в любой части политики информационной безопасности, приведет к ошибкам в нижестоящих документах. Обычно структура документов политики безопасности включает в себя несколько аспектов: технические, физические, управленческие. Специфика компании и ее внутренние процессы определяют, что именно должно входить в политику информационной безопасности компании.

Формируя политику информационной безопасности на предприятии можно руководствоваться следующими:

1. Соразмерность (конгруэнтность) – означает сопоставимость объема документа и задач, которые он преследует. Для бюрократизированных государственных компаний и многих зарубежных корпораций характерны документы большого объема. Небольшие компании могут позволить себе составить документ объемом 10 страниц и ограничиться этим. Объем политики безопасности зависит от аудитории, на которую он направлен, целей и специфики организации.

2. Грамотное определение целей – избегать излишней детализации. Цели и их формулировки определяются руководством организации. Цели должны подходить ко множеству решаемых задач и быть сформулированы, например, как «минимизация ущерба компании в процессе использования информационных систем и снижение рисков ИБ». Следующие цели уже описывают меры по установлению процесса управления информационной безопасности на предприятии и его контролирующие функции.

3. Расширение области действия политики безопасности. Политика информационной безопасности должна охватывать всю деятельность организации, включая филиалы, подразделения, дочерние предприятия. Или, в ином случае, установить контроль непротиворечивости политики безопасности различных элементов компании.

Для уменьшения степени абстракции и формирования более детального замысла необходимо знание основных принципов организации системы информационной безопасности. Современный опыт решения проблем информационной безопасности показывает, что для достижения наибольшего эффекта при организации защиты информации необходимо руководствоваться рядом принципов [2].

Принципы безопасности можно взять из международных или отечественных стандартов, однако, каждый из выбранных принципов должен внести конкретный процесс, позволяющий реализовать данный принцип.

Основные принципы, которыми можно руководствоваться при составлении ПИБ:

непрерывность – постоянный контроль защищаемых объектов (активов), выявление слабых мест системы;

системность – охват всех сфер деятельности организации;

комплексность использования всех имеющихся средств защиты;

экономическая целесообразность – позволяет обосновать принятые решения и результаты, определить возможные инвестиции.

Подводя итог, отметим, что на эффективность управления влияет позиция руководства организации в отношении безопасности. Для предприятия самым главным в области управления обеспечением информационной безопасности является разработка Политики информационной безопасности. В нормативном документе будут официально задокументированы намерения руководства в этой области. Все остальные документы, которые будут разрабатываться в организации и затрагивать вопросы информационной, должны быть согласованы с Политикой. После этого важно обосновать необходимость реализации определенных мероприятий по обеспечению информационной безопасности посредством разработки экономического обоснования. Данный документ является основным средством для того, чтобы убедить руководство в финансировании предлагаемых мероприятий. Также необходимо уделять особое внимание мониторингу внедренных контрмер. С целью повышения эффективности проведения проверочных мероприятий важно периодически привлекать внешних аудиторов для внутренних проверок.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. ГОСТ Р ИСО/МЭК 15408-1-2008 Информационная технология. Методы и средства обеспечения безопасности. Критерии оценки безопасности информационных технологий
2. Асаул А.Н. Организация предпринимательской деятельности. Безопасность предпринимательской: Учебник / А.Н. Асаул . – СПб.: АНО ИПЭВ, 2009. 366 с.
3. Дорожкин А.В. Информационная безопасность как инструмент обеспечения экономической безопасности хозяйствующего субъекта / А.В. Дорожкин, В.Н Ясенев // Экономика и предпринимательство, 2015. № 5 (ч.1). – С. 812-816.
4. Макеев А. С. Факторы, влияющие на эффективность управления информационной безопасностью / А.С. Макеев // Молодой ученый. – 2016. – №10. – С. 66–69.

СПЕЦИФИКА ПРОЕКТОВ ИНФОРМАЦИОННОЙ БЕЗОПАСНОСТИ В ФИНАНСОВОМ СЕКТОРЕ

Вишнякова А.В.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Финансовый бизнес в России относится к наиболее зрелым в области информационной безопасности. Вместе с тем радикальные изменения в сфере ИТ, связанные с масштабной виртуализацией ИТ-ресурсов, с распространением мобильного доступа, с переходом к облачной ИТ-инфраструктуре как на стороне самих финансовых организаций, так и на стороне их клиентов, заставляют участников финансового бизнеса, охватывающего практически все государственные и частные структуры наряду с частными лицами, использовать новые технологии и средства обеспечения информационной безопасности.

Как отмечают Дорожкин А.В. и Ясенев В.Н., под обеспечением информационной безопасности предприятия подразумевается взаимосвязанное решение двуединой задачи: с одной стороны, защита информации от ее разрушения и несанкционированного обращения с нею, с другой – защита людей и информационно-управляющих систем от разрушающего воздействия информации. [4, с. 812]

Операционная деятельность финансовых структур, связанная непосредственно с деньгами, особенно привлекательна для киберзлоумышленников. Специалисты в области информационной безопасности по-прежнему видят большие проблемы в защищенности дистанционного банковского обслуживания (ДБО). Мошенничество в банковской сфере, наносящее значительный ущерб, заставляет банки внедрять дорогие системы борьбы с преступниками. [2]

С ростом новых информационных систем и направлений в финансовом секторе растёт и потребность в безопасных технологиях и проектах защиты своего бизнеса. Обнаружение в какой-либо отрасли рисков информационной безопасности является главной причиной появления таких проектов, требующих точных исследований, проверок.

Всё, что связано непосредственно с живыми деньгами, всегда было наиболее притягательным для преступников. Но если раньше финансовые организации как центры аккумулирования и поддержки потоков денежных средств были сосредоточены в основном на вопросах физической защиты материальных ценностей, то сегодня, в эпоху перевода денежных активов и платежей в безналичную форму с широким использованием информационно-телекоммуникационных технологий, намного актуальнее для банков стали задачи безопасности информационной.

Проекты, связанные с информационной безопасностью всегда требуют доскональной проработки от создания нового подразделения и набора людей до выстраивания операционного взаимодействия между подразделениями-участниками. Это необходимо для обеспечения сохранности информации в целом и для сохранения денежных средств, если рассматривать финансовый сектор отдельно. Различных способов киберпреступности и мошенничества в сфере высоких технологий становится все больше с каждым разом.

В финансовом секторе риски информационной безопасности всегда являются самыми высокими. Поэтому разрабатывается, большое количество мер и способов по снижению или устранению их. Стоит отметить, что и оценка рисков сыграет немаловажную роль в этом деле, так как если риски компании будут не существенными, то нет смысла затрачивать большие денежные средства на хоть и качественную, но дорогостоящую защиту информационной безопасности.

Для снижения рисков информационной безопасности необходима не только определенная программа, помогающая снизить риски, а целые комплексы или наборы программ, решающие многие проблемы информационной безопасности.

При разработке проекта по информационной безопасности, во-первых, следует, какие угрозы (внешние или внутренние) стоят перед компанией, откуда они появились и каким образом могут повлиять на инфраструктуру финансовой организации. Затем следует разрабатывать методики противодействия и оценку их целесообразности. Базовыми и основными процессами и технологиями являются: управление уязвимости, наличие систем обнаружения и

предотвращения вторжений, а также защиты от мошенничества. Как дополнительные могут использоваться построение процессов сбора и корреляции событий, проверка кода на его качество и безопасность [3].

Поскольку финансовые организации действуют в условиях сильной конкуренции, они стараются оперативно выводить на рынок новые банковские продукты, для чего весьма подходит онлайновая среда, интернет-банкинг. А это порождает новые для банковского бизнеса ИБ-риски и, как следствие, вызывает необходимость разрабатывать и использовать новые ИБ-средства.

Однако несмотря на высокую конкуренцию банки ведут относительно консервативную политику в области внедрения новых ИБ-технологий. На наш взгляд, такую стратегию можно назвать правильной в нынешних условиях, когда доходы у банков не так велики, как хотелось бы.

Вместе с тем в технологическом консерватизме в области информационной безопасности есть и отрицательные моменты: поскольку участники рынка ДБО не спешат менять используемые средства защиты на более стойкие, технологии и инфраструктура, используемые сегодня в банках, не всегда способны защитить ДБО от высокотехнологичных атак.

Конечно же, для определенной компании не обязательно наличие всех этих видов защиты, набор таких технологий может отличаться. При этом следует помнить, что работать эффективно эти процессы будут при наличии в организации основного уровня защиты. Таким уровнем являются: антивирусная защита, парольная политика, защита Интернет и почтовых шлюзов и другие.

Как показывает практика, в 95 % случаев мошенничества происходят по вине клиентов [3]. Однако любая компания должна обеспечивать безопасность транзакций, защиту прав и свобод человека и гражданина при обработке его персональных данных, при всем этом сохраняя свою репутацию и позиции среди других фирм. Другими словами, компания должна осуществлять проекты, направленные на предотвращение утечек конфиденциальной информации (выполнение обязательств в связи с 152-ФЗ «О персональных данных«) [1]. Внедрение приложения по обеспечению безопасности для финансовых групп, мобильные банкинги, SMS-подтверждения о совершившихся транзакциях и операциях: все это примеры мер по защите информационной безопасности в финансовой сфере.

Таким образом, появление и реализация различных проектов по защите информационной безопасности в финансовом секторе не обеспечат абсолютной безопасности. Необходимо обновлять имеющиеся проекты и внедрять новые разработки технологий защиты информации, как только появились новые угрозы или риски.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Федеральный Закон «О персональных данных» от 27.07.2006 N 152-ФЗ
2. Васильев В. Информационная безопасность в финансовом секторе [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.pcweek.ru/security/article/detail.php?ID=156455
3. Воронова М. Специфика проектов информационной безопасности в финансовом секторе [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.itsec.ru/articles2/person/spetsifika-proektov-informatsionnoy-bezopasnosti-v-finansovom-sektore
4. Дорожкин А.В. Информационная безопасность как инструмент обеспечения экономической безопасности хозяйствующего субъекта / А.В. Дорожкин, В.Н. Ясенев // Экономика и предпринимательство. – 2015. – № 5 (ч. 1). С. 812-816/

ФИНАНСОВО-ПРАВОВЫЕ ПРОБЛЕМЫ ИНФОРМАЦИОННОЙ БЕЗОПАСНОСТИ В СФЕРЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО КРЕДИТОВАНИЯ

Захарова Н.С.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

В настоящее время самым распространенным видом кредитования является потребительское. Так, по данным статистики, услугами банков воспользовались около 30-35% населения. Вследствие этого государство должно обеспечивать информационную безопасность в сфере потребительского кредита (займа). Данные финансово-правовые отношения регулируются Федеральным Законом от 21 декабря 2013 г. №353-ФЗ «О потребительском кредите (займе)» (далее - Закон), вступившего силу в силу с 1 июля 2014 г. [3]

Потребительский кредит – краткосрочные ссуды населению на приобретение товаров. Наиболее распространенными формами займа считаются:

- кредитные счета в магазинах розничной торговли;
- личные ссуды, выдаваемые банками и финансовыми домами;
- покупки в рассрочку;
- кредитные карточки.

Правовое регулирование условий договора займов подверглось немаловажным изменениям. Так, для предотвращения дезинформированности заемщиков и для полного понимания ими условий договора потребительского кредита законом закреплено правило об индивидуальных условиях договора займа. В соответствии с ним в договоре, начиная с первой страницы, текст должен быть изложен четким и хорошо читаемым шрифтом. Данное правило исключает возможность того, что заёмщик может не увидеть какой-либо из пунктов до-

говора. Следует отметить, что до закрепления этого правила банки-кредиторы часто прибегали к такому роду уловкам, что впоследствии доставляло массу проблем заемщикам. Важнейшим нововведением, имеющим большое социальное значение, является совершенствование действий возврата задолженности по договору кредита. Так был введён принцип запрета совершения действий, направленных на причинение вреда заемщику. В соответствии с Федеральным законом «О кредитных историях» информация об отказе заключения договора займа либо его предоставлении должна отправляется банком в бюро кредитных историй. Данная норма служит для установления дисциплины на рынке потребительских кредитов.

Таким образом, законом формируется цивилизованный рынок потребительского кредитования, в котором установлены права и обязанности кредитора и заемщика, обеспечение должного уровня информированности у потребителей услуг кредитования и установление информационной безопасности в сфере займа.

За соблюдением всех требований настоящего Закона и достижения положительных целей работы кредитного механизма следит Центральный Банк Российской Федерации. Изложенное выше указывает на потребность поиска наилучших форм соответствия контрольно-надзорных полномочий Банка России и Роспотребнадзора в сфере защиты прав заемщиков.

Информационная безопасность (по определению) – это состояние защищенности информационной среды предприятия от внешних и внутренних угроз, обеспечивающее ее формирование, использование и развитие в интересах как предприятия в отдельности, так и общества в целом [7, с. 812].

В сфере потребительского кредитования имеет место серьезный вопрос, касающийся защиты персональных данных заемщиков. Ясно, что мероприятия по обеспечению безопасности обработки персональных данных являются технически сложными, требуют высокой квалификации исполнителей, специальных знаний, глубокого понимания функциональности как приложений, обрабатывающих персональные данные, так и средств защиты информации. Именно поэтому нормативные документы регуляторов предусматривают лицензирование деятельности операторов персональных данных по технической защите конфиденциальной информации.

В соответствии с требованиями части 2 статьи 3 Федерального закона от 27.07.2006 г. № 152-ФЗ «О персональных данных» (Далее – Федеральный закон «О персональных данных») оператор – это государственный или

муниципальный орган, юридическое или физическое лицо, организующее или осуществляющее обработку персональных данных с определенными целями.

В соответствии со статьей 22 Федерального закона «О персональных данных» операторы, осуществляющие обработку персональных данных, обязаны до начала обработки персональных данных уведомить уполномоченный орган по защите прав субъектов персональных данных о своем намерении осуществлять обработку персональных данных [6].

Уполномоченным органом по защите прав субъектов персональных данных, на который возлагается обеспечение контроля и надзора за соответствием обработки персональных данных, является федеральный орган исполнительной власти, осуществляющий функции по контролю и надзору в сфере информационных технологий и связи (часть 1 статьи 23 Федерального закона «О персональных данных»).

В Законе № 152-ФЗ не говорится, что для работы с персональными данными необходима лицензия [1]. В отношении лицензии в нем лишь упоминается, что орган по защите прав субъектов персональных данных (физических лиц) имеет право инициировать приостановление действия или аннулирование лицензии (п. 6 ч. 3 ст. 23).

О том, что лицензия при работе с персональными данными действительно нужна, свидетельствуют положения Федерального закона от 04.05.2011 № 99-ФЗ «О лицензировании отдельных видов деятельности». Согласно подп. 5 п. 1 ст. 12 данного закона подлежит лицензированию деятельность по технической защите конфиденциальной информации [2].

Выходом для банковских учреждений, которые по тем или иным причинам не могут или не хотят получать лицензию, является заключение договора со специализированной организацией-лицензиатом на аутсорсинг услуг по технической защите персональных данных.

Независимо от того, кто будет выполнять работы по обеспечению безопасности обработки персональных данных, первые шаги оператора достаточно очевидны.

Необходимо: [5]

- выявить все информационные системы, обрабатывающие персональные данные (ИСПДн);
- классифицировать все выявленные ИСПДн;
- сформировать и актуализировать для каждой из них или групп однотипных систем модель угроз.

При этом важно понимать, что определение границ ИСПДн и их классификация – задачи неформальные, требующие понимания бизнес-процессов. Ключевыми моментами на этапе сбора и анализа исходных данных по ИСПДн являются определение целей обработки персональных данных и формирование перечня ПДн (определение состава сведений, отнесенных к такой категории).

В заключении следует сказать, что государством проведена глобальная работа по внедрению принципа информационной безопасности в сфере потребительского кредита. При этом продолжается работа по повышению финансовой грамотности населения, разработка новых правил для поддержания правовой культуры банков и защиты интересов заемщиков.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Федеральный закон от 04.05.2011 № 99-ФЗ «О лицензировании отдельных видов деятельности».
2. Федеральный закон от 27.07.2006 # 152-ФЗ «О персональных данных».
3. Федеральный закон «О потребительском кредите (займе)» от 21.12.2013 № 353-ФЗ.
4. Батлер Б. Финансы. Толковый словарь / Б. Батлер, Б. Джонсон, Г. Сидуэл . – 2-е изд.// Под ред. д.э.н. И.М. Осадчей. – М.: ИНФРА-М», Издательство «Весь Мир», 2000.
5. Защита персональных данных в кредитно-финансовых учреждениях [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.uipdp.com/articles/2011-04/12.html
6. Регистрация операторов, осуществляющих обработку персональных данных [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://59.rkn.gov.ru/directions/permissive/p18637/
7. Дорожкин А.В. Информационная безопасность как инструмент обеспечения экономической безопасности хозяйствующего субъекта / А.В. Дорожкин, В.Н. Ясенев // Экономика и предпринимательство. – 2015. - № 5 (ч. 1). – С. 812–816.

РАЗРАБОТКА ИНФОРМАЦИОННО-СПРАВОЧНОЙ СИСТЕМЫ «ПАНОРАМА» В АО «НПП «ПОЛЁТ»

Злобин Д.А.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Мы живем сегодня в хаотичном переходном периоде, который формируется глобальной конкуренцией, переменами, более быстрыми потоками информации и коммуникаций, увеличивающейся сложностью бизнеса и всепроникающей глобализацией. Именно информационные технологии будут определять способность компаний изменяться, позволят улучшить управляемость, гибкость и прозрачность бизнес-процессов.

Одной из таких разработок является Автоматизированная информационно-справочная система «Панорама», созданная на предприятии АО «НПП «Полёт» с 2015 г.

Необходимость создания этой АИСС обусловлена:

- потерями времени руководителей на анализ продаж продукции;
- непрозрачностью процессов и потоков информации по продажам продукции;
- отсутствием обобщенной актуальной информации о заказчиках и потребителях продукции;
- невозможностью планирования работ по продвижению продукции в отсутствии консолидированных данных;
- сложностью разработки показателей по объемам рынка и эффективности продвижения продукции.

Основная цель АИСС – создание инструмента для повышения эффективности принимаемых решений по продвижению продукции.

Задачи АИСС:

- упорядочение бизнес-процессов предприятия в части;
- исследований рынка продукции и услуг;
- перспективного (стратегического) планирования;
- работ с портфелем проектов (формирование, поддержание);
- планирования и контроля исполнения мероприятий по продвижению продукции и услуг на рынки;
- повышение оперативности и достоверности информационного обеспечения руководства предприятия в части продвижения продукции на рынки;
- сокращение времени формирования отчетов и принятия управленческих решений;
- оптимизация процессов сбора и обобщения данных по объектам установки и продукции.

АИСС «Панорама» предназначена для централизации, повышения достоверности и оперативности обработки информации по объектам установки и продукции предприятия.

В АИСС «Панорама» уже реализованы модули: «Портфель проектов», «Контрагенты», «Каталог продукции», «Перспективные поставки», «Объёмы финансирования», «Анализ рынка».

В настоящее время пользователями являются научно-координационный центр, вычислительный центр и генеральный директор.

Активно разрабатывается база данных производственного оборудования предприятия, функционал по учёту его технического обслуживания. Развитие АИСС «Панорама» подразумевает ещё больший охват предметных областей, таких как кадры, договора.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Техническое задание по автоматизированной информационно-справочной системе поддержки управленческих решений в сфере продвижения продукции предприятия, 2015. 98 л.

ИНТЕРФЕЙС АДМИНИСТРАТОРА ИНТЕРНЕТ-РЕСУРСА «BOOKCROSSING»

Кузнецова Я.А.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Bookcrossing – это современное общественное движение, позволяющее пользователям проекта обмениваться книгами. В Нижнем Новгороде это движение пока слабо развито. На весь город насчитывается 11 точек обмена книгами, в основном кафе и развлекательные центры.

Наша цель – создать сайт по обмену книгами, позволяющий пользователю найти или выложить книгу. Такой сайт обязательно должен иметь интерфейс администратора, который позволит модератору проекта проверить реальность и адекватность действий пользователя.

Обозначим требования к функционалу администратора:

1. Возможность авторизации
2. Персональный интерфейс
3. Возможность проверки выложенной книги: после выкладывания книги пользователем они должна пройти обязательную проверку администратором – действительно ли книга существует.
4. Возможность удалить книгу, заявленную пользователем.
5. Возможность проверить объявление: прежде чем объявление появится в общем доступе, администратор должен проверить корректность текста и подтвердить.
6. Возможность удалить некорректное объявление.

Код интерфейса лежит в отдельной папке admin в общей папке проекта. Структура интерфейса выглядит следующим образом:

Название файла	Описание
index.php	Главная страница сайта содержит: • Описание • Перечень новых книг, выложенных пользователем • Кнопка перехода к просмотру всех объявлений • Ссылки на проверку новой книги и проверку нового объявления • Форма поиска книг по названию/автору, жанру и статусу • Кнопка выхода • Кнопка перехода в профиль администратора Попытка зайти в часть администратора без авторизации приведет к перенаправлению на главную страницу неавторизованного пользователя.
connect.php	Связь с базой данных
search.php	Форма поиска Поиск осуществляется как по ключевым буквам (частям слова) названия книги, так и по фамилии автора. Для просмотра списка книг можно выбрать ее статус из двух предложенных (“Выложена”, “Взята”) Так же осуществляется поиск по жанру книги с помощью выпадающего списка жанров Искать можно только среди проверенных книг
check_ad.php	Выводится список непроверенных книг со всеми реквизитами: • Название • Автор • Пользователь • Дата • E-mail пользователя, выложившего объявление • Ссылка «Отметить как проверенную» • Ссылка «Удалить книгу»
view_ad.php	Просмотр всех объявлений. Программно он обращается к БД, запрашивая и выводя на экран: • Заголовок объявления • Текст объявления • Дату • E-mail пользователя, выложившего объявление
check_book.php	Выводится список непроверенных объявлений со всеми реквизитами: • Название • Автор • Пользователь • Дата • E-mail пользователя, выложившего объявление • Ссылка «Отметить как проверенное» • Ссылка «Удалить объявление»
myprofile.php	Форма личного профиля с возможностью увидеть свой текущий e-mail, поменять его или поменять свой пароль
logout.php	Завершает сессию логина, т.е. выходит из профиля при нажатии на кнопку Exit.

Мы считаем, что данное направление перспективно. Созданный проект безусловно можно развивать, добавляя различный функционал. Например, поиск среди непроверенных книг, переход к редактированию книги с главной страницы.

РАЗРАБОТКА ПОРТАТИВНОГО УСТРОЙСТВА ОТСЛЕЖИВАНИЯ МЕСТОНАХОЖДЕНИЯ И ПЕРЕДВИЖЕНИЯ ЛЮДЕЙ

Мамонов А.Е.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

В настоящее время часто возникают ситуации, когда человеку необходимо отследить местоположение своего близкого, например ребенка или пожилого родственника. Современные информационные технологии и устройства предлагают решение таких проблем: часы с геолокацией, специальные браслеты и чипы для определения местонахождения. Но эти средства зачастую являются дорогостоящими и недоступными для большинства населения.

Нами было предложено более дешевое решение этой проблемы. Мотивацией для этого послужила статистика по пропажам детей и трагедия в Карелии летом 2016 г, где из-за халатности персонала погибли дети.

Прежде чем приступить к разработке устройства был проанализирован рынок подобных технических средств. На данный момент на рынке представлены 4 основных конкурента:

- Кнопка жизни – часы с функцией звонка на сами часы и функцией звонка на 2 номера запрограммированных в часы и геолокацией [1].
- Geostron – мониторинг автотранспорта и людей при помощи крупной коробочки, с функцией звонка [2].
- Caref – часы с функцией звонка и геолокацией [3].
- SMART BABY – часы с функцией звонка и геолокацией с мониторингом сна [4].

Преимуществами этих устройств являются наличие функции звонка на браслет, Bluetooth соединение с телефоном владельца и табло с часами. Их основным недостатками является высокая цена, начинающаяся с 5900 руб., и наличие не совсем уместных дополнительных функций для пользователя.

Идея по созданию собственного устройства-браслета возникла во время обучения в летней студенческой школе «Технологии + Бизнес» ННГУ им. Лобачевского, во время которой была создана альфа-версия проекта и продуманы способы монетизации проекта. Новое разрабатываемое портативное устройство получило название «Браслет «Hand of help».

Браслет «Hand of help» собран на основе платы arduino nano v3.0 [5] с использованием GPS-модуля Neo-6m [6], радиопередатчика 433mgz [7] и оснащен

кнопкой SOS. База для браслета «Hand of help» собрана на основе платы arduino nano v3.0 [5] и радиоприемника 433 mgz [7].

Принципом работы браслета «Hand of help» является получение браслетом координат, с заранее установленным промежутком времени, при помощи GPS-модуля с последующей отправкой их на базу, где производится обработка и вывод полученной информации пользователю, также присутствует кнопка SOS, с помощью которой возможна передача сигнала тревоги. Дальность работы браслета «Hand of help» на стадии прототипа равна примерно 200 метров.

Преимуществом браслета «Hand of help» является его цена =30$ (около 2000р) и наличие только нужных функций, таких как кнопка SOS и реагирование на приход сигнала тревоги.

Потенциальными покупателями браслета «Hand of help» являются родители, которым необходимо отслеживать местоположение и передвижение детей, и люди, имеющие пожилых родственников, требующих постоянного контроля. Кроме этого, использование браслета «Hand of help» возможно в детских заведениях (лагерях, санаториях).

Был проведен опрос 90 респондентов, имеющих несовершеннолетних детей, который показал, что 2/3 респондентов были готовы к покупке браслета «Hand of help» уже на момент опроса.

С использованием данных опроса были произведены расчеты по среднестатистической смене в лагере, состоящей из 400 детей;

2/3 = 250 детей

250 детей *2000р=500000 руб.

Издержки =(920 руб. *250)+2*(50 руб. *125)=245500 руб.

Прибыль=500000 руб. - 245500 руб.=257500 руб.

Портативное устройство «Браслет «Hand of help» в дальнейшем может быть модернизировано и усовершенствовано следующим образом: планируется улучшить интерфейс пользователя, уменьшить размер браслета и подготовить дизайн браслета “Hand of help” под пользовательский сегмент. Возможно добавление датчика снятия с руки.

Таким образом, нами был разработан функционирующий прототип портативного устройства отслеживания местонахождения и передвижения людей «Браслет «Hand of help» рассчитана бизнес-модель и способы монетизации проекта; произведен расчет затрат на производство одного браслета «Hand of help».

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. «Кнопка Жизни»: https://knopka24.ru/
2. «Geostron»: http://www.geostron.ru/

3. «Caref»: http://www.carefwatch.ru/
4. « SMART BABY «: http://smartbabywatch.ru/
5. Описание и техническая характеристика платы arduino nano v3.0: https://www.arduino.cc/en/Main/ArduinoBoardNano
6. Описание и техническая характеристика GPS-модуля Neo-6m: https://www.u-blox.com/en/product/neo-6-series
7. Описание и техническая характеристика радиоприемника 433 mgz: http://wiki.seeedstudio.com/wiki/433Mhz_RF_link_kit

ГЛОБАЛЬНЫЕ РИСКИ ИНФОРМАЦИОННОЙ ЭКОНОМИКИ

Нанаева Ю.А.
Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Актуальность данной работы обосновывается тем, что общество, технологии и коммуникации постоянно развиваются и меняются, а системы управления консервативны, не успевают за изменениями. Основной причиной глобальных рисков выступают системные недостатки глобального управления [6].

Чтобы разобраться в данном вопросе, необходимо знать, что под собой подразумевает информационная экономика. Информационная экономика – это наука, исследующая хозяйственную деятельность человека, которая предусматривает широкое применение электронных (информационно-коммуникационных) технологий в процессах общественного производства, распределения и потребления общественных благ [4].

С одной стороны, новые технологии способствуют повышению благосостояния людей за счет практически неограниченного доступа к информации и совершенствования инфраструктуры общества. Но, с другой стороны, эти же технологии влекут за собой совокупность проблем, порождаемых глобализацией и информатизацией. Это касается самых различных сфер жизнедеятельности человечества (политической, экономической, экологической, социальной и др.) и требует комплексного подхода и всестороннего изучения [1].

Многие ученые выделяют проблемы, связанные с информационной экономикой, наиболее глобальными из которых являются:

- загрязнение окружающей среды;
- хищническое использование невоспроизводимых ресурсов;
- рост природных и техногенных катастроф;
- межгосударственное экономическое неравенство;

- дисбаланс экономической эффективности и социальной справедливости, рост социальной фрагментации;
- нарушение прав человека и конфиденциальности частной жизни;
- бурное развитие асоциальных явлений (таких как наркомания, агрессия, терроризм и т.д.) [4].

В общем круге экономических проблем, вызванных глобализацией, все более острой становится нехватка продовольствия. Для того чтобы обеспечить высокий уровень потребления в ближайшей перспективе, необходимо утроить производство продуктов питания. По оценкам демографов, к 2050 г. на планете будет проживать более 9 млрд человек, тогда как биологические ресурсы Земли рассчитаны на полное удовлетворение лишь 100 млн, т.е. в 100 раз меньше. Причины этих процессов связаны с тем, что совершенствование технологий ведет к бесконечному росту народонаселения и усиливает беспрецедентную антропогенную нагрузку на планету[2].

С развитием информационной экономики нарастают информационные риски, которые как нельзя точно характеризуют современное общество. Это те риски, которые могли возникнуть только на данном этапе развития человечества. К ним относятся, например, риски, связанные с интернет-банкингом. Резко увеличились хищения денежных средств с пластиковых карт – скимминг. С ростом числа безналичных операций растет и число «безналичных» мошенничеств. Усиливаются киберугрозы, вирусные атаки. Информационные войны настоятельно требуют обеспечения информационной безопасности [1].

Международные специалисты Всемирного экономического форума (ВЭФ) связывают главные риски десятилетия с тремя глобальными процессами, такими как:

1. растущее недовольство граждан экономическим и политическим положением в сочетании с общественной мобильностью и протестами;
2. слабость политики, неустойчивость норм, правил, гарантий;
3. растущее влияние виртуальной реальности [5].

Никулина Н. Ю. и Гудакова Е. В. отмечают, что современному человеку приходится сталкиваться с новыми криминальными формами, компьютерным пиратством, проблемой защиты интеллектуальной собственности, проблемой информационного элитаризма, когда лишь часть населения получает доступ к новым технологиям и информационным ресурсам и в состоянии реализовать это преимущество. Необходимо обратить внимание на информационно бедные страны. Имеет место информационное неравенство стран и трансформация понятия экономически бедных стран в информационно бедные. Глобализирован-

ный мир столкнется с молниеносным внедрением новаций, постоянной модернизацией как обязательным условием национальной жизни [7, с. 361].

Анализ информационного сектора стал по-настоящему актуальным сегодня, при этом его игнорирование ведет к угрозе национальной безопасности. Источником угроз интересам государства являются информационные войны, которые разворачиваются параллельно физическим боевым действиям. Риски информационной экономики также заключаются в возможном несанкционированном доступе к сведениям, составляющим государственную тайну, другой конфиденциальной информации, раскрытие которой может нанести ущерб интересам государства. Организационные меры защиты информации устанавливаются соответствующими организационно-распорядительными и нормативными документами уполномоченных органов государственной власти и управления [3, с. 815].

СМИ могут использовать информационный ресурс для манипулирования сознанием народных масс, что приведет к смене режимов в разных странах. Основное место в изучении и применении знаний по данной теме отводится журналистам-международникам. Именно они формируют эмпирическую базу нового направления в геополитической науке — информационной геополитики.

Взаимодействие между странами в глобальной экономике необходимо и информационные ресурсы играют в нем огромную роль. Однако открывать границы необходимо с двух сторон. Если распахивать границы с одной стороны, то это приведет к краху государства, навредит его интересам. Слияния же экономик вообще не стоит допускать, так как каждая страна имеет свои интересы.

Таким образом, глобальная информационная экономика вытесняет социальное государство и общество благосостояния, на основе которых достигнута консолидация индустриального общества. Этот процесс таит в себе новые угрозы и риски, вызывает необходимость определения границ глобализации и информатизации, выявления пределов их роста, вне которых могут начаться процессы саморазрушения человечества.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Бахвалова М. Мир без купюр / М. Бахвалова // Деловая газета РБК. 2012
2. Бондаренко В.М. Новая модель роста: Откуда ждать инновационного рывка? / В.М. Бондаренко // Интеграл. – 2013. – № 3(71). – С. 92.
3. Дорожкин А.В. Информационная безопасность как инструмент обеспечения экономической безопасности хозяйствующего субъекта / А.В. Дорожкин В.Н. Ясенев // Экономика и предпринимательство. – 2015. – № 5 (ч.1). – С. 812–816.

4. Информационная экономика [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http: //dic.academic.ru/dic.nsf/ruwiki/120155

5. Кувшинова О. Интернет опасен / О. Кувшинова, М. Лютова // Ведомости. – 2012. – № 12. – 12 янв. – С. 3.

6. Манахова И.В. Научно-практический журнал./ // Информационная безопасность регионов. – 2015. – № 2. – С. 62–69.

7. Никулина Н. Ю., Гудакова Е. В. Риски современного информационного общества / Н.Ю. Никулина Е.В. Гудакова // Молодой ученый. – 2015. – № 1. – С. 361–363.

ЭЛЕКТРОННАЯ КАССА

Садекова Л.З.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

С 15 июля 2016 года начал действовать закон об онлайн-кассах (Федеральный закон от 03.07.2016 № 290-ФЗ). Он обязывает розничных продавцов применять онлайн-кассы при расчетах с покупателями. Закон об онлайн кассах принят и с 2017 года он затронет почти весь бизнес: как малый, так и крупный.

Главный смысл работы новых онлайн-касс заключается в том, что данные по пробитым чекам будет передаваться на сервер ИФНС. Передавать эти данные потребуется через операторов фискальных данных, с которыми каждому продавцу потребуется заключить соответствующий договор

ПРИНЦИП РАБОТЫ ОНЛАЙН-КАСС

Каждая продажа будет фиксироваться так: как только продавец пробьет чек, онлайн-касса сформирует фискальный признак и отправит его на проверку оператору фискальных данных. Эту информацию оператор сохранит, а обратно продавцу передаст уникальный номер чека. Скорее всего, на это будет уходить не более 1,5 секунд. Без передачи данных оператору фискальных данных сформировать чек с номером будет попросту невозможно. Также оператор фискальных данных передаст информацию о совершенной продаже в ИФНС.

Оператор фискальных данных – это посредник между кассой и ФНС. Таким оператором может быть российская организация, получившая соответствующее разрешение от государства.

При этом продавец будет обязан пересылать электронный чек покупателю на его электронную почту или смартфон (по номеру телефона), если покупатель предоставит такие данные. Кроме этого, по требованию покупателя продавец будет обязан выдавать бумажный чек с QR кодом. Получив чек, покупа-

тель через Интернет, в частности, может проверить, были ли сведения о покупке переданы в ИФНС. Кстати, у кассового чека появятся новые реквизиты. Перечислим некоторые из них:

- Дата;
- Время расчета;
- Место совершения покупки (почтовый адрес или адрес сайта интернет-магазина);
- Система налогообложения;
- Данные о фискальном накопителе;
- Форма расчета (наличный или электронный платёж);
- Сумма расчета с указанием ставки и размера НДС;
- Признак расчёта (приход или расход).

Сразу скажем, что покупать новые онлайн-кассы потребуется не всем. Дело в том, что ряд моделей старых касс можно модернизировать, установив новое программное обеспечение и фискальный накопитель. По нашим данным, такая модернизация обойдется примерно в 4000-5000 рублей. Если по техническим характеристикам имеющуюся кассу модернизировать невозможно, то потребуется прибрести новую. Её цена будет зависеть от конкретной модели. Некоторые будут стоить около 17 000 – 20 000 рублей. Но, скорее всего, из-за высокой конкуренции купить онлайн-кассу можно будет и дешевле.

На корпусе каждой онлайн-кассы должен стоять заводской номер, встроены часы реального времени и устройство для печати чеков. Более подробные требования к кассам прописаны в статье 4 Федерального закона от 22.05.2003 № 54-ФЗ (в редакции нового закона).

Также потребуется заключить возмездный договор с оператором фискальных данных. Фиксированных цен на такие услуги нет. Однако, по нашей информации, ориентировочная стоимость за один контрольно-кассовый аппарат не превысит 4000 рублей в год.

Законодатели определили виды деятельности и услуги, при осуществлении (оказании) которых организации и ИП вправе не применять ККТ. Не применять онлайн-кассы сможет лишь небольшое количество фирм и бизнесменов. Это те, кто занимается мелкими бытовыми услугами. К примеру, ремонтом обуви, уходом за детьми. Не потребуются новые ККТ и при продаже некоторых видов товаров: обуви и одежды из кожи, компьютерной техники, музыкальных инструментов, велосипедов. Будут вправе не применять ККТ продавцы газет, мороженого, талонов и билетов, а также те, кто находится в труднодоступных местностях, где нет Интернета.

Перечень таких мест должен входить в перечень, утвержденный на региональном уровне (статья 2 Федерального закона от 22.05.2003 № 54-ФЗ в редакции комментируемого закона).

Переход на онлайн-кассы, скорее всего, доставит бизнесу некоторые неудобства. Потребуется понести и некоторые финансовые затраты. Однако все же можно выделить и некоторые преимущества:

- Контроль выручки через интернет;
- Отслеживание ошибок при расчётах;
- Отсутствие необходимости вести кассовый журнал;
- Приравнивание онлайн-чека к чеку, отпечатанному на ККТ;
- Доступность электронного чека покупателям в любой момент, потеря бумажного чека больше не будет проблемой;
- Применение смартфонов и планшетов при расчетах;
- Снижение затрат на обслуживание и ежегодную перерегистрацию ККТ.

За невыполнение требований нового закона предусмотрены серьезные штрафы. Если выяснится, что организация проводит расчеты без применения ККТ, ей грозит штраф:

- от ¼ до ½ размера суммы расчета, но не менее 10 000 рублей – для должностных лиц;

- от ¾ до 1 размера суммы расчета, но не менее 40 000 рублей – для юрлиц.

За повторное неприменение кассы при совокупной сумме покупок от одного миллиона рублей налоговая имеет право приостановить работу организации на 90 суток. Также у ФНС будет право делать запросы в банки, чтобы получить выписку о наличии в них счетов интересующей организации, о движении средств и остатках на них, об электронных переводах и т.д. В совокупности с данными с касс и отчетности эта информация позволит составить полное представление о том, как деньги вращаются в организации и сколько налогов должно прийти.

РЕГИСТРАЦИЯ И ПЕРЕРЕГИСТРАЦИЯ ОНЛАЙН КАСС

С 15 июля по 31 января 2017 года организации и предприниматели вправе регистрировать и применять онлайн-ККТ в добровольном порядке. А вот с 1 февраля 2017 года регистрировать будут только онлайн-ККТ. Обычные кассы, которые зарегистрированы до 1 февраля 2017 года, можно использовать до 1 июля 2017 года. Порядок и условия регистрации, перерегистрации и снятия с учета онлайн-ККТ регулируются статьей 4.2 Закона от 22 мая 2003 г. № 54-ФЗ.

Зарегистрировать онлайн-ККТ можно в любой налоговой инспекции, а не только в своей. В этих целях потребуется подать заявление:

- «на бумаге»;
- в электронной форме через кабинет ККТ (для этого потребуется электронно-цифровая подпись).

Форму заявления о регистрации ККТ в ближайшее время должна разработать ФНС России.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Электронная онлайн-кассаhttp://www.ekam.ru/page/elektronnaya-kassa

2. ОНЛАЙН КАССЫ: КТО, КАК И КОГДА ДОЛЖЕН ИХ ПРИМЕНЯТЬ http://buhguru.com/buhgalteria/kassa/onlayn-kassyi-2.html

3. Федеральный закон от 3 июля 2016 г. N 290-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «О применении контрольно-кассовой техники при осуществлении наличных денежных расчетов и (или) расчетов с использованием платежных карт» и отдельные законодательные акты Российской Федерации»

ВОЗМОЖНОСТИ ПАРТНЕРСКОГО МАРКЕТИНГА ПРИ ПРОДВИЖЕНИИ ПРОДУКТОВ И УСЛУГ В СЕТИ ИНТЕРНЕТ

Свитов А.С.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Кризисные явления в экономике заставляют обращать внимание рекламодателей на более бюджетные источники привлечения клиентов. Одним из низкозатратных и эффективных способов продвижения услуг организаций является проведение партнерских продаж. О росте популярности партнерских программ в Интернете свидетельствует факт возрастания количества партнерских сетей, являющихся посредниками между представителями бизнеса и партнерами, занимающимися привлечением клиентов [1].

Партнерский маркетинг как одна из востребованных форм продвижения продуктов и услуг имеет множество определений. Автором на основе собственного практического опыта составлено следующее определение: под партнерским маркетингом в Интернете понимаются коммерческие отношения между рекламодателями и партнерами, основанные на факте оплаты исключительно целевых для рекламодателей действий, таких как заявка, покупка продукта или услуги, подписка на рассылку, регистрация на сайте и т.д. Другими словами,

для рекламодателя не важно, сколько посетителей привлек партнер на сайт организации или сколько средств потратил партнер на привлечение данных посетителей – важно, сколько привлеченных пользователей совершили нужное для рекламодателя целевое действие. Как правило, многие партнеры для привлечения клиентов используют собственные информационные сайты, но также часто используются и различные рекламные системы (например, контекстную, таргетированную или тизерную рекламу).

Основные участники рынка партнерского маркетинга в сети Интернет с описанием их ролей и целей представлены в табл. 1.

Таблица 1 – Участники партнерского маркетинга и их роль

Участники бизнес-процессов	**Функции и цели участников**
Рекламодатель	2. Желает увеличить продажи собственного продукта или услуги 6. Предоставляет возможность заработка практически каждому человеку в сети Интернет
Партнерская (CPA) сеть	7. Организует взаимодействие партнеров и рекламодателей 8. Подготавливает промо-материалы для рекламных кампаний (баннеры, ссылки, тексты и т.д.) 5. Оказывает техническую поддержку вебмастерам, производит выплаты партнерских вознаграждений 6. Проверяет качество партнерских площадок и поступающего трафика
Вебмастер	7. Привлекает посетителей на сайт рекламодателя 8. Имеет возможность дополнительного заработка за счет получения партнерских вознаграждений

Использование возможностей партнерского маркетинга приводит к тому, что стоимость привлеченного клиента получается близкой к нулю, так как у организации отсутствуют затраты на оплату рекламы. Тем не менее не каждая организация может быть принята в партнерскую сеть, так как существует ряд требований и прежде всего отдается предпочтение крупным организациям, способным принять и обработать большие объемы заявок.

В настоящее время практически каждая крупная организация, занимающаяся ведением бизнеса с использованием сети Интернет, имеет собственную партнерскую программу. В наиболее крупной в российском сегменте Интернета партнерской сети Admitad.com зарегистрировано на текущей момент более 800 компаний и более 400 000 партнеров.

Что касается сфер онлайн-бизнеса, в которых ведут деятельность размещающиеся в партнерских сетях организации, то их можно разделить на следующие сегменты [2]:

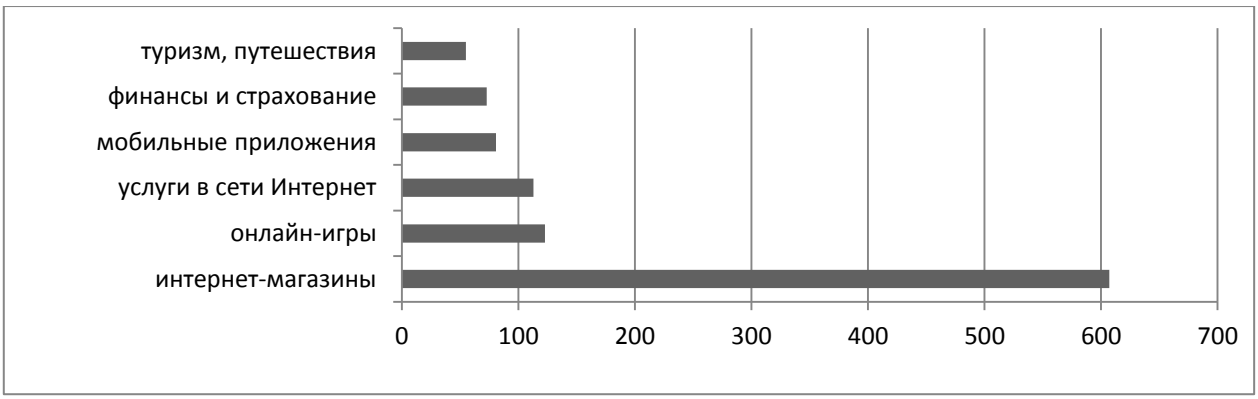


Рис. 1. Количество партнерских программ по их тематикам, зарегистрированных в сервисе Admitad.com по состоянию на октябрь 2016 г.

Сравнивая представленные данные с аналогичными данными по состоянию на март 2014 г. [3], можно отметить более чем двукратный рост числа зарегистрированных рекламодателей в таких направлениях, как интернет-магазины, туризм, мобильные приложения, интернет-услуги.

Таким образом, партнерский интернет-маркетинг представляет собой форму взаимовыгодного сотрудничества, при которой рекламодатель способен привлекать дополнительных клиентов, не расходуя рекламный бюджет, а веб-мастер – получать дополнительный заработок, привлекая целевых посетителей на сайт рекламодателя.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

4. Каталог CPA сетей. Обзоры и сравнения CPA сетей на CPAInform.ru [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://cpainform.ru/networks/ (дата обращения: 01.11.2016)

5. Каталог партнерских программ / admitad [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.admitad.com/ru/webmaster/offers/ (дата обращения: 29.10.2016)

6. Дейнекин Т.В. Понятие и организация партнерского онлайн-маркетинга / Т.В. Дейнекин // Интернет-журнал «Науковедение». – 2014. – № 2. – С. 3.

ПРИМЕР ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ТЕХНОЛОГИИ VBA ДЛЯ АВТОМАТИЗАЦИИ УЧЕТНОЙ И АНАЛИТИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НА ПРЕДПРИЯТИИ

Сочнева А.С.

Национальный исследовательский университет Высшая школа экономики

Современное развитие компьютерной техники и информационных технологий позволяет внедрять прикладные программные продукты не только на

предприятиях крупного бизнеса, но и в секторе малого и среднего предпринимательства. Большинство фирм ведет бухгалтерский, складской учет, учет клиентов с применением прикладных программных продуктов.

Наряду с прикладными программными продуктами, повсеместно используется пакет Microsoft Office, такие приложения как MS Word – для создания текущей документации, MS Excel – для учета и анализа некоторых сфер деятельности предприятия, MS Outlook – для создания клиентской базы.

Программы MS Office просты в использовании, интуитивно понятны, привычны, отлично интегрируются между собой. Еще одним достоинством пакета MS Office является наличие встроенного языка программирования Visual Basic for Application (VBA). Наиболее эффективно применение VBA при создании пользовательских приложений, автоматизирующих рутинные операции.

Рассмотрим пример использования VBA для конкретной практической ситуации. Программа используется на предприятии, которое занимается доставкой нерудных материалов речным транспортом. В рамках приложения выполняются следующие функции:

- хранение справочной информации о товарах, поставщиках, покупателях, судах, доставляющих груз, площадках выгрузок;
- хранение справочной информации о кранах, осуществляющих разгрузку (название, нормы расхода ГСМ);
- история о выгрузках нерудных материалов на площадки;
- составление отчетов: о расходовании ГСМ определеннм краном за месяц, акты сверки поставки материалов покупателям, акты сверки получения товара от поставщика и т. д.

Приложение состоит из трех листов: Исходные данные, Таблица, Отчет по топливу. Лист «Исходные данные» хранит справочную информация для форм и отчетов. Лист «Таблица» содержит форму для добавления информации о выгрузке, хранит историю выгрузок. Лист «Отчет по топливу» формирует отчет о расходовании ГСМ за определенный месяц, содержит нормативные значения расходов ГСМ и информацию о перерасходе или экономии.

Форма для добавления данных о выгрузке представлена на рис. 1.

В процессе загрузки формы происходит добавление исходных данных в некоторые поля формы. Например, добавляются списки уже имеющихся грузов, причалов, судов, поставщиков и потребителей. Если соответствующего наименования нет в списке, его можно ввести в поле. Нажав кнопку «Добавить», данные будут добавлены на лист «Исходные данные». В дальнейшем они станут до-

ступны через список. На форме предусмотрен удобный способ ввода даты начала и окончания выгрузки через календарь.

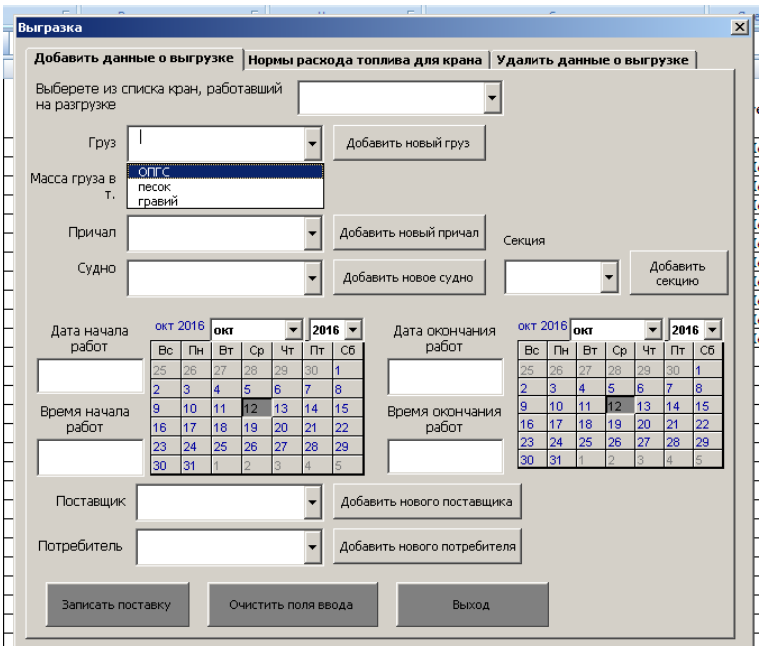


Рис. 1 – Форма для добавления данных о выгрузке

Чтобы рассчитать расход ГСМ крана, на листе «Таблица» рассчитывается время работы крана по каждой выгрузке. В результате ввода данных формируется история всех выгрузок (рис. 2).

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N
1	Дата начала разгрузк	Время начала разгрузк	Дата окончания разгрузк	Время окончания разгрузки	Месяц	Время работы	Кран	Судно	Масса груза	Наименование	Поставщик	Покупатель	Причал	Секция
2	21.06.2016	13:00	21.06.2016	23:00	6	600	ПК-817	БТМ-521	992	песок	ГротэкснерудГротэксНерудорский перекр			Б-3449
3	21.06.2016	23:30	22.06.2016	8:30	6	540	ПК-817	БТМ-521	834	песок	ГротэкснерудГротэксНерудорский перекр			Б-8113
4	22.06.2016	11:00	22.06.2016	19:30	6	510	ПК-817	БТМ-521	938	песок	ГротэкснерудГротэксНерудорский перекр			Б-3449
5	22.06.2016	20:30	23.06.2016	4:00	6	450	ПК-817	БТМ-521	795	песок	ГротэкснерудГротэксНерудорский перекр			Б-8113
6	23.06.2016	7:40	23.06.2016	16:00	6	500	ПК-817	БТМ-521	992	песок	ГротэкснерудГротэксНерудорский перекр			Б-3449

Рис. 2 – Таблица «История выгрузок»

Чем так полезно данное приложение?

Во-первых, ввод данных через форму позволяет сократить количество ошибок из-за некорректного или ошибочного ввода данных. Например, ошибки в наименовании поставщика или груза, неправильный формат даты, некорректное время.

Во-вторых, таблица «История выгрузок» в столбцах содержит данные одного типа и формата, а это значит, что ее можно обрабатывать с помощью фильтров, считать «Промежуточные итоги» и формировать «Сводные табли-

цы». Применение перечисленных методов обработки данных позволяет быстро и качественно формировать различные отчеты. Например, акты сверки для поставщиков и покупателей.

В-третьих, от пользователя не требуется никакой дополнительной подготовки. Элементарных знаний пакета MS Excel достаточно для работы с приложением.

При всех достоинствах, существуют и недостатки в технологии применения VBA. При переходе на новые версии MS Office или Windows может возникнуть необходимость адаптировать приложение.

ИНТЕРФЕЙС ПОЛЬЗОВАТЕЛЯ ИНТЕРНЕТ-РЕСУРСА ПО ОБМЕНУ КНИГАМИ

Трухина А.М.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Bookcrossing – это бурно развивающееся общественное движение, действующее по принципу социальных сетей. Оно может включать в себя элементы квеста, когда человек оставляет книгу в определенном месте и сообщает об этом на специально предназначенном ресурсе сети Интернет. Однако в нашей стране такой вид буккроссинга не очень популярен – люди не очень заинтересованы в поиске книги и зачастую ленятся или не имеют возможности оставлять электронное сообщение. В России в настоящее время развивается другая разновидность – создаются места обмена книг, где люди могут подобрать себе книгу. Это могут быть кафе, библиотеки или просто стихийные беседки на улице.

Для полноценного функционирования деятельности такого рода необходим электронный ресурс, который позволит людям обмениваться сообщениями о книгах, будет хранить и предоставлять информацию о имеющихся в наличии книгах, книгах, взятых другими пользователями. Такой ресурс организовывается в виде сайта.

Обозначим требования к функционалу пользователя:

1. Возможность регистрации и авторизации
2. Возможность выкладывания новой книги для обмена
3. Возможность создать объявление
4. Возможность указать, что книга взята пользователем

Структура проекта выглядит следующим образом:

Название файла	**Описание**
index.php	Главная страница сайта содержит: • Описание • Обзор на все выложенные/взятые книги из точки обмена • Кнопка перехода к просмотру всех объявлений • Ссылки на выкладывание новой книги и создание нового объявления • Форма поиска книг по названию/автору, жанру и статусу • Форма входа и кнопка регистрации. До авторизации пользователю доступен просмотр книг и дата их изменения. После нажатия на кнопку регистрации (“Check in”) меняется контейнер в форме на форму регистрации. При нажатии на кнопку входа (“Log in”) открывается доступ к функционалу: • Размещение книг • Создание объявлений • Информация о пользователях, изменяющих статус книги и выкладывающих объявление
auth.php	Форма авторизации, включающая следующие элементы: • Текстовое поле для ввода логина • Текстовое поле для ввода пароля • Кнопка входа (“Log in”) типа submit • Кнопка регистрации (“Check in”) типа submit
reg.php	Форма регистрации
connect.php	Связь с базой данных
header.php	“Шапка” для каждой страницы сайта, содержащая: • Описание • Ссылки для создания объявления и добавления книги • Форму авторизации • Форму поиска
search.php	Форма поиска Поиск осуществляется как по ключевым буквам (частям слова) названия книги, так и по фамилии автора. Для просмотра списка книг можно выбрать ее статус из двух предложенных (“Выложена”, “Взята”) Так же осуществляется поиск по жанру книги с помощью выпадающего списка жанров
ads.php	В контейнере появляется форма добавления новой книги с полями и соответствующими им заголовками: • Название книги • Автор • Жанр(radio-button) • Описание
new_ad.php	В контейнере появляется форма добавления нового объявления с полями и соответствующими им заголовками: • Заголовок • Текст объявления Для добавления нового объявления необходимо заполнить все поля и отправить форму на сервер с помощью кнопки “Создать объявление”.
view_ad.php	Просмотр всех объявлений. Программно он обращается к БД, запрашивая и выводя на экран: • Заголовок объявления • Текст объявления

	• Дату • E-mail пользователя, выложившего объявление
new_book.php	При добавлении новой книги(ads.php) файл отправляет следующие данные в БД на сервер: • Название книги • Автор книги • Жанр • Описание • Дату • Логин пользователя Книга автоматически приобретает статус «Выложена» и появляется на главной странице в списке всех книг.
myprofile.php	Форма личного профиля с возможностью увидеть свой текущий e-mail, поменять его или поменять свой пароль
mybooks.php	В контейнере появляется форма книг, выложенных или взятых пользователем с возможностью здесь же выложить книгу в обмен, увидеть свои книги, их последнюю дату обмена и статус.
logout.php	Завершает сессию логина, т.е. выходит из профиля при нажатии на кнопку Exit.

Данное направление перспективно. Созданный проект безусловно можно развивать, добавляя различный функционал. Например, защиту смены пароля, расширение количества беседок и точек обмена.

ОСНОВНЫЕ ПРИНЦИПЫ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ИНФОРМАЦИОННОЙ БЕЗОПАСНОСТИ СТРАНЫ

Шарова А.Ю.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Национальная безопасность всегда была, остается и будет необходимым оплотом для существования любого государства. Под ней принято считать безопасность, которая обеспечивает целостность государства, совершенствование его законодательных, исполнительных структур, разрешение различного рода конфликтов [6].

В современном обществе одной из приоритетных государственных задач в ведении политики национальной безопасности выступает защита информации. Поэтому на протяжении нескольких десятков лет и на сегодняшний день актуальный характер носит понятие «информационная безопасность».

Многие ученые по-разному трактовали понятие информационной безопасности. Например, один из крупных ученых в области методологии науки и техники А. Д. Урсул понимал под ней состояние защищенности основных сфер жизнедеятельности по отношению к опасным информационным воздействиям. Исследователь Г.Г. Феоктистов вкладывал такой смысл в рассматриваемое понятие: получение максимальной информации о потенциальных действиях своих оппонентов и минимальная утечка информации о своих планах.

У Дорожкина А.В. и Ясенева В.Н. под обеспечением информационной безопасности подразумевается взаимосвязанное решение двуединой задачи: с одной стороны, защита информации от ее разрушения и несанкционированного обращения с нею, с другой – защита людей и информационно-управляющих систем от разрушающего воздействия информации [3, с. 812].

Целью данной статьи является анализ принципов обеспечения информационной безопасности страны. В Доктрине информационной безопасности Российской Федерации под информационной безопасностью понимают состояние защищенности ее национальных интересов в информационной сфере, определяющихся совокупностью сбалансированных интересов личности, общества и государства [1].

Мещеряков И. В. отмечает, что информация в настоящее время является одним из наиболее важных ресурсов в системе государственного управления. Государственная информационная политика является неотъемлемой категорией внешней и внутренней политики страны [5, с. 53]. Успехи или неудачи информационной политики воздействуют на все сферы жизни общества и государства. По мнению Бельских И.Е., на фоне всевозрастающей интенсивности развития информационной инфраструктуры и интеграции в мировое информационное пространство с каждым днем эффективность функционирования политических и экономических институтов социума все больше зависит от качества информационной среды [2, с. 299].

Как пишет Мещеряков И. В., в условиях современного развития электронных коммуникаций и всевозрастающего потока данных обеспечить защиту информации становится все сложнее. Развитие технологий, повышающих информационную и идеологическую уязвимость политических систем требуют от государства массу усилий на контроль за такими технологиями [5, с. 54].

В этих условиях особое внимание нужно уделить классификации возможных угроз безопасности. В законе РФ «О безопасности» угрозы подразделяются на внешние и внутренние. К внешним источникам угроз относят прежде всего действия иностранных разведывательных структур, кото-

рые ставят перед собой различные цели в похищении информации: военные, космические, ядерные разработки и другое. Внутренние источники – это неблагоприятная криминальная обстановка в стране, незащищенность интересов граждан и низкий уровень правоприменительной практики.

Кандидат юридических наук А. Ю. Кирьянов выделил несколько, по его мнению, главных задач по защите национальных интересов в области информационной безопасности. Вот некоторые из них [4, с. 42]:

1. Формирование долгосрочной программы для выхода на новый уровень, сравнимый с международным в области информационных технологий
2. Формирование гражданского общества, развитие науки и культуры путем свободы получения и распространения информации гражданами
3. Формирование федеральных и законодательных центров сертификации систем элементов информационной защиты и др.

В доктрине информационной безопасности РФ рассматриваются такие принципы информационной безопасности [1]:

1. Соблюдение Конституции Российской Федерации, законодательства Российской Федерации, общепризнанных принципов и норм международного права при осуществлении деятельности по обеспечению информационной безопасности Российской Федерации;
2. Открытость в реализации функций федеральных органов государственной власти, органов государственной власти субъектов Российской Федерации и общественных объединений, предусматривающая информирование общества об их деятельности с учетом ограничений, установленных законодательством Российской Федерации;
3. Правовое равенство всех участников процесса информационного взаимодействия вне зависимости от их политического, социального и экономического статуса, основывающееся на конституционном праве граждан на свободный поиск, получение, передачу, производство и распространение информации любым законным способом;
4. Приоритетное развитие отечественных современных информационных и телекоммуникационных технологий, производство технических и программных средств, способных обеспечить совершенствование национальных телекоммуникационных сетей, их подключение к глобальным информационным сетям в целях соблюдения жизненно важных интересов Российской Федерации.

В статье российского политолога И. Л. Морозова выделяются нижеследующие виды информационно-психологического оружия, которое направляется против конкретного государства:

1. Системы дистанционного искажения или уничтожения информации: компьютерные вирусы, логические бомбы;
2. Системы хищения информации: электронные шпионы;
3. Системы комплексного воздействия на психику пользователей: мультимедийные сайты.

Государство может и должно защищать свою информационную безопасность. Мерами противодействия информационному оружию являются контрдействия со стороны государства. М. Либицки предложил классификацию форм информационного противоборства:

1. Борьба с системами управления: предусматривает их физическое уничтожение и отсечение командных структур противника;
2. Информационно-разведывательные операции: предполагают оперативный сбор, обработку и доведение до конечного пользователя максимально полной информации о противнике в режиме реального или близком к реальному времени;
3. Электронная борьба: представляет собой снижение информационных возможностей противника. В соответствии с этим она подразделяется на радиоэлектронную (в частности, путем постановки активных и пассивных помех), которая считается главным направлением, криптографическую (искажение и ликвидация собственно информации) и борьбу с коммуникационными системами противника;
4. Психологические операции представляют собой комплекс мероприятий по распространению специально подготовленной информации для воздействия на эмоциональное состояние, мотивацию, аргументацию действий, принимаемые решения и поведение оппонентов в благоприятном для заказчика направлении;
5. Хакерская борьба: представляет собой действия с применением программных средств (программно-математическое воздействие на информационно-коммуникационные сети), направленные на использование, искажение, подмену или уничтожение информации, содержащейся в базах данных компьютеров и информационно-коммуникационных сетей, а также на снижение эффективности функционирования либо вывод из строя самих компьютеров и компьютерных систем;

6. Кибернетическая борьба: охватывает полный комплекс проблем и аспектов (организационные, доктринальные, стратегические, тактические, технические) ведения информационных операций и в настоящее время становится все более актуальной именно в военной сфере;

7. Экономическая борьба: представляет собой комплекс методов и средств информационного воздействия в экономической сфере.

Представленный комплекс мер должен быть использован государством симметрично возникающим угрозам.

На наш взгляд, для достижения хорошего уровня безопасности в сфере информационных технологий необходимо постоянно проводить изучение и выявлять слабые места в системе обеспечения информационной защиты. Необходима разработка эффективной системы получения информации, а также ужесточение законодательной базы, связанной с кибермошенничеством. Важна развитая система мониторинга состояния информационной безопасности для своевременного выявления угроз национальной безопасности. Необходимо создать механизм, который быстро будет выявлять нарушения в работе какого-либо субъекта, например предприятия.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

7. Доктрина информационной безопасности Российской Федерации (утв. Президентом РФ 9 сентября 2000 г. № Пр.-1895)//Российская газета. 2000. № 187

8. Бельских И. Е. Коммуникации в промышленном бизнесе: в поисках инновационной национальной стратегии / В сборнике: Информационная экономика: институциональные проблемы Материалы Девятых Друкеровских чтений. Под ред. Р. М. Нижегородцева. Москва, 2009. С. 299–307.

9. Дорожкин А.В. Информационная безопасность как инструмент обеспечения экономической безопасности хозяйствующего субъекта / А.В. Дорожкин, В.Н. Ясенев // Экономика и предпринимательство. – 2015. – № 5 (ч.1). – С. 812–816.

10. Кирьянов А. Ю. Сущность информационного аспекта национальной безопасности Российской Федерации / А.Ю. Кирьянов // Международное публичное и частное право. – 2005. – № 3. – С. 42.

11. Мещеряков И. В. Государственная информационная политика как элемент системы национальной безопасности / И.В. Мещеряков // Молодой ученый. – 2016. – №1. – С. 553-556.

12. Нуждин Ю.Ф. Национальная безопасность в контексте современного политического процесса России: Теория и политика обеспечения: дис. … д-ра полит. наук / Ю.Ф. Нуждин. – М., 2002.

Секция 11. МАТЕМАТИЧЕСКИЕ МЕТОДЫ АНАЛИЗА ПРОБЛЕМ ЭКОНОМИКИ И БИЗНЕСА

МАТЕМАТИЧЕСКАЯ МОДЕЛЬ ЭНДОГЕННОГО ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА С УЧЕТОМ НАКОПЛЕНИЯ ФИЗИЧЕСКОГО И ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО КАПИТАЛОВ И РАЗНООБРАЗИЯ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ФАКТОРОВ

Балахнина Т.А.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Настоящая работа посвящена изучению и анализу математической модели эндогенного экономического роста с учетом динамики накопления физического и человеческого капитала и разнообразия экономических факторов, рассматриваемой в работе [1]. Эта модель представляет собой дальнейшее развитие классической модели П. Ромера [2]. Её авторы ввели в модель П. Ромера некоторые важные усовершенствования, ставшие в дальнейшем весьма популярными в экономико-математической литературе и послужившие основой для построения ряда более общих моделей экономического роста; отметим здесь модели, представленные в статьях [3,4].

В статье [1] анализируется переходная динамика экономической системы с учетом динамики накопления физического и человеческого капитала и разнообразия экономических факторов. Авторы исследуют вопросы выделения определенных стадий роста, связанных с различными основными источниками роста. При этом на первом этапе физический капитал является единственным и важнейшим «драйвером» роста; на втором этапе важнейшим «драйвером» выступает уже человеческий капитал, а на третьем этапе роль такого «главного драйвера» исполняет уже научно-исследовательская деятельность (НИОКР). Как указывают авторы статьи [1], современные учебники по теории экономического роста, как правило, содержат три основных теоретических части, каждая из которых посвящена различным подходам в теории роста. Первая часть обычно начинается с обсуждения неоклассической модели Р. Солоу (1956) вместе с эндогенной «траекторией» сбережения, построенной в работах Касса (1965) и Купманса (1965). Вторая часть знакомит с теорией эндогенного роста на основе накопления физического и человеческого капитала (работы Узава

(1965), Лукаса (1988), Ребело (1991), Кабаллье и Сантоса (1993)). В третьей же части в качестве основного механизма роста выступают НИОКР. На этой идее основаны модели экономического роста П. Ромера (1990), Гроссмана и Хелпмана (1991), Агиона и Хоувитта (1992).

Авторы статьи [1] отмечают, что на вопрос: «модель какого типа из трех описанных является лучшей и наиболее подходящей», профессионалы чаще всего отвечают: (А) это зависит от обстоятельств, (В) каждая модель имеет свои достоинства. Одна из целей работы [1], как указывают её авторы, показать, что все эти ответы являются верными и теоретически обоснованными. К сожалению, в своих теоретических построениях авторы статьи [1] допустили ряд неточностей; эти просчеты были исправлены в работе [5] (см. также [6, 7]). Модель экономического роста, предложенная в статье [1], позволяет объяснить, что каждый раз переход экономической системы на более высокую ступень развития происходит эндогенно. Другими словами, предложенная в работе [1] модель демонстрирует в целом более богатую, чем обычно, динамику переходных процессов. Исследования, проведенные в работе [1], в определенной мере основаны и на использовании численных методов расчета переходных процессов. Проведение подобных численных расчетов является достаточно сложной задачей (по-видимому, впервые на этот факт было обращено внимание в работе [8]). Такие вычисления, как правило, основаны на технологии «обращения времени». По всей вероятности, впервые такая технология применительно к задачам теории экономического роста была применена в работе [9]. Как указано в работах [3, 1]) соответствующие вычисления проведены некорректно. Эти недочеты были исправлены в работе [3], где, кроме того, описана авторская методика расчета переходных процессов.

В настоящей работе проводится подробный анализ и обсуждение важнейших теоретических построений и результатов работ [1,5].

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Funke M. On endogenous growth with physical capital, human capital and product variety / M. Funke, H. Strulik // European Economic Review. −2000. −Vol. 44. − P. 491−515.

2. Romer P.M. Endogenous Technological Change / P.M. Romer // Journal of Political Economy. – 1990. – Vol. 98. – № 5. – P. 71.

3. Gómez M.A., Transitional Dynamics in an Endogenous Growth Model with Physical Capital, Human Capital and R&D / M.A. Gómez // Studies in Nonlinear Dynamics and Econometrics. – 2005. – Vol. 9. – №1. Article 5, 20pp. doi: 10.2202/1558-3708.1240.

4. Sequeira T.N. Facts and distortions in an endogenous growth model with physical capital, human capital and varieties / T.N. Sequeira // Portugal Economic Journal. – 2012. –Vol. 11, –№ 3. – P. 171–188.

5. Arnold L.G., Endogenous growth with physical capital, human capital and product variety: A comment / L.G. Arnold // European Economic Review. – 2000. – Vol. 44. –P. 1599−1605.

6. Arnold, L.G., Endogenous technological change: A note on stability / L.G. Arnold // Economic Theory. – 2000. – Vol. 16. – P. 219–226.

7. Arnold L.G., Stability of the market equilibrium in Romer's model of endogenous technological change: A complete characterization / L.G. Arnold // Journal of Macroeconomics. – 2000. – Vol. 22. – № 1. –P 69–84.

8. Samuelson P. A. The General Saddlepoint Property of Optimal Control Motions / P. A. Samuelson // Journal of Economic Theory. – 1972. – vol. 12. – № 5. – P. 102–120.

9. Mulligan C.B., Sala-i-Martín X., Transitional dynamics in two sector models of endogenous growth / C.B. Mulligan // Quarterly Journal of Economics. – 1993. – Vol. 108. – P. 739−773.

АНАЛИЗ ФАКТОРОВ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА РЕГИОНОВ РОССИИ С ПРИМЕНЕНИЕМ МОДЕЛЕЙ ПАНЕЛЬНЫХ ДАННЫХ

Барышев Н.С.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Одной из наиболее актуальных задач для современного научного сообщества является выявление детерминант экономического роста и развития стран и регионов, так как обеспечение устойчивого экономического роста является одной из наиболее важных государственных задач. Проблема состоит не только в отборе ключевых факторов, определяющих темпы экономического роста, но и в статистическом обосновании значимости возможных детерминант. Поэтому эконометрические методы и модели играют важную роль в современных исследованиях в области теории экономического роста.

В рамках настоящей работы был проведен эконометрический анализ с применением моделей панельных данных влияния ряда факторов на валовой региональный продукт в регионах России: стоимости основных фондов, численности работников, объема инвестиций и затрат на технологические инновации. Спецификация модели была выбрана в виде производственной функции Кобба-Дугласа с учетом некой инновационной компоненты, которая позволяет отразить влияние процесса модернизации и технологического обновления на экономический рост в субъектах РФ.

Были проанализированы статистические данные Федеральной службы государственной статистики [3] по 80 субъектам за 2010-2014 годы. Для более точного анализа и для дальнейшего правильного сопоставления и интерпрети-

рования полученных результатов все показатели по всем годам были приведены к ценам базового 2008 года.

Панельные данные представляют набор наблюдений за рядом экономических объектов в последовательные моменты времени. Наличие как пространственной, так и временной составляющей требует применения специальных методов [1, 2], позволяющих, например, учитывать и анализировать индивидуальные отличия между экономическими объектами, что невозможно в случае регрессионного анализа пространственных данных. Таким образом, модели панельных данных благодаря своей структуре позволяют построить более гибкие и содержательные модели.

В работе были построены отдельные регрессионные модели валового регионального продукта для каждого года, модель пула, объединяющая все периоды времени, и модель с фиксированными эффектами, учитывающая воздействие различных периодов времени на экономическое развитие региона. Также была рассмотрена спецификация модели с фиксированными эффектами, которая учитывает региональные особенности субъектов. Подобное уточнение может оказывать важное воздействие на результаты моделирования в силу значительной территориальной протяженности России и несомненного влияния исторических, климатических и географических особенностей региона на уровень его экономического развития и темпы экономического роста.

Результаты эконометрического анализа показывают значимость указанных факторов (стоимость основных фондов, численность работников, объем инвестиций и затраты на технологические инновации) в модели валового регионального продукта, что подтверждает гипотезу о решающем воздействии инноваций и технологических изменений на экономический рост, таким образом, подтверждая важность и необходимость модернизации производства в промышленности и РФ и важность инвестиций в сферу наукоемких технологий и создания инновационных продуктов.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Носко В.П. Эконометрика. Кн. 2. Ч. 3, 4: учебник / В.П. Носко. – М.: Издательский дом «Дело» РАНХиГС, 2011. – 576 с.

2. Ратникова Т.А. Анализ панельных данных и данных о длительности состояний: учеб.пособие/ Т.А. Ратникова, К.К. Фурманов. – М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2014. – 373 с.

3. http://www.gks.ru/

ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ ОПЦИОНОВ С ДИНАМИЧЕСКИ КОРРЕЛИРУЮЩЕЙ СТОХАСТИЧЕСКОЙ ПРОЦЕНТНОЙ СТАВКОЙ

Будылин О. Д.
Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Сформулируем вначале необходимые нам в дальнейшем определения.

Опцион – это контракт, который дает своему владельцу право на продажу или покупку финансового актива по определенной (заранее установленной) цене на конкретную дату.

Как правило, среди факторов, наиболее сильно влияющих на формирование цены опциона, выделяют следующие: цена базового актива, волатильность, время до истечения опциона.

Модель ценообразования опционов – это модель, объясняющая случайный порядок формирования стоимости опциона.

В данной работе проведен численный эксперимент по моделированию цены опциона с использованием трех моделей: модели Блэка-Шоулза (1973), модели Мертона (1973) и модели Рабиновича (1989). Процесс численного моделирования заключался в сравнении цены опционов, полученных по модели Мертона и модели Рабиновича с включенной динамической корреляцией с ценами опционов, полученных по модели Мертона и по модели Рабиновича с постоянной корреляцией. Для этого были выбраны следующие значения параметров (следуя методологии [8,12,13]):

Общие для всех моделей:

$$S = 80 \text{ (текущая цена)}, \quad К = 100 \text{ (страйк цена)},$$

$\delta_s = 0.2$ (волатильности) $r_c = 0/05$ (безриск. % ставка)

T = 0.5 – 5 (период опциона)

Для постоянной корреляции: $\rho_c = 0.2$.

Параметры динамической корреляционной функции:

$\rho_0 = 0.2,\ k_\rho = 2,\ \mu_\rho = 0.5,\ \sigma_\rho = 0.2.$

Параметры для модели Мертона:

$r_0 = 0.05,\ \mu_r = 0.001,\ \sigma_r = 0.1.$

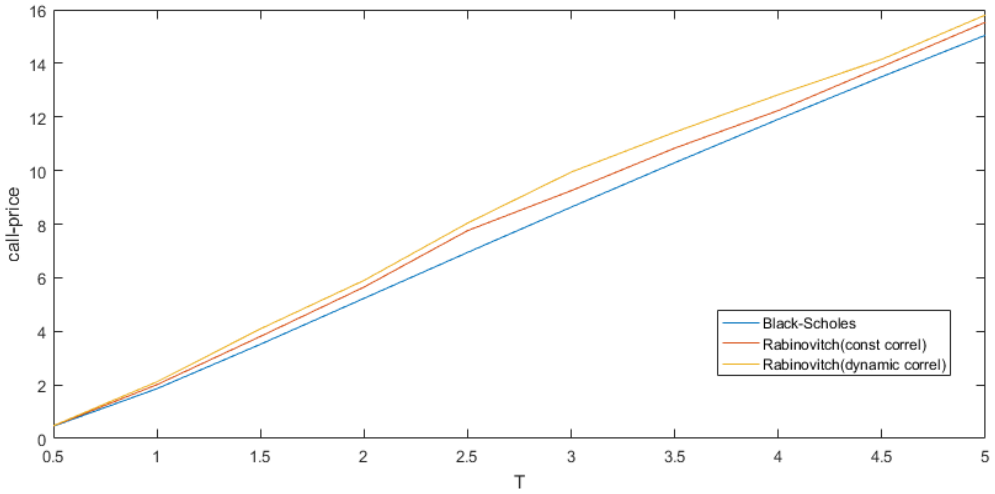
Параметры для модели Рабиновича:

$$r_0 = 0.05,\ k_r = 2, \quad \mu_r = 0.001,\ \sigma_r = 0.1.$$

Результаты сравнения численного моделирования для модели Блэка-Шоулза и модели Рабиновича (см. рис. 1) показывают, что разница в вычисленных ценах call–опциона присутствует, но в целом достаточно невелика. Включение динамической корреляции в модель также не сильно изменило полученные результаты. Те же самые результаты справедливы и для модели Мертона(см. рис. 2). Можно увидеть разницу между моделью Блэка-Шоулза и моделями с использованием стохастической процентной ставки. Тем не менее эмпирические данные показали, что стохастические процентные ставки (с постоянной корреляцией) могут не иметь значения для ценообразования опционов.

Для подтверждения результатов численного эксперимента произведена калибровка с использованием данных рынка.

Рисунок 1



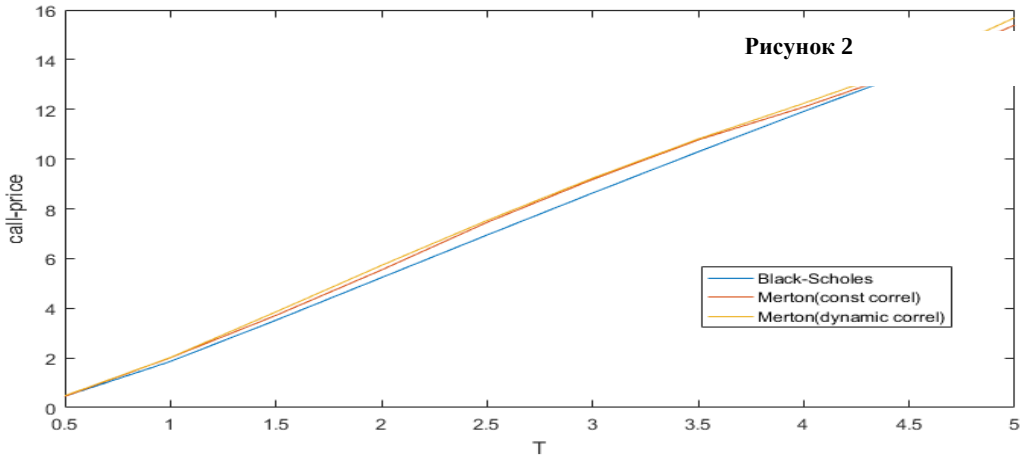


Рисунок 2

В обеих моделях (Мертона и Рабиновича) выбрано значение стохастической процентной ставки и кривой доходности на 27 июня 2015 года: $\mu_r = 0.003, \sigma_r = 0.016$ (краткосрочная процентная ставка по Мертону) и $k_r = 7.225$, $\mu_r = 0.058, \sigma_r = 0.8278$ (краткосрочная процентная ставка по Рабиновичу (Васичеку)). В качестве данных рынка использованы рыночные цены оп-

ционов на индексе DAX в тот же день со «спот» ценой S = 7858.5, для сроков погашения $0.5 - 3$ лет и ценами исполнения $K/S = 0.9, 1, 1.1$.

Результаты калибровки представлены в табл. 1 (для случая постоянной корреляции) и в табл. 2 (для случая динамической корреляции).

Таблица 1 – Оценка параметров для постоянной корреляции (DAX)

Модель	σ_S	ρ_c	RMSE
Модель Мертона	0,18	0,99	1,96
Модель Рабиновича	0,18	-0,304	1,312

Таблица 2 – Оценка параметров для динамической корреляции (DAX)

Модель	σ_S	ρ_0	k	μ	σ	RMSE
Модель Мертона	0,19	-0,99	3,73	6	0,001	1,916
Модель Рабиновича	0,19	-0,501	6,054	-0,339	0,156	1,234

Каких-либо существенных улучшений от включения изменяющейся во времени корреляции в модель не наблюдается. Кроме того, результаты калибровки показывают, что значение k довольно велико, а значение σ мало в обоих случаях, это означает, что динамическая корреляция будет быстро двигаться к своему равновесию и принимать значение, близкое к значению величины использованной постоянной корреляции. Это означает, что не будет больших различий между использованием постоянной и динамической корреляции. Отсюда следует также, что нет существенной разницы между ценой опционов, полученных в моделях с постоянной корреляцией, и ценой опционов, полученных в моделях с динамической корреляции. Особенно явно это проявляется, если рассматривается длительный срок погашения.

Таким образом, можно сделать вывод, что включение динамической корреляции не позволяет улучшить калибровку моделей. Включение стохастической волатильности, вероятно, могло бы решить эту проблему. Это также означает, что полученные экспериментальные результаты совпадают с утверждением, что включение только стохастической процентной ставки не повышает качества ценообразования. Более того, полученные результаты показывают, что калибровка не становится лучше даже от включения динамической корреляции между стохастической процентной ставкой и базовой.

Моделирование было проведено с помощью ПО Matlab.

Для вычисления данных по модели Блэка-Шоулза была использована функция из пакета Financial Toolbox.

[Call, Put] = blsprice(Price, Strike, Rate, Time, Volatility, Yield).

Для вычисления данных по модели Мертона и Рабиновича были разработаны функции mertonprice() и rabprice().

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Teng L. Option pricing with dynamically correlated stochastic interest rate, University of Wuppertal / L. Teng, M. Ehrhardt, M. Genther // Preprint. − 2014.

2. Black F. The Pricing of Options and Corporate Liabilities / F Black., M. Scholes // J. Plit. Econ. – 1973. Vol. 81. No. 3. – pp. 637–654.

3. Bakshi G. Pricing and hedging long-term options / G. Bakshi, C. Cao, Z. W. Chen // J. Econometrics. 2000. Vol. 94. pp. 277 – 318.

4. Bakshi G. Empirical performance of Alternative Option Pricing Models / G. Bakshi, C. Cao, Z. W. Chen // J. Financ. 1997. Vol. 52. No.5. pp. 2003 – 2049.

5. Heston S. L. A Closed-Form Solution for Options with Stochastic Volatility with Applications to Bond and Currency Options / S. L. Heston // Re. Financ. Stud. 1993. Vol. 6. No. 3. pp. 327 – 343.

6. Hull J. The Pricing of Options on Assets with Stochastic Volatilities / J. Hull, A. White // J. Financ. 1987. Vol. 42. No. 2. pp. 281 – 300.

7. Kim Y. J. Option Pricing under Stochastic Interest Rates: An Empirical Investigation / Y. J. Kim // ASIA-PA. Finan. Markets. 2002. Vol. 9. pp. 23 – 44.

8. Merton R. The theory of rational option pricing / R. Merton / Bell J. Econ. 1973. Vol. 4. No. 1. pp. 141–183.

9. Rabinovitch R. Pricing Stock and Bond Options when the Default-Free Rate is Stochastic // J. Financ. Quant. Anal. 1989. Vol. 24. No. 4. pp. 447 – 457.

10. Teng L.A Versatile Approach for Stochastic Correlation using Hyperbolic Functions / L. Teng, C.van Emmerich, M. Ehrhardt, M. Genther // Int. J. Comput. Math. 2015. Vol.10. pp. 1060 − 1076.

11. Teng L., Ehrhardt M., Genther M. Modelling Stochastic Correlation, University of Wuppertal / L Teng M. ., Ehrhardt, M. Genther // Preprint. − 2014.

12. Teng L. The Dynamic Correlation Model and its Application to the Heston Model, University of Wuppertal / L. Teng, M. Ehrhardt, M. Genther // Preprint. − 2014.

13. Teng L. The pricing of Quanto options under dynamic correlation/ / L Teng., M. Ehrhardt, M. Genther // J. Comput. Appl. Math. 2014. Vol. 275. pp. 304 – 310.

ИССЛЕДОВАНИЕ ДИНАМИКИ ИННОВАЦИОННОЙ АКТИВНОСТИ РЕГИОНОВ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ С ПРИМЕНЕНИЕМ

НЕЙРОСЕТЕВОГО МОДЕЛИРОВАНИЯ

Зайцева К.В.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Актуальной задачей перехода российской экономической системы на инновационный путь развития является ее структурная перестройка, цель которой – создание инновационной экономики, основанной на знаниях. Прирост высокопроизводительных рабочих мест зависит от внедрения передовых производственных технологий, что напрямую влияет на уровень инновационного развития регионов Российской Федерации. Особую значимость в статистике инноваций имеют показатели затрат на технологические инновации ввиду их экономической важности.

В настоящей работе проведено исследование динамики инновационной активности 73 регионов Российской Федерации по следующим показателям за 2012–2015 гг. [1, 2]: численность используемых передовых производственных технологий (единиц); прирост высокопроизводительных рабочих мест (единиц); затраты на технологические инновации организаций (млн руб.); объем инновационных товаров, работ, услуг (млн руб.). В исследование не включены 12 регионов РФ (Ненецкий автономный округ; Архангельская область; Республика Ингушетия; Кабардино-Балкарская Республика; Республика Северная Осетия - Алания; Чеченская Республика; Тюменская область; Республика Алтай; Республика Тыва; Чукотский автономный округ; Республика Крым; г. Севастополь) в связи с отсутствием данных по показателям.

В проведенном исследовании в качестве инструмента используются самоорганизующиеся карты (СОК) Кохонена [3 – 7], реализованные в программном пакете Viscovery SOMine [8]. В результате нейросетевого анализа регионы России распределились по трем кластерам. В качестве примера на рис. 1 представлена СОК Кохонена за 2015 г.

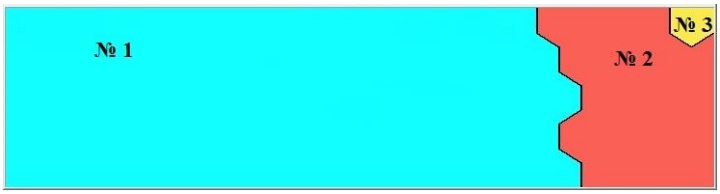
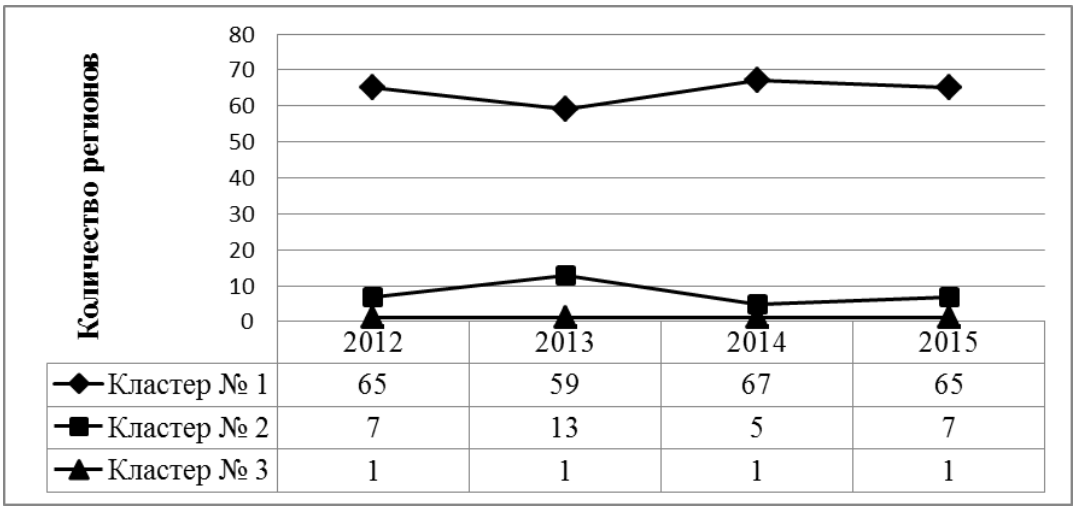


Рис. 1 – Самоорганизующаяся карта Кохонена за 2015 г.

В кластер № 1 вошли регионы с низкими значениями всех показателей инновационной активности, в кластер № 2 – регионы со средними значениями, а в кластер № 3 – один регион (г. Москва) с высокими значениями показателей.

На рис. 2 приведена динамика распределения регионов РФ по кластерам за период 2012–2015 гг.



	2012	2013	2014	2015
Кластер № 1	65	59	67	65
Кластер № 2	7	13	5	7
Кластер № 3	1	1	1	1

Рис. 2 – Динамика распределения регионов РФ по кластерам за 2012–2015 гг.

Из рис. 2 видно, что имеется сильная вариация числа регионов РФ по кластерам. Наибольшее количество регионов распределилось в кластер № 1, а наименьшее – в кластер № 3. В каждом из трех кластеров образовались ядра с постоянным составом определенных регионов. В ядро кластера № 1 вошли 59 регионов РФ. Ядро кластера № 2 составили 5 регионов: г. Санкт-Петербург, Московская, Нижегородская и Самарская области, Республика Татарстан, среди которых 3 региона Приволжского федерального округа. Кластер № 3 в течение рассматриваемого периода времени неизменно составлял г. Москва.

В табл. 1 показана статистика средних значений показателей регионов России по кластерам и общего среднего по России показателя за 2012–2015 гг.

Из анализа данных табл. 1 следует, что значение численности используемых передовых производственных технологий в кластере № 3 превышает значения данного показателя в кластерах № 1 и № 2, а также общее среднее по РФ значение в 5–7 раз. Значение этого показателя в кластере № 1 ниже общего среднего по России более чем на 1/3.

Прирост высокопроизводительных рабочих мест имеет отрицательную динамику в регионах Российской Федерации в течение всего рассматриваемого периода.

Таблица 1 – Статистика средних значений показателей регионов России по кластерам и общего среднего по России за период 2012–2015 гг.

Год	Номер кластера	Численность используемых передовых производственных технологий, единиц	Прирост высокопроизводительных рабочих мест, единиц	Затраты на технологические инновации организаций, млн. руб.	Объем инновационных товаров, работ, услуг, млн. руб.
2012	1	1769	16943	8445	19586
	2	7852	55929	66350	293825
	3	17948	304100	250657	701074
	Среднее по РФ	**2574**	**24615**	**17314**	**55216**
2013	1	1645	6334	6219	14973
	2	6028	30800	70336	206221
	3	14830	330000	179005	913242
	Среднее по РФ	**2607**	**15125**	**20005**	**61336**
2014	1	2005	6769	11921	26785
	2	10063	63940	82347	316520
	3	15645	-50500	221644	689282
	Среднее по РФ	**2744**	**9900**	**19617**	**55704**
2015	1	1934	-1638	8723	21643
	2	9832	-52229	62481	219771
	3	18838	-149300	190300	851600
	Среднее по РФ	**2923**	**-21647**	**16366**	**52009**

Затраты на технологические инновации организаций и объем инновационных товаров, работ, услуг имеют минимальное значение общего среднего по РФ показателя в 2015 г. и максимальное значение в 2013 г. Значения данных показателей в кластере № 3 (г. Москва) больше в 9–17 раз, а в кластере № 1 меньше на 40–75% по сравнению с общими средними значениями по России этих показателей.

Проведенное нейросетевое моделирование позволило выявить особенности динамики инновационной активности регионов РФ. Полученные результаты показали неравномерный характер инновационной деятельности регионов России. Для стимулирования инновационной активности как инновационно развитых регионов, так и регионов с наименьшей инновационной активностью необходимо принятие комплекса мер с целью успешной модернизации экономики Российской Федерации.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. http://www.gks.ru (дата обращения: 14.09.2016).
2. http://planetcalc.ru (дата обращения: 14.09.2016).
3. Перова В.И. Нейронные сети: учебное пособие. Часть 2 / В.И. Перова. – Н. Новгород: Изд-во Нижегородского госуниверситета, 2012. – 111 с.
4. Перова В.И. Нейронные сети в экономических приложениях. Часть 1. Нейронные сети, обучаемые без учителя: Учебное пособие/ / В.И. Перова. – Н. Новгород: Изд-во Нижегородского госуниверситета, 2012. – 135 с.
5. Кузнецов Ю.А. Использование нейросетевого моделирования в анализе деятельности крупнейших компаний Российской Федерации / Ю.А. Кузнецов, В.И. Перова // Экономический анализ: теория и практика. – 2010. – № 31 (196). – С. 32–42.
6. Кузнецов Ю.А. Нейросетевое моделирование финансово-экономической деятельности крупнейших компаний Поволжья / Ю.А. Кузнецов, В.И. Перова, Е.В. Воробьева // Экономический анализ: теория и практика. – 2011. – № 35 (242). – С. 25–36.
7. Кузнецов Ю.А. Нейросетевое моделирование динамики инновационного развития регионов Российской Федерации / Ю.А. Кузнецов, В.И. Перова, Э.Н. Эйвазова/ Региональная: теория и практика. – 2014. – № 4. – С. 18–28.
8. http://www.viscovery.net/ (дата обращения: 22.09.2016).

ДИНАМИКА ЦИФРОВОГО НЕРАВЕНСТВА И КОЛИЧЕСТВЕННАЯ ОЦЕНКА ЕГО УРОВНЯ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Игумнова Д.Д.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Уже в середине XX в. мировое научное сообщество начинает говорить о приоритете информации как формы социального капитала перед остальными формами капитала. Обладание знанием и информацией становится ценностью, а значит, и новым критерием, дифференцирующим общество (а также общества разных стран) на социальные группы и слои, неравные между собой.

Роль, которую играют информационные и коммуникационные технологии в этих процессах, становится все более значимой. В частности, считается, что они оказывают положительное влияние на темпы экономического роста (см., например, [1, 7, 9–11]).

«Цифровое неравенство» – это разрыв между теми, кто располагает регулярным и эффективным доступом к современным информационно-коммуникационным технологиям, и теми, кто подобным доступом не располагает (см., например, [6, 8]).

На сегодняшний день Интернет является самым быстроразвивающимся средством связи и дающим людям действительно безграничные возможности для общения друг с другом. Также пользователи сети Интернет имеют возможность использовать ее информационные ресурсы, которые ежедневно пополняются и обновляются (см., например, [5]).

В настоящее время существует множество способов соединения с сетью Интернет. На основе данных Министерства связи и массовых коммуникаций Российской Федерации и Росстата о числе пользователей Интернета за период 2011-2014 гг. могут быть выделены следующие способы доступа к сети:

1) фиксированная связь
2) ШПД (фиксированный широкополосный доступ)
3) спутниковая связь
4) беспроводная наземная связь
5) подвижная связь (подвижный радиотелефонный доступ).

Указанные способы доступа к сети Интернет и являются объектом настоящего исследования. В частности, в работе рассмотрен вопрос о распределении пользователей среди перечисленных видов связи. Это позволяет рассмотреть динамику развития Интернета в России и выяснить, какое направление является приоритетным, а также выяснить, в чем состоит специфика каждого доступа. Для измерения уровня и степени неравенства в работе применялись такие инструменты, как кривая Лоренца, коэффициент Джини и коэффициент Рейнбоу (см. [4]). При всей простоте этих инструментов они позволяют лучше понять характерные черты и особенности распределения различных показателей в обществе, позволяют математически строго определить некоторые глобальные и точечные закономерности этих распределений и всего общества (в частности, определить уровни неравенства).

Метод кривой Лоренца – графический метод расчета распределения доходов в обществе. Соответственно, сама кривая Лоренца – это графическое изображение функции распределения.

Коэффициент Джини – статистический показатель степени расслоения общества данной страны или округа по отношению к какому-либо изучаемому признаку. Мера неравенства, предложенная Джини, – это удвоенная площадь между кривой Лоренца и диагональю квадрата (см. подробнее [4]).

Коэффициент Рейнбоу – показатель, вычисленный с помощью интегральной функции распределения доходов в обществе. Он представляет собой соотношение материального достатка 10% богатых к 10% бедных (см. [4]).

Все виды доступа в Интернет подразделяются на фиксированные и мобильные. Ко вторым относят сотовую связь, распределение пользователей которой близко к равномерному. Данный вид связи уже получил широкое распространение – рынок можно назвать насыщенным, к 2015 году средняя доля абонентов составила 69% всего населения. Операторам мобильной связи приходится увеличивать свою аудиторию за счет отдаленных и малых населенных пунктов, что ведет к уменьшению цифрового барьера.

Коэффициент Рейнбоу для измерения справедливости неравенства имеет также низкие значения по годам – 2,59 к 2015 году. Такую картину развития данного доступа к Интернету можно, например, объяснить удобством радиотелефонной связи, ведь для пользования ей достаточно иметь при себе смартфон. Доступ не дает высоких скоростей, но позволяет абоненту всегда оставаться на связи и получать актуальную информацию.

Неравенство абонентов фиксированных видов доступа по субъектам РФ выше, но имеет тенденцию к уменьшению. Государство также принимает участие по преодолению цифрового барьера между гражданами, и потому в феврале 2014 года вышел закон о внесении изменений, который ставит целью обеспечить население России равным доступом к современной инфраструктуре универсальных услуг связи (УУС). Предусмотрено, что оказывать универсальные услуги связи должен один оператор, занимающий существенное положение в сети связи общего пользования на территориях не менее чем две трети субъектов России. Фиксированный Интернет бывает проводным и беспроводным. К проводным видам доступа относятся фиксированный (медь) и широкополосный (оптоволокно). На настоящий момент подключение «по меди» более распространено. Важно отметить, что рынок услуг ШПД назван движущим фактором развития ИКТ в России. Однако при динамике его роста (в период 2011-2014 гг. средняя доля пользователей этого доступа возросла с 0,12 до 0,15), уровень проникновения услуг ШПД в России пока далек от насыщения.

Фиксированная связь – наиболее дешевый вариант средства связи, к тому же это достаточно развитый сегмент рынка. Её доля идет на убыль, но операторы проводной связи считают, что в условиях кризиса фиксированная связь снова становится фаворитом, опровергая все прогнозы о своей скорой кончине.

Беспроводные виды доступа к сети, такие как спутниковый и беспроводной, отличаются большим неравенством, нежели остальные. Что касается спутникового Интернета – можно сделать вывод, что отдельные области страны больше пользуются этим доступом, нежели другие. Это, скорее всего, связано со спецификой данного подключения – там, где по каким-либо причинам слож-

но провести проводной Интернет, вариант подключения по спутниковому оборудованию просто незаменим. Стоит отметить, что оборудование для такого доступа дорогостоящее, этим и можно объяснить тот факт, что в 2011 году по доле пользователей данного вида Интернета субъект РФ г. Москва имел самый высокий показатель. Нельзя сказать, что неравенство между субъектами по развитию спутникового Интернета идет на спад, скорее всего и в будущем оно останется таким же. Беспроводной доступ развивается также неравномерно. Такое неравенство, к примеру, можно объяснить новизной данного вида доступа. Также строительство точек коллективного доступа Wi-Fi в малых населенных пунктах является практической реализацией государственной программы по устранению цифрового неравенства (УЦН). Это менее затратно для национального оператора, и, по-видимому, в некоторых субъектах задача по подключению к Интернету реализуется именно через данный вид доступа.

Развитие ИКТ в тех или иных субъектах повлечет в будущем за собой развитие инфраструктуры в целом. Привычная картина неравенства, когда в богатых регионах высокоразвитая отрасль ИКТ, а в бедных – она почти отсутствует, должна меняться. Ведь развитие коммуникации и связи, а также всего, что с ними связано (оборудование, программное обеспечение и т. д.), может повлечь за собой обратный эффект отдачи.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Абдрахманова Г.И. Тенденции развития информационных и телекоммуникационных технологий / Г.И. Абдрахманова, Г.Г. Ковалева // Форсайт. – 2009. – № 4. – С. 44–55.

2. Кузнецов Ю.А. К вопросу о количественной оценке уровня цифрового неравенства регионов Российской Федерации / Ю.А. Кузнецов, С.Е. Маркова // В кн.: Материалы Международной научно-практической конференции «Актуальные вопросы экономики, менеджмента и инноваций» (19.11.2014 г., г. Нижний Новгород). – Нижний Новгород: Изд-во НГТУ им. Р.Е. Алексеева. 2014.

3. Кузнецов Ю.А. Некоторые аспекты количественной оценки уровня цифрового неравенства регионов Российской Федерации / Ю.А. Кузнецов, С.Е. Маркова // Экономический анализ: теория и практика. – 2014. – № 32(383). – С. 2–13.

4. Маршалл А. Неравенства: теория мажоризации и ее приложения / А. Маршалл, И. Олкин, Перевод с англ. Г.П.Гаврилова, В.Г. Миранцева, под ред. В.М. Круглова. – М.: Мир. 1983. – 743 с.

5. Определения показателей всемирной электросвязи / ИКТ [Электронный ресурс]: Международный союз электросвязи. – 2010. – Режим доступа: https://www.itu.int, свободный.

6. Терновский В.А. Оценка величины коэффициента Рейнбоу / В.А. Терновский, Е.А. Ясиненко // Вестник Воронежского государственного технического университета. – 2009. – Т. 5. – № 7.

7. Черноморова Т. В. Влияние глобализации на распределение доходов, неравенство в сфере труда и уровень бедности / Т. В. Черноморова // В кн.: Глобализация как фактор социальных перемен в современном мире. – М.: Изд-во ИНИОН РАН, 2012. 224 с.

8. Шарифьянов Т.Ф. Эволюция цифрового неравенства и инструментарий нейтрализации его последствий / Т.Ф. Шарифьянов, Д.А. Гайнанов // Региональная экономика: теория и практика. – 2014. – № 22 (349). С. 2–18.

9. Choi C. The effect of the Internet on economic growth: Evidence from cross-country panel data / C. Choi, M.H. Yi // Economics Letters. – 2009. – Vol. 105. – № 1. – P. 39–41.

10. Meijers H. Does the internet generate economic growth, international trade, or both? / H. Meijers // International Economics and Economic Policy. – 2014. – Vol. 11. – № 1-2. – P. 137–163.

11. Welfens P.J.J. Information & communication technology and true real GDP: economic analysis and findings for selected countries / P.J.J. Welfens, J.K. Perret // International economics and economic policy. – 2014. – Vol. 11. – № 1–2. – P. 5–27.

МЕЖВРЕМЕННОЕ РАВНОВЕСИЕ С АДАПТИВНЫМ ПРЕДВИДЕНИЕМ В МОДЕЛИ ПЕРЕКРЫВАЮЩИХСЯ ПОКОЛЕНИЙ С ДВУМЯ ПОКОЛЕНИЯМИ

Касумов Э. Э.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Население страны и основной капитал экономики страны сближает то, что они комплектуются из поколений разного возраста, или – из перекрывающихся поколений. Если высокий удельный вес старших поколений в численности населения свидетельствует об успехах здравоохранения и социальной политики в целом, то высокий удельный вес старших поколений основного капитала, напротив, о низких темпах роста экономики, о ее неконкурентоспособности относительно других экономик. В первом случае обостряются проблемы пенсионной и налоговой политики, во втором – проблемы активизации экономического роста. Очевидно, что эти проблемы должны изучаться теоретиками. Отчасти так оно и происходит.

До сих пор модель перекрывающихся поколений остается одной из актуальных тем в ортодоксальной макроэкономической теории. Ее обсуждению и развитию посвящено большое число работ, в частности, исследования.

В современной экономической теории большинство моделей явно принимают во внимание тот факт, что экономика развивается с течением времени, и что ее равновесие не может быть плодотворно проанализировано с чисто ста-

тистической точки зрения. Поэтому общее равновесие экономики задумано как межвременное равновесие, это означает, что домашние хозяйства и фирмы, как предполагается, делают межвременные решения. То есть домохозяйства предполагают выбор потребления и труда на основе заработной платы, цен, полезности и богатств на протяжении всей их жизни. Точно так же фирмы предполагают выбор найма, инвестиций и выпуск на основе производительности и спроса в обозримой перспективе.

Новый период t в экономике начинается с рождения нового молодого поколения. В первый период жизни (молодые) люди наделены единицей рабочей силы, которую они поставляют фирме. Их доход равен реальной заработной плате w_t. Они распределяют этот доход между потреблением c_t и сбережениями s_t, которые инвестируются в фирмы. Бюджетное ограничение в период t

$$w_t = c_t + s_t \qquad (1)$$

В следующий период жизни $t + 1$ (молодые) люди являются пенсионерами. Их доход состоит из сбережений, полученных в период t. Так как они не заботятся о событиях после их смерти, они потребляют свои доходы полностью. Обозначим $R_{t+1}(= 1 + r_{t+1})$ возвращение фактора на сбережения от периода t к периоду t+1, доходы пожилых индивидов $R_{t+1}s_t$ и их потребление

$$d_{t+1} = R_{t+1}s_t.$$

(2)

Доходы пожилых людей равны $R_0 s_{-1}$. Эти люди полностью потребляют свой доход:

$$d_0 = R_0 s_{-1} = \frac{R_0 K_0}{N_{-1}}. \qquad (3)$$

Число домохозяйств каждого поколения растет с постоянной скоростью

$$n \in [-1, +\infty]:$$
$$N_t = (1 + n)N_{t-1}.$$

(4)

Следовательно, общее население $N_t + N_{t-1}$ растет также по курсу n. Обратим внимание, что, поскольку $n \in [-1, +\infty]$, модель представляется экономикой, где население сжимается с постоянной скоростью (отрицательно n).

Межвременное равновесие с начальным капиталом k_0 уникально и характеризуется динамикой k_t

$$k_{t+1} = \frac{1}{1+n}\left(s\big(\omega(k_t), f'(k_t)\big)\right) \equiv m(k_t). \qquad (5)$$

$m(k)$ определяется конечными дифференциальными уравнениями на R_{++} со значениями из R_{++}. Анализируя адаптивное предвидение, мы можем применить данный метод только когда $m(k)$ возрастает. Производная $m(k)$:

$$m'(k) = \frac{1}{1+n}\left[s'_w\big(\omega(k), f'(k)\big)\omega'(k) + s'_R(\omega(k), f'(k)\right]f''(k)). \quad (6)$$

Если $s'_w, \omega' > 0$ и $f'' < 0$ достаточное условие для $m'(k) > 0$ в $s'_R \leq 0$.

Когда в этом случае динамика с адаптивным предвидением монотонна и похожа на случай, когда m(k) возрастает. Неравенство $s'_R \leq 0$ сравнимо с предположением 4 только если $s'_R = 0$. Тем не менее условия для положительного состояния равновесия двух динамик одинаковы.

Имеем

$$m(k) = \frac{k^\alpha}{a+bk^\gamma}, \quad (7)$$

С

$a = \frac{1+n}{A(1-\alpha)} > 0$ и $b = \frac{(1+n)\beta^{1-\sigma}(\alpha A)^{1-\sigma}}{A(1-\alpha)} > 0.$

Эластичность m по отношению к k

$$k\frac{m'(k)}{m(k)} = \alpha - \frac{b\gamma k^\gamma}{a+bk^\gamma} = \frac{\alpha a + b(\alpha A)^{1-\sigma}}{A(1-\alpha)} > 0. \quad (8)$$

Следовательно, для $\gamma \leq \alpha$ мы имеем $m'(k) > 0$, для всех $k > 0$, и две динамики имеют одинаковую структуру: они монотонны и устойчивое состояние k глобально устойчиво в R_{++}. Обратите внимание, что условие $\gamma \leq \alpha$ эквивалентно:

$$\sigma \leq \frac{1}{1-\alpha}, \quad (9)$$

При небольшом значении межвременной эластичности замещения.

При $\gamma > \alpha$, т.е. $\sigma > \frac{1}{1-\alpha}$, $m'(k)$ положительна при $k < \hat{k}$ и отрицательна для $k > \hat{k}$

$$\hat{k} = \left(\frac{\alpha a}{(\gamma-\alpha)b}\right)^{\frac{1}{\gamma}} \quad (10)$$

В случае устойчивого k^*, мы имеем $m(k^*) = k^*$ и k^* должно быть решением

$$a + bk^{*\gamma} = k^{*a-1}.$$

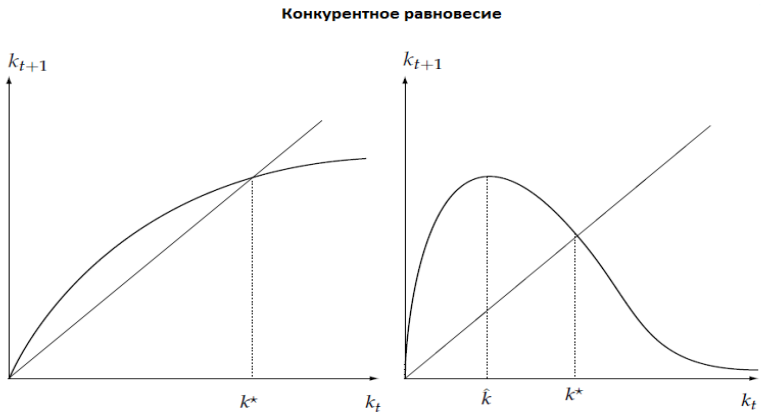


Рис. 1 – Рациональная и адаптивная динамика для $\gamma > \alpha$.

Двойная динамика, в случае совершенного и адаптивного предвидения, имеет такое же положительное устойчивое состояние k^*, устойчива для рациональной динамики и траектория является монотонной. $k^* > \hat{k}$ может быть устойчивой или неустойчивой для адаптивной динамики, и траектория колеблется вблизи k^*.

Оценка m' в этом состоянии равновесия дает

$$\frac{k^* m'(k^*)}{m(k^*)} = \alpha - \frac{b\gamma k^{*\gamma}}{a+bk^{*\gamma}} = \alpha - \gamma(1 - ak^{*1-\alpha}). \qquad (11)$$

Когда $k^* > \hat{k}$ мы получаем диаграмму, представленную во второй части рисунка 1.

При $m'(k^*) < 0$ и динамике колеблющейся вблизи k^*, то k^* находится в состоянии равновесия до тех пор, пока $m'(k^*) > -1$. При $m'(k^*) < -1$, k^* неустойчиво для адаптивной динамики. В этом случае два стационарных состояния k^* и 0 неустойчивы, но динамика ограничена, а функция m имеет конечный максимум. Может быть показано, что в этом случае циклы существуют.

Для адаптивной динамики (5) производная $m(k)$ задается формулой (6). Эта производная имеет решающее значение для определения локальной стабильности в стационарном состоянии:

Условие устойчивости первого порядка

Пусть $\bar{k}$ стационарное состояние на R_{++}. Тогда для адаптивной динамики:

Если $|m'(\bar{k}) < 1|$, то $\bar{k}$ локально стабильно;

Если $|m'(\bar{k}) > 1|$, то $\bar{k}$ неустойчиво, то есть она локально нестабильна;

Если $|m'(\bar{k}) = 1|$, то тип устойчивости $\bar{k}$ не может быть определен на основе первой производной

$\bar{k} > 0$ является стационарным для динамики с адаптивным предвидением, если и только если

$$\bar{k} = m(\bar{k}) = \frac{1}{1+n} s\big(\omega(\bar{k}), \quad f'(k)\big), \quad (12)$$

Следовательно, $m(0) = 0$, но $g(0) > 0$ и 0 устойчивое состояние только для динамики с адаптивным предвидением. В этой ситуации, хотя и заработная плата положительна на $k = 0$, экономия равна нулю в случае адаптивного предвидения, потому что фактор процентной ставки прогнозируется на основе действующего капитала (агенты не прогнозируют, что капитал может быть выше, чем завтра). В случае совершенного предвидения экономия увеличивается, так как агенты знают, какая будет процентная ставка.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Benhabib, Jess and Roger Farmer., Indeterminacy and Sunspots in Macroeconomics. In *Handbook of Macroeconomics. Volume 1A*, edited by John Taylor and Michael Woodford. Amsterdam, New York, and Oxford: North-Holland. 1999. P. 245 − 261.
2. Day R. H.: Unscrambling the Concept of Chaos Through Thick and Thin. 1986. P. 425−426
3. David de la Croix, Philippe Michel. A Theory of Economic Growth: Dynamics and Policy in Overlapping Generations, 2002. P.1 − 36.

МАТЕМАТИЧЕСКАЯ МОДЕЛЬ ЭНДОГЕННОГО ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА С УЧЕТОМ НИР И ДИНАМИКИ НАКОПЛЕНИЯ ФИЗИЧЕСКОГО И ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО КАПИТАЛА

Климина У.А.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Настоящая работа посвящена изучению и анализу математической модели эндогенного экономического роста с учетом НИР и динамики накопления физического и человеческого капитала, введенной в рассмотрение и исследованной в работе [1]. Данная модель представляет собой дальнейшее развитие и дополнение концепции ставшей теперь уже классической модели П. Ромера [2] и использует некоторые её усовершенствования, предложенные в работах [3 – 6]. Базовая модель работы [1] послужила в дальнейшем основой для построения ряда более общих моделей экономического роста; отметим здесь модели, представленные в статьях [7,8].

В статье [1] анализируется переходная динамика роста физического и человеческого капитала с учетом научно-исследовательской деятельности (R&D).

В частности, рассматриваются вопросы существования устойчивой сбалансированной траектории роста (в смысле Р. Лукаса [9]) с положительным темпом роста. В данном случае речь идет об оптимальной траектории, характеризующейся *постоянством* темпов роста динамических переменных (*Balanced Growth Path, BGP - траектория*).

В работе обсуждаются вопросы, связанные с выделением определенных «этапов» на траектории роста, связанных с различной структурой накопления экономических факторов, или, другими словами, с различными основными источниками роста. При этом на первом этапе физический капитал является единственным и важнейшим «драйвером» роста; на втором этапе важнейшим «драйвером» выступает уже человеческий капитал, а на третьем этапе роль такого «драйвера» исполняет научно-исследовательская деятельность (R&D).

Важно отметить, что каждый раз переход экономической системы на более высокую ступень развития объясняется в предложенной модели экономического роста эндогенно.

Оказывается, что предложенная в работе [1] модель демонстрирует более богатую, чем обычно, динамику переходных процессов. В частности, экономика рассматриваемого типа способна демонстрировать немонотонное поведение на протяжении переходного периода и расти за счет затухающих колебаний вокруг траектории сбалансированного роста. Исследования, проведенные в работе [1], в значительной мере основаны на использовании численных методов расчета переходных процессов. В условиях, когда система обыкновенных дифференциальных уравнений обладает неустойчивой сбалансированной траекторией, проведение численных расчетов является достаточно сложной задачей (по-видимому, впервые на этот факт было обращено внимание в работе [10]). Подобные вычисления, как правило, основаны на технологии «обращения времени» («*the backward integration method*»). По-видимому, впервые такая технология применительно к задачам теории экономического роста была применена в работе [11]. Отмечается, что во многих работах (в частности, и в работе [3]) соответствующие вычисления проведены некорректно. В связи с этим в работе [1] обсуждаются различные теоретические и практические аспекты корректного проведения таких вычислений, а также приводятся разнообразные графики переходных процессов, полученные на основе авторской методики. Эта часть исследований представляет значительный самостоятельный интерес. Полученные здесь результаты могут быть применены к другим моделям эндогенного экономического роста, в том числе и к более общим моделям.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Gómez M.A. Transitional Dynamics in an Endogenous Growth Model with Physical Capital, Human Capital and R&D / M.A. Gómez // Studies in Nonlinear Dynamics and Econometrics. 2005. Vol. 9, №1. Article 5, 20pp. doi: 10.2202/1558-3708.1240.
2. Romer P.M. Endogenous Technological Change / P.M. Romer // Journal of Political Economy. − 1990. − Vol. 98. − № 5. − P.7 1.
3. Funke M. On endogenous growth with physical capital, human capital and product variety / M. Funke, H. Strulik // European Economic Review. − 2000. − Vol. 44. − P. 491−515.
4. Arnold L.G. Endogenous growth with physical capital, human capital and product variety: A comment / L.G. Arnold // European Economic Review. − 2000. − Vol. 44. − P. 1599−1605.
5. Arnold L.G., Endogenous technological change: A note on stability / L.G. Arnold // Economic Theory. − 2000. − Vol. 16. − P. 219–226.
6. Arnold L.G. Stability of the market equilibrium in Romer's model of endogenous technological change: A complete characterization // L.G. Arnold / Journal of Macroeconomics. − 2000. − Vol. 22. − № 1. − P. 69–84.
7. Gómez M.A. Duplication externalities in an endogenous growth model with physical capital, human capital, and R&D / M.A. Gómez // Economic Modelling. − 2011. − Vol. 28. − № 1-2. − P. 181–187.
8. Sequeira T.N. Facts and distortions in an endogenous growth model with physical capital, human capital and varieties / T.N. Sequeira // Portugal Economic Journal. − 2012. − Vol. 11. − № 3. − P. 171–188.
9. Lucas R.E. On the Mechanics of Economic Development / R.E. Lucas, Jr. // Journal of Monetary Economics. − 1988. − Vol. 22. − № 1. − P. 3–42.
10. Samuelson P. A. The General Saddlepoint Property of Optimal Control Motions / P. A.Samuelson, // Journal of Economic Theory. − 1972. − vol. 12. − № 5. − P. 102–120.
11. Mulligan C.B. Transitional dynamics in two sector models of endogenous growth / C.B. Mulligan, X. Sala-i-Martín // Quarterly Journal of Economics. − 1993. − Vol. 108. − P. 739−773.

НЕЙРОСЕТЕВОЙ АНАЛИЗ ДИНАМИКИ ПРИМЕНЕНИЯ ИНФОРМАЦИОННЫХ И КОММУНИКАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ И ОРГАНИЗАЦИЙ РОССИИ

Комиссарова Т.С.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Информационные и коммуникационные технологии (ИКТ) в современном обществе являются неотъемлемым фактором влияния на эффективность экономической среды, уровень спроса на продукцию предприятий, актуальность управленческих решений. Информационные технологии способствуют росту продуктивности труда, позитивно влияют не только на прибыльность отдельно взятых предприятий, они также повышают и благосостояние экономики в целом, делают рынок более открытым к внедрению инноваций. Отметим, что информационные технологии в международном бизнесе – это наиболее приоритетный сектор к инвестированию. В связи с этим является актуальным исследование динамики применения информационных и коммуникационных технологий на предприятиях и в организациях регионов Российской Федерации.

В данной работе проведено исследование внедрения ИКТ в деятельность предприятий и организаций регионов Российской Федерации за период 2010 – 2014 гг. В качестве базы для исследований использованы данные с сайта Федеральной службы государственной статистики [1] в ценах 2014 г. с учетом инфляции [2]:

- ✓ X1 – число персональных компьютеров (на 100 работников);
- ✓ X2 – использование информационных и коммуникационных технологий в организациях (%);
- ✓ X3 – использование сети Интернет на предприятии;
- ✓ X4 – инвестиции в сектор ИТ (млн. руб.);

Исследование проведено с применением самоорганизующихся карт (СОК) Кохонена – нейронных сетей, обучающихся без учителя [3 – 5]. СОК представляют собой эффективное средство кластеризации данных большой размерности и принципиально отличаются от всех других типов нейронных сетей, поскольку не имеют скрытых слоев нейронов и ориентированы на соревновательное обучение. Элементы выходного слоя сети, или нейроны, чаще всего образуют двумерную решетку. СОК отображает векторы многомерного входного пространства на нейроны СОК с учетом топологии.

В настоящее время для реализации нейросетевых концепций имеются специализированные пакеты программ, в том числе аналитический пакет

Deductor [6], который использован нами при проведении исследований.

В результате нейросетевого моделирования получено, что в рассматриваемом периоде времени все регионы РФ распределились по 4 кластерам. На рис.1 приведена в качестве примера СОК Кохонена за 2014 г.

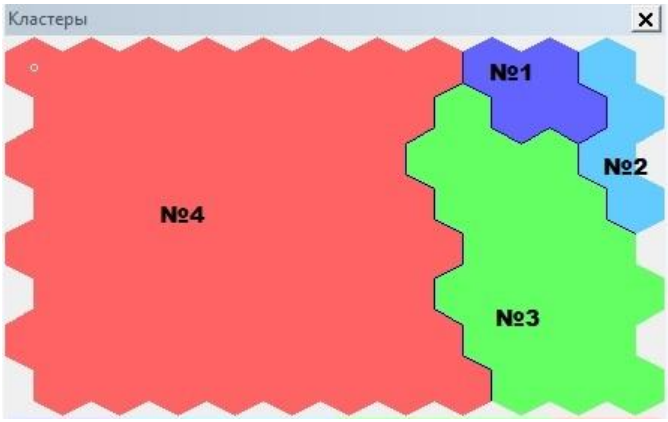


Рис.1 – Самоорганизующаяся карта Кохонена за 2014 г.

Кластер № 1 составили регионы с высокими значениями всех показателей применения ИКТ, а кластер № 4 – с низкими значениями показателей.

Табл. 1 демонстрирует распределение регионов РФ по кластерам за период 2010 – 2014 гг.

Таблица 1 – Динамика распределения регионов РФ по кластерам за 2010 – 2014 гг.

Год / Кластер	**2010**	**2011**	**2012**	**2013**	**2014**
№ 1	1	3	2	3	1
№ 2	4	8	4	20	3
№ 3	6	1	18	2	10
№ 4	69	71	57	58	71

Из табл. 1 видно, что наблюдается сильная вариация количества регионов России по кластерам. В кластерах № 1 и № 4 существуют ядра с постоянным составом определенных регионов. Ядро кластера № 1 состоит из 1 региона РФ (г. Москва). В ядро кластера № 4 входят 55 регионов, в том числе 9 регионов ПФО: Республика Марий Эл; Республика Мордовия; Удмуртская Республика; Чувашская Республика; Кировская, Оренбургская, Пензенская, Саратовская и Ульяновская области.

В табл. 2 представлена статистика средних значений исследуемых показателей по кластерам и общего среднего по стране за 2010–2014 гг.

Таблица 2 – Статистика средних значений показателей применения ИКТ в деятельности предприятий и организаций по кластерам и общего среднего по РФ за период 2010 – 2014 гг.

Год	Номер кластера	X1	X2	X3	X4
2010	1	6964	1161505	732761	2693110
	2	3852,87	206614,25	608784,25	343222,25
	3	1296,37	93838,33	256576,83	133672,5
	4	320,43	32932,06	64416,48	21196,45
	Среднее по РФ	**794,25**	**60291,3**	**114401,2**	**79132,36**
2011	1	10153,03	16954,53	955501,33	1280956,33
	2	3938,14	16766,36	256777,37	183568,62
	3	39874	41012	40377	39626
	4	426,1	4085,45	86302,41	25924,89
	Среднее по РФ	**1591,463**	**6217,75**	**133597,2**	**83203,95**
2012	1	13485,33	23576,7	1338527	2023865,5
	2	3902,15	22244,6	512280,25	282980,25
	3	1251,83	9625,89	219189,72	92894,83
	4	301,06	3379,51	68694,93	17086,26
	Среднее по РФ	**1696,054**	**6197,904**	**155397,5**	**86647,12**
2013	1	16739,25	21450,27	1311678,67	1308591,67
	2	2166,55	11458,5	238703,05	98719,8
	3	22832	41896,65	314011	124140,5
	4	335,65	3704,29	71828,24	13059,93
	Среднее по РФ	**1794,2**	**7134,496**	**162688,6**	**96613,28**
2014	1	18240,7	8930,6	1690315	1346031
	2	26782,67	42887,63	704081,33	436749,33
	3	2581,6	14785,56	349744,4	61426
	4	617,54	4628,44	89210,3	15883,96
	Среднее по РФ	**1832,45**	**7194,15**	**159571,5**	**98327,72**

Из анализа данных табл. 2 следует, что количество персональных компьютеров в кластерах № 1 – № 4 ниже, чем их общее среднее по РФ. При этом средние инвестиции в сектор ИКТ по России возрастают в рассматриваемом периоде. С 2013 по 2014 гг. было незначительное понижение использования сети Интернет на предприятиях.

Рис.2 отображает рост числа персональных компьютеров в исследуемом периоде. С 2010 по 2011 гг. наблюдается резкое возрастание количества ПК на 100 работников.

Рис. 2 – Динамика числа персональных компьютеров на 100 работников

Рис. 3 показывает динамику инвестирования в сектор ИТ. В рассматриваемом периоде наблюдается увеличение объема инвестиций.

Рис. 3 - Динамика инвестиции в сектор ИТ

Проведенное исследование позволило проследить особенности динамики применения ИКТ в регионах Российской Федерации. Результаты работы представляют практический интерес для принятия управленческих решений с целью реализации комплекса мер, способствующих внедрению ИКТ в деятельность предприятий и организаций России.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Федеральная служба государственной статистики Российской Федерации [Электронный ресурс]. – URL: http://www.gks.ru
2. Калькулятор инфляции [Электронный ресурс]. – URL: http://planetcalc.ru
3. Перова В.И. Нейронные сети: Учебное пособие. Часть 2. Нижний Новгород: Изд-во Нижегородского госуниверситета, 2012. – 111 с.
4. Перова В.И. Нейронные сети в экономических приложениях. Часть 2. Нейронные сети, обучаемые без учителя: Учебное пособие / В.И. Перова. Н. Новгород: Изд-во Нижегородского госуниверситета, 2012. – 135 с.

5. Кузнецов Ю.А. Нейросетевое моделирование финансово-экономической деятельности крупнейших компаний Поволжья / Ю.А. Кузнецова, В.И. Перова, Е.В. Воробьева // Экономический анализ: теория и практика. – 2011. – № 35 (242). – С. 25–36.

6. Аналитический пакет Deductor [Электронный ресурс]. – URL: http://www.basegroup.ru

НЕЙРОСЕТЕВОЙ АНАЛИЗ ДИНАМИКИ РАЗВИТИЯ СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА В РЕГИОНАХ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Корчемный П.В.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Одной из приоритетных задач экономических реформ, осуществляемых в Российской Федерации, является обеспечение продовольственной безопасности государства и качественного развития агропромышленного комплекса (АПК). В настоящее время развитию сельского хозяйства уделяется большое внимание на государственном уровне. Принята «Государственная программа развития сельского хозяйства и регулирования рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия на 2013–2020 годы» [1]. В данной программе были обозначены такие цели, как: а) обеспечение продовольственной независимости страны; б) повышение конкурентоспособности российской сельскохозяйственной продукции на внутреннем и внешнем рынках; в) обеспечение финансовой устойчивости товаропроизводителей АПК; г) воспроизводство и повышение эффективности использования в сельском хозяйстве земельных ресурсов; д) устойчивое развитие сельских территорий. В связи с этим является актуальным проведение исследований динамики развития сельского хозяйства с целью принятия управленческих решений в данной отрасли.

В работе на основе данных Федеральной службы государственной статистики было проведено нейросетевое моделирование динамики развития сельского хозяйства за период 2010 – 2014 гг. на основе следующих показателей [2]:

- x1 – производство основных видов сельскохозяйственной продукции крестьянскими (фермерскими) хозяйствами (% от общего объема производства в хозяйствах всех категорий);
- x2 – рентабельность проданных товаров, продукции (работ, услуг) организаций, осуществляющих деятельность в растениеводстве (%);
- x3 – рентабельность проданных товаров, продукции (работ, услуг) организаций, осуществляющих деятельность в животноводстве (%);

- x4 – продукция сельского хозяйства в хозяйствах всех категорий (млн руб.);
- x5 – посевные площади сельскохозяйственных культур в хозяйствах всех категорий (тыс. га);
- x6 – поголовье крупного рогатого скота в хозяйствах всех категорий (тыс. голов);
- x7 – производство скота и птиц на убой (в убойном весе) в хозяйствах всех категорий (тыс. т).

В качестве инструмента проведения исследований использованы самоорганизующиеся карты (СОК) Кохонена на базе аналитической платформы Deductor, которые представляют собой нейронные сети, основанные на соревновательном обучении без учителя [3].

По итогам нейросетевого моделирования все регионы РФ распределились на 4 кластера (рис. 1).

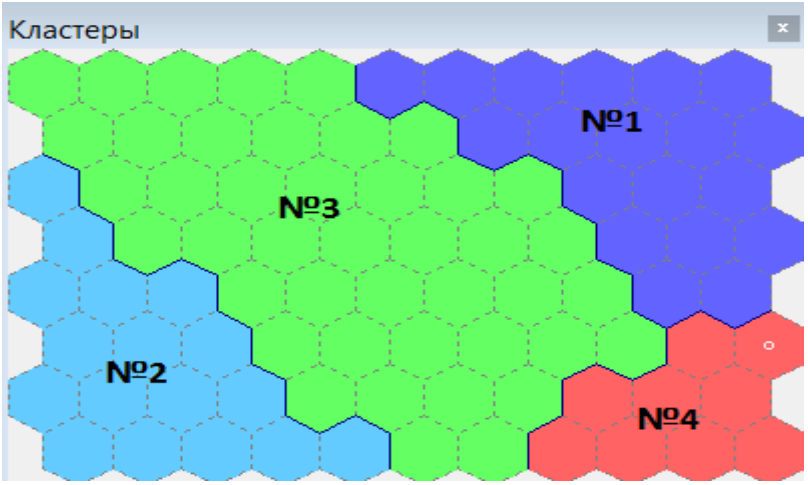


Рис. 1. Самоорганизующаяся карта Кохонена за 2014 год

В кластер № 1 вошли регионы с высокими значениями показателей деятельности в области сельского хозяйства. В свою очередь, кластер № 4 составили регионы с низкими значениями показателей. Динамика распределения регионов по кластерам представлена в табл. 1.

Таблица 1 – Динамика распределения регионов РФ по кластерам за 2010–2014 гг.

Кластер / Год	2010	2011	2012	2013	2014
Кластер 1	14	14	14	15	16
Кластер 2	39	28	40	40	18
Кластер 3	11	11	10	12	37
Кластер 4	17	28	17	14	10

Из табл. 1 следует, что с 2011 г. наблюдается переход регионов из кластера с низкими значениями показателей в кластеры с высокими значениями показателей. В кластерах № 1 и № 2 существуют ядра с постоянным составом определённых регионов. Ядро кластера № 1 состоит из 14 регионов, среди которых регионы ПФО: Республика Башкортостан, Республика Татарстан, Оренбургская область и Саратовская область. Ядро кластера № 2 состоит из одного региона – Республики Алтай.

В качестве примера на рис.2 приведена динамика рентабельности проданных товаров, продукции (работ, услуг) организаций, осуществляющих деятельность в растениеводстве.

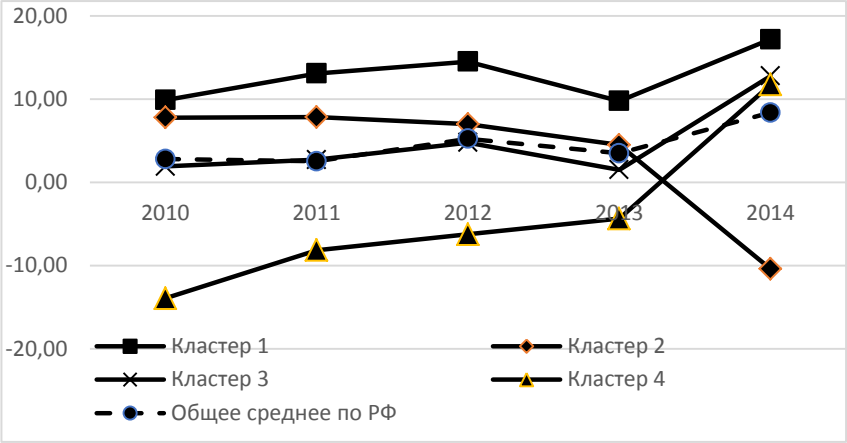


Рис. 2 – Динамика рентабельности проданных товаров, продукции (работ, услуг) организаций, осуществляющих деятельность в растениеводстве (%)

Рис. 2 показывает, что в регионах кластера № 4 до 2013 г. рентабельность проданных товаров и продукции организаций, осуществляющих деятельность в растениеводстве, была отрицательной, а после 2013 г. наблюдается резкое увеличение рентабельности. Противоположность этому в регионах кластера № 2 после 2013 г. произошел спад рентабельности.

Проведённые исследования имеют практическую значимость. Результаты работы могут быть использованы для стратегического планирования развития сельского хозяйства на последующие периоды.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. http://www.gosprog.ru/gp-razvitiya-selskogo-hozyaystva/
2. http://www.gks.ru
3. Перова В.И. Нейронные сети в экономических приложениях. Часть 2. Нейронные сети, обучаемые без учителя: Учебное пособие /В.И. Перова. – Н. Новгород: Изд-во Нижегородского университета, 2012. – 135 с.

ОЦЕНКА ФУНКЦИИ СПРОСА В МОДЕЛИ ЦЕНОВОЙ КОНКУРЕНЦИИ

Костерина А.А.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

В работе исследуется применимость модели ценовой конкуренции для анализа поведения магазинов модной обуви при принятии ценовых решений. Для формального описания поведения изучаемых объектов используется теоретико-игровая модель Бертрана [0]. Данная модель описывает действия конкурирующих объектов (магазинов), которые принимают решения об изменении уровня цен на свои продукты для того, чтобы добиться преимуществ в конкурентной борьбе. При моделировании поведения магазинов необходимо установить параметры функции спроса. Установленные оценки параметров функции спроса позволяют вычислить значения цен, которые могут быть установлены конкурирующими магазинами при различных условиях ведения конкурентной борьбы. В качестве базового условия проведения анализа конкурентной борьбы между обувными магазинами рассматриваем предположение о стремлении каждого магазина получить максимальную прибыль при условии, что его противники также стремятся добиться наилучшего результата. Данное предположение позволяет описать поведение участников олигополии с помощью ценовой модели поиска равновесных (оптимальных) цен по Нэшу [2-4].

Для решения поставленной задачи моделирования привлечены реальные данные о ценах на обувь и продажах в конкурирующих магазинах, размещенных в пределах одного торгового центра. На основе анализа поведения конкурирующих магазинов сформулирована игровая модель ценовой олигополии. Для каждого участника олигополии сформулирована целевая функция поведения. В качестве целевой функции поведения принята функция прибыли, которую стремится получить магазин при обновлении цены продукта. Функция цены представляет собой произведение трех компонент – торговой наценки, рыночной доли и оценки емкости рынка.

Оценка емкости рынка определена на основе потока потребителей, совершивших покупки изучаемого образца моделей обуви.

Торговая наценка определяется как разность между ценой продажи и закупочной ценой продукта (себестоимость продукта для магазина). Известны закупочные цены магазинов.

Для определения оценки рыночной доли предлагается применить модель дискретного выбора, согласно которой потребители отдают предпочтение продукту в соответствии с его долей в общей полезности конкурирующих продуктов, доступных потребителю на изучаемом рынке. Для оценки значения полезности конкурирующих продуктов, продаваемых магазинами, предлагается использовать функцию спроса. В данном случае функция спроса представляет собой линейную комбинацию цены магазина и цены конкурентов. Здесь в качестве цены конкурентов используем вычисленное значение средней рыночной цены конкурентов (reference price) [5].

Таким образом, для проведения количественного моделирования событий ценовой конкуренции известно большинство значений параметров модели, при этом подлежат определению коэффициенты функции спроса.

Для определения коэффициентов функции спроса была применена линейная регрессионная модель. Для ее построения были подготовлены количественные данные. За каждый день продаж были собраны данные об объемах продаж и ценах, назначенных конкурентами на изучаемый образец модной обуви. Для каждого магазина был подготовлен список ее конкурентов. На основе списка конкурентов для каждого магазина была определена средняя цена конкурентов (reference price). Для каждого магазина в один и тот же день средние цены конкурентов различаются, что определяет индивидуальные условия конкуренции для каждого магазина. Определение коэффициентов функции спроса было выполнено с применением метода наименьших квадратов [6]. Проведена проверка регрессионных моделей на мультиколлинеарность, гетероскедастичность, оценена значимость выделенных коэффициентов регрессионной модели функции спроса.

На основе установленной функции спроса при известных числовых данных о закупочных ценах и потоке потребителей был проведен расчет равновесных (оптимальных) цен по Нэшу.

Предметом дальнейшего исследования является сравнительный анализ установленных для каждого конкурирующего магазина оптимальных цен по Нэшу с его реальными ценами. Для проведения данного анализа необходимо выбрать критерий для оценки близости реальных и вычисленных цен по Нэшу, что позволит оценить применимость предлагаемого подхода для моделирования поведения изучаемых конкурирующих магазинов.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Bertrand's price competition in markets with fixed costs / Saporiti Alejandro and Colomaz Germán //Rochester Center for Ecomonic Research Working Pape.r 2008. No. 541. September. P. 1−22.
2. Hoernig S. Bertrand games and sharing rules / S. Hoernig // Economic Theory. – 2007. № 31. – P. 573−585.
3. Hoernig S. Mixed Bertrand equilibria under decreasing returns to scale: An embarrassment of riches / S. Hoernig // Economics Letters. – 2002. – № 74. – P. 359−362.
4. Kaplan T. The possibility of mixed strategy equilibria with constant returns to scale technology under Bertrand competition // T. Kaplan and D.Wettstein // Spanish Economic Review. – 2000. – №2. – P. 65−71.
5. Niedrich Ronald W. Reference Price and Price Perceptions: A Comparison of Alternative Models / Ronald W. Niedrich, Sharma Subhash, and H. Douglas // Journal of Consumer Research. – 2001. – № 28 (3). – P. 339–354.
6. Буреева Н.Н. О.В. Эконометрика: Учебное пособие / Н.Н. Буреева, О.В. Петрова. – Н. Новгород, 2001. −167 с.

ВЛИЯНИЕ КАЧЕСТВЕННЫХ ХАРАКТЕРИСТИК НАСЕЛЕНИЯ НА ВЕЛИЧИНУ ТЕКУЩЕГО ДОХОДА

Куницина Т.А.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Современная экономическая теория уделяет большое внимание анализу факторов экономического роста. Не вызывает сомнений, что одним из основных факторов экономического роста является человеческий капитал. Концепция человеческого капитала зародилась в работах Адама Смита, который включал мастерство и знания людей в основной капитал. Аналогичных взглядов придерживались и другие экономисты XIX-XX вв. Основоположниками современной версии концепции человеческого капитала можно считать представителей чикагской школы – Т.У. Шульца, Г. Беккера, Дж. Минцера.

Теория человеческого капитала основывается на предположении, что производительность одних работников выше, чем других, и обосновывает это составляющими человеческого капитала – крепким здоровьем, высоким образованием и квалификацией. Основной проблемой теории человеческого капитала являются методы его количественной оценки. Так как человеческий капитал является ненаблюдаемой величиной, то встает вопрос о показателях, которые могли бы использоваться для количественной оценки влияния данного

фактора на экономический рост и его темпы. Более подробно вопрос о численных мерах человеческого капитала рассмотрен в [1,2].

В данной работе рассмотрен микроэкономический подход к оценке человеческого капитала, который заключается в оценке влияния различных форм человеческого капитала на величину текущих доходов (заработную плату). Решение этой проблемы было предложено Дж. Минцером в 1974 году. Он рассмотрел несколько форм человеческого капитала, в том числе продолжительность обучения, общий профессиональный опыт и так называемый специфический человеческий капитал – продолжительность работы в определенной фирме. Также предлагалось учитывать в этой модели и другие аналогичные факторы, например, показатели, характеризующие здоровье индивида [4].

Настоящее исследование посвящено построению модели Минцера в виде:

$$\ln W = \beta_0 + \beta_1 SCH + \beta_2 EXP + \beta_3 EXP^2 + \beta_4 AG$$

где SCH – число лет обучения, скорректированное по достигнутому уровню образования (начальное и неполное среднее – 8 лет, полное среднее – 10 лет, профессионально-техническое – 11,5 лет, среднее специальное – 13 лет, высшее -15 лет; послевузовское (аспирантура) – 18 лет);

EXP – официальный стаж работы, за исключением времени обучения в ВУЗе (лет);

AG – возраст;

W – заработная плата в месяц в среднем на предприятии после вычета налогов;

β – коэффициенты при соответствующих переменных, характеризующие норму отдачи от инвестиций в образование, официально оформленный стаж и возраст ($\beta_0, \beta_1, \beta_2, \beta_4$ имеют знак «плюс»; β_3 – знак «минус»).

Для оценки регрессионной модели использовались статистические данные Российского мониторинга экономического положения и здоровья населения НИУ ВШЭ (данные по индивидам, волна 24, 2015 год) [3]:

1. Возраст.
2. Образование:

1 – окончил 0–6 классов

2 – незаконченное среднее образование (7–8 кл.)

3 – незаконченное среднее образование (7–8 кл.) + что-то еще

4 – законченное среднее образование

5 – законченное среднее специальное образование

6 – законченное высшее образование и выше

7 – затрудняюсь ответить

8 – отказ от ответа

9 – нет ответа.

3. Пол респондента:

0 – женщины

1 – мужчины.

4. Заработная плата в месяц в среднем за последний год после вычета налогов.

5. Оконченное количество классов школы.

6. Профессиональные курсы (лет).

7. ПТУ, ФЗУ, ФЗО без среднего образования (лет).

8. ПТУ, техническое училище после школы (лет).

9. Техникум, медицинское, музыкальное, педагогическое, художественное училище (лет).

10. Институт, университет, академия, вместе с магистратурой (лет).

11. Аспирантура, ординатура (лет).

12. Официальный стаж работы, за исключение времени обучения в ВУЗе (лет).

Были проверены гипотезы о значимости модели Минцера, значимости перечисленных факторов, а также проанализирована зависимость заработной платы от пола респондента, а для того, чтобы определить существует ли специфика человеческого капитала, определяемая полом.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Кузнецов Ю.А. Обобщенная модель экономического роста с учетом накопления человеческого капитала / Ю.А. Кузнецов, О.В. Мичасова // Вестник Нижегородского государственного университета им. Лобачевского, 2010. №1, 2.

2. Нестерова Д. Инвестиции в человеческий капитал в переходный период в России / Д. Нестерова, К. Сабирьянова. – М.: РПЭИ, 1998.

3. Российский мониторинг экономического положения и здоровья населения НИУ-ВШЭ (RLMS-HSE)», проводимый Национальным исследовательским университетом «Высшая школа экономики» и ЗАО «Демоскоп» при участии Центра народонаселения Университета Северной Каролины в Чапел Хилле и Института социологии РАН. (Сайты обследования RLMS-HSE: http://www.cpc.unc.edu/projects/rlms и http://www.hse.ru/rlms)

4. Саградов А.А. Экономическая демография: Учеб. пособие / А.А. Саградов. – М.:ИНФРА-М, 2005. – 256 с. – (Учебники экономического факультета МГУ им. М.В. Ломоносова).

УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ РЕГИОНА

НА ПРИМЕРЕ НИЖЕГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ

Липинецкая А.И.
Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Одним из главных составляющих, оказывающих воздействие на стойкое безопасное социально-экономическое развитие в стране, считается региональный фактор. Устойчивое развитие региона является основой обеспечения безопасности и стабильности национальной экономики [1]. На современном этапе теория «устойчивого развития» в нашей стране считается важной, и роль регионов в обеспечении стабильного развития РФ непрерывно повышается.

В работе на примере Нижегородской области исследуется устойчивость развития региона как совокупность и взаимосвязь различных характеристик. Цель работы состоит в выявлении степени устойчивости в развитии Нижегородской области и обобщении мер по повышению устойчивости развития исследуемого региона.

Анализ динамики основных социально-экономических показателей Нижегородской области года показывает, что по качеству жизни населения она занимает, по итогам 2015 – начала 2016 года, шестое место среди всех субъектов РФ [5].

На примере Нижегородской области был рассчитан интегральный показатель устойчивого развития региона. Среди множества критериев, влияющих на построение интегрального индикатора устойчивого развития региона, было выделено основных восемнадцать, по шесть в экономической, социальной и экологической составляющих. Каждая составляющая в свою очередь представлена тремя направлениями, в которых предлагается от одного до трёх индикаторов.

Для выполнения расчётов из различных методов многокритериальной нормализации был выбран метод свертывания критериев, в котором сведение всех рассматриваемых критериев к одному происходит с использованием весовых коэффициентов [2, 4]. В результате в целях выведения коэффициента экономической устойчивости, коэффициента социальной устойчивости, коэффициента экологической устойчивости и общего коэффициента устойчивого развития региона (КУР) [3] составлены функции, отражающие зависимость исследуемых показателей.

Далее для моделирования устойчивого развития на уровне региона были выбраны следующие показатели: ВРП на душу населения, инвестиции в основной капитал, темпы роста кредиторской задолженности организаций, оборот

розничной торговли (на душу населения), темпы роста дебиторской задолженности организаций, затраты на охрану окружающей среды, использование свежей воды, станции для очистки сточных вод, выбросы загрязняющих атмосферу веществ стационарными и передвижными источниками, инвестиции в основной капитал, направленные на охрану окружающей среды и рациональное использование природных ресурсов, ожидаемая продолжительность жизни при рождении, уровень занятости населения по субъектам Российской Федерации, среднедушевые денежные доходы населения, обеспеченность врачами на 10 тыс. человек населения, уровень безработицы населения по субъектам Российской Федерации, коэффициент рождаемости (на 1000 человек населения) [6]. Исходные данные для анализа были получены в Нижегородстате.

На основе анализа предложенных показателей результативным признаком является коэффициент устойчивого развития (У). Была построена совокупность модельного ряда, позволяющая анализировать причинно-следственные связи результативного признака от показателей (факторных признаков) соответствующих подсистем, подобраны значимые факторы и построена множественная регрессия.

Таким образом, определив интегральный индикатор устойчивого развития региона путём отбора ограниченного количества показателей, мы видим, что в Нижегородской области наблюдается высокий уровень социально-экономического развития региона.

В результате анализа сильных и слабых сторон Нижегородской области, а также его возможностей для развития и потенциальных угроз было выделено четыре главные зоны, соединяющие районы с похожей текущей структурой экономики и характеризующиеся благоприятными условиями для развития определенных направлений.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Иванов В.А. Методологические основы устойчивого развития региональных социо-эколого-экономических систем / В.А. Иванов // Экономические и социальные перемены: факты, тенденции и прогноз. – 2008. - №2.

2. Ли А.С. Об одном алгоритме оценки уровня устойчивого развития региона / Научно-технические ведомости СПбГПУ, серия «Экономические науки»/Издательство СПбГПУ, ISSN 1994 – 2354. – 2011. – №6(137). – С. 48−53.

3. Научный журнал КубГАУ «Алгоритм методики расчёта интегрального показателя устойчивого развития региона», №79(05), 2012

4. Саати Т. Принятие решений. Метод анализа иерархий / Т. Саати; пер. с англ. – М.: Радио и связь, 1993.

5. www.gks.ru- Федеральная служба государственной статистики

6. http://nizhstat.gks.ru/- Нижегородстат

МЕЖВРЕМЕННОЕ РАВНОВЕСИЕ С СОВЕРШЕННЫМ ПРЕДВИДЕНИЕМ В МОДЕЛИ ПЕРЕКРЫВАЮЩИХСЯ ПОКОЛЕНИЙ С ДВУМЯ ПОКОЛЕНИЯМИ

Лисицкая А. П.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Межвременное равновесие – это вид экономического равновесия, который рассматривается в течение нескольких временных периодов. До сих пор модель перекрывающихся поколений остается одной из актуальных тем в ортодоксальной макроэкономической теории. Ее обсуждению и развитию посвящено большое число работ, в частности, исследования.

Данная работа носит реферативный характер и иллюстрирует модель перекрывающихся поколений с двумя поколениями с межвременным равновесием с совершенным предвидением.

Время t дискретно и идет от 0 до ∞. t принадлежит множеству целых чисел $N, t = 0,1,2....$ Все решения принимаются в точках времени. Текущая дата называется периодом t, и мы изучаем, как работает экономика при $t = 0$ и далее. В начальной дате $t = 0$ будут начальные условия, отражающие историю экономики.

В каждый период t существует три блага: труд, капитал и физический продукт, произведенный из капитала и рабочей силы. Это физическое благо либо потребляется, либо вкладывается в будущий капитал. Мы берем это благо, произведенное в каждом периоде t, в качестве знаменателя. Таким образом, существуют различные знаменатели в каждом периоде.

Так как существует бесконечное число периодов, существует бесконечное число произведенных товаров. В каждом периоде t, N_t людей рождаются и живут два периода. В первый период жизни (молодые) люди наделены единицей рабочей силы, которую они поставляют фирме. Их доход равен реальной заработной плате w_t. Они распределяют этот доход между потреблением c_t и сбережениями s_t, которые инвестируются в фирмы. Бюджетное ограничение в период t

$$w_t = c_t + s_t \tag{1}$$

В следующий период жизни $t+1$ (пожилые) люди являются пенсионерами. Их доход состоит из сбережений, полученных в период t. Так как они не заботятся о событиях после их смерти, они потребляют свои доходы полностью.

В равновесии связь между двумя периодами t и $t+1$ достигается с помощью правила накопления капитала и формирования ожиданий. Правило накопления гласит, что сохранение молодых домохозяйств, превращается в производительный капитал на следующий период:

$$K_{t+1} = I_t = N_t s(\omega(k_t), R^e_{t+1}) \ ,$$

или в интенсивные сроки

$$k_{t+1} = \frac{1}{1+n} s(\omega(k_t), R^e_{t+1}).$$

Мы будем изучать систематически равновесие с совершенным предвидением:

$$R^e_{t+1} = R_{t+1} = f'(k_{t+1}) \tag{2}$$

$$k_{t+1} = \frac{1}{1+n} s(\omega(k_t), R^e_{t+1}) \tag{3}$$

Слова «совершенное предвидение» отражают предположение, что нет никакой неопределенности в отношении будущем. Будущее население, технологии и т.д. отлично прогнозируются агентами и являются будущей нормой сбережения.

Следовательно, при межвременном равновесии с совершенным предвидением запас капитала периода $t+1$ должен проверяться следующим неявным уравнением:

$$(1+n)k_{t+1} - s(\omega(k_t), f'(k_{t+1})) = 0. \tag{4}$$

Существует определенная трудность для изучения существования и уникальности равновесия с совершенным предвидением, учитывая первоначальный капитал. Действительно, k_{t+1} определяется неявно в (4), когда k_t известно. На каждом шаге есть проблема неявной функции: учитывая k_t, k_{t+1} существует и считается уникальным. Эти вопросы можно проанализировать простым способом. Учитывая данную заработную плату $w>0$, мы рассматриваем начальный капитал k такой, что ожидание ставки доходности $R(k) = f'(k)$ приведет к экономии решения $s(\omega, f'(k)$, соответствующего уровню накопления капитала. Другими словами, учитывая $w>0$, мы задаемся вопросом, можно ли решить для k уравнение

$$\Delta(k, w) \equiv (1+n)k - s(\omega, f'(k)) = 0.$$

Для существования этого достаточно, чтобы доказать, что пределы $\Delta(k,w)$, где k стремится к 0 и где k стремится k $+\infty$, имеют противоположный знак. Действительно, когда это имеет место, непрерывная функция $\Delta(k,w)$ будет обязательно принимать значение 0 в некоторой положительной k.

Следует отметить, что уникальность равновесия является фундаментальным свойством для итерации совершенного предвидения. Только тогда, когда равновесие уникально, оно может быть проанализировано как равновесие с рациональным совершенным предвидением. В случае уникальности нет экзогенных проблем координации ожиданий, так как каждый агент может решить модель и рассчитать следующий период равновесия k_{t+1}, который необходим для получения доходности $R^e_{t+1} = f'(k_{t+1})$. В случае множественности равновесий k_{t+1}, агенты не знают, что будут ожидать другие и таким образом сталкиваются с не уникальностью. R^e_{t+1}, если не предполагается некое внешнее координирующее устройство.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. De la Croix David A Theory of Economic Growth / David de la Croix and Philippe Michel,. – Cambridge, 2002. – 378 с.
2. Kehoe Timothy and David Levine. Comparative statics and perfect foresight in infinite horizon economies / Kehoe Timothy and David Levine. – Econometrica. – 1985. – № 53 (2). – 453 с.
3. Hayek F. A. Intertemporal price equilibrium and movements in the value of money” in Money, Capital and Fluctuations: Early Essays, edited by R. McCloughry. Chicago: The Chicago University Press, 1984, 71−117 сс.

ПРОГНОЗИРОВАНИЕ ЗАКУПОЧНОЙ ЦЕНЫ НЕФТИ НА ВНУТРЕННЕМ РЫНКЕ НА ОСНОВЕ МНОГОФАКТОРНОЙ МОДЕЛИ

Манбетов А.Р.

Оренбургский государственный университет

В современных условиях функционирования предприятий нефтяного сектора, обусловленных кризисными ситуациями в экономике и политике, высокой привязанностью к курсу доллара, а также требованиями реалий конкурентной борьбы, не вызывает сомнений необходимость построения политики ведения торговой деятельности, учитывающей прогнозы будущих закупочных цен на нефть.

Строить прогнозы на закупочную цену нефти на внутреннем рынке безусловно необходимо с учетом таких внешнеэкономических параметров, как стоимость нефти сорта Brent и курса доллара США. Внутренняя цена формируется под давлением рыночной, т.е. Brent, в свою очередь Brent влияет на курс доллара США к рублю USDRUB, который в свою очередь также оказывает влияние на цену закупки внутри российского рынка.

В подобных случаях имеет смысл использовать предложенную Симсом методологию, которая не предусматривает деление переменных на экзогенные и эндогенные. Фактически предложенная методология является обобщением моделей авторегрессии на многомерные процессы и называется VAR-моделью, структурный вид которой (1):

$$\vec{X}_t = \Phi_0 \vec{X}_t + \Phi_1 \vec{X}_{t-1} + \ldots + \Phi_p \vec{X}_{t-p} + \vec{\varepsilon}_t, \qquad (1)$$

где p порядок авторегрессии;

$\vec{X}_t = \vec{X}^1_{t_t}, \vec{X}^2_{t_t}, \ldots, \vec{X}^k_{t_t}$ – многомерный вектор;

$\Phi_j, j = 1,p$ – матрица размерности *kxk* коэффициентов структурной формы;

$(\Phi_0)_{jj}, = 0$;

$\vec{\varepsilon}_t$ – векторный белый шум.

При этом чтобы построить прогноз цены закупок на внутреннем рынке, сначала необходимо получить прогноз на нефть сорта Brent.

Зависимость структуры ряда от времени играет ключевую роль при моделировании или анализе финансовых временных рядов, к которым можно отнести и котировки цен на нефть. В зарубежных научных кругах большой интерес направлен к временным рядам, со свойством долгой (долговременной) положительной автокорреляции. Для прогнозирования рядов с таким свойством в работах зарубежных ученых, в первую очередь C.W. Granger [1], J.R. Hosking [2], P.M. Robinson [3], R. Beran [4], был предложен новый класс моделей ARFIMA (F: «fractional» - дробный), допускающий возможность нецелого параметра интегрирования.

По этой причине временные ряды с такими характеристиками называют рядами с долговременной памятью. К таким рядам относят и ряд котировок цен нефти сорта Brent [5].

Исследуем временной ряд – ежемесячные цены закрытия котировок нефти сорта Brent с 1 января 2000 г. по 01 октября 2016 г. Анализ оценки автокорреляционной функции позволил предположить наличие долговременной

памяти, что было подтверждено на основе расчета показателя Херста (превысил 0,5) в ППП Gretl.

Была оценена модель ARFIMA(1,d,1) с фиктивной переменной *cris*, отвечающей за кризис 2008 г. [6, с. 275], а также фиктивной переменной *opec*, отвечающей за резкое падение стоимости нефтяных котировок, начавшееся с осени 2014 г. в связи с демпингом странами ОПЕК в ответ на увеличивающиеся объемы добычи нефтедобывающими корпорациями США с помощью нетрадиционного способа многостадийного гидроразрыва пласта (табл. 1).

Результаты оценки модели в пакете Stata представлены в табл. 1. Как видно из таблицы, параметры модели значимы. Параметр при фиктивных переменных, отвечающих за кризисные явления, отрицательные, что свидетельствует о их негативном влиянии на нефтяные цены. На основе предложенной модели осуществлено прогнозирование на 4 месяца вперед, согласно которому нефть сорта Brent будет расти и к январю 2017 г. достигнет уровня 59,95 долларов за баррель.

Таблица 1 – Результаты оценки модели ARFIMA(1,d,1) для ряда Brent

Brent	Coef.	Std.Err.	z	P>|z|	[95%Conf.Interval]	
T	0. 5557	0.11324	4.91	0.00	0.333805	0.777723
Opec	-22.0259	6.18223	-3.56	0.01	-34.1428	-9.90896
Cris	-35.8188	6.01461	-5.96	0.01	-47.6072	-24.0304
X_{t-4}	0.33653	0.069475	4.84	0.00	0. 20038	0. 47272
e_{t-1}	0. 47999	0.05908	8.12	0.00	0. 36419	0. 59578
D	0.493678	0.00889	55.52	0.00	0. 47625	0. 51110

Опираясь на полученный прогноз, с помощью модели VAR можно построить прогноз курса доллара США. Ставится задача построить модель зависимости курса доллара США USDRUB от стоимости нефти марки Brent (с января 2000 г. по сентябрь 2016 г.).

Проверка стационарности рядов динамики изучаемых показателей проводилась на основе анализа выборочной автокорреляционной и частной автокорреляционной функции, а также проверки гипотезы о наличии единичного корня (DS-ряд) на основе расширенного критерия Дики-Фуллера (ADF-тест) и проверки гипотезы о стационарном ряде (TS-ряд) на основе критерия Квятковского-Филлипса-Шмидта-Шинна (KPSS-тест). Расчеты проводились в ППП Gretl. В итоге получена полностью адекватная модель VAR(1), оценка которой представлена в табл. 2.

Согласно построенному прогнозу курс доллара США USDRUB будет падать и к январю 2017 г. достигнет уровня $56,05.

Таблица 2 – Результаты оценки модели VAR(1) для курса доллара

USDRUB	Coef.	Std.Err.	z	P>|z|
dUSDRUB(1)	0.289502	0. 0608	4.76	0.00
dBrent	-0.12374	0.01849	-6.69	0.00

Учитывая полученные прогнозные тенденции курса доллара и рыночной стоимости нефти сорта Brent, с помощью модели VAR(1) была получена оценка, позволяющая спрогнозировать цену закупки нефти на внутреннем рынке с учетом фиктивной переменной *opec*, характеризующей демпинг цен странами ОПЕК (табл. 3). Несмотря на то, что в данной модели переменные не рассматриваются как эндогенные и экзогенные, принято говорить, что фиктивные переменные – экзогенная переменная [7].

Таблица 3 – Результаты оценки модели VAR(1) для цены закупки Price

Price	Coef.	Std.Err.	z	P>|z|
Price(1)	0.67	0. 101	6.683	0.00
dUSDRUB	-64.173	22.64	-2.83	0.0140
Brent	47.783	14.30	3.341	0.0019
Opec	2403.25	810.55	2.965	0.0052

Остатки уравнений удовлетворяют свойству некоррелированности. Кроме того, остатки также являются нормально распределенными. Значение выборочного коэффициента детерминации составляет 0,99, что свидетельствует о высоком качестве аппроксимации.

В результате был получен прогноз, согласно которому цена закупки нефтепродуктовой компании на внутреннем рынке так же, как и цена нефти сорта Brent, будет плавно расти и к январю 2017 г. достигнет порядка 16000 р/т. (рис. 1).

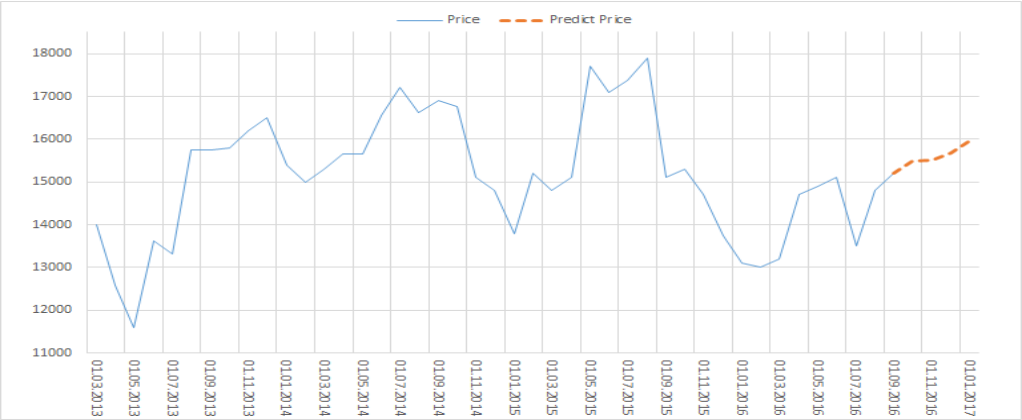


Рис. 1 – Динамика закупочной цены на внутреннем рынке нефти с марта 2013 г. по сентябрь 2016 г. и прогноз на 3 месяца вперед

Данный прогноз должен позволить нефтепродуктовой компании более осознанно и корректно планировать свою торговую деятельность, заключать

контракты на покупку и поставку нефти в обозримом будущем, опираясь на математически обоснованные данные.

При этом следует понимать, что прогноз строится на основании исторической информации и в предположении отсутствия в моделируемом будущем шоков и/или кризисных явлений, которые не представляется возможным заранее заложить в модель. В случае же наступления подобных событий имеет смысл перестроить модель, вводя необходимые фиктивные переменные.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Granger, C.W. Introduction to long-memory time series models and fractional differencing / C.W. Granger, R. Joyeux // Journal of Time Series Analysis. – 1980. – № 1. – P. 15– 29.

2. Hosking, J. R. M. Fractional differencing / J. R. M. Hosking // Biometrica. – 1981. – № 68 (1). P. 165–176.

3. Robinson, P. M. Long-memory Time Series. / P. M. Robinson. // Oxford, University Press. – 2003. – №15 (2). – P. 4–32.

4. Beran, J. Maximum likelihood estimation of the differencing parameter for invertible short and long memory autoregressive integrated moving average models. / J. Beran // Journal of the Royal Statistical Society. – 1995. – №57 (4). – P. 659–762.

5. Туктамышева Л. М., Манбетов А.Р. Дробноинтегрированные модели авторегрессии скользящего среднего в прогнозировании цен на нефть / Л.М. Туктамышева // «Математические методы и модели в исследовании актуальных проблем экономики России». Сборник материалов Международной научно-практической конференции. Издательство: Общество с ограниченной ответственностью «Аэтерна». – Уфа, 2016. – С. 224–225.

6. Туктамышева Л.М. О подходах к математическому моделированию рядов динамики со структурным скачком / Л.М. Туктамышева // «Формирование основных направлений развития современной статистики и эконометрики». Материалы I-ой Международной научной конференции, Оренбургский гос. ун-т. – Оренбург: ООО ИПК «Университет», 2013. – С. 273−280.

7. Дорохов, Е.В. Статистический подход к изучению прогнозирования индекса РТС на основе методов векторной авторегрессии и коинтеграции / Е.В. Дорохов // Финансы и бизнес. – 2008. – № 1. – С. 85–110.

МОДЕЛЬ ДИФФУЗИИ ИННОВАЦИЙ С УЧЕТОМ ОГРАНИЧЕНИЙ НА КОЭФФИЦИЕНТЫ

Перова И.С.
Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

В современной экономике одним из важнейших факторов экономического роста является научно-технологический прогресс (НТП). Основным проявлением влияния НТП на отдельную отрасль экономики, прежде всего, является модификация (модернизация) производимой продукции или создание новой, которая имеет важные конкурентные преимущества перед уже существующей. Как правило, такая новая продукция основана на инновационных (передовых) технологиях и может практически полностью вытеснять существующую. Безусловно, внедрение и разработка новой продукции и технологии требует колоссальных финансовых вливаний, но при этом отказ от разработки и перехода приведет к ослаблению рыночных позиций, а в дальнейшем и к полному прекращению деятельности.

В качестве предмета исследования была выбрана динамика рынка передачи данных, замещение коммутируемого доступа в Интернет на широкополосный, по 11 субъектам макрорегиона Поволжье с 2006 по 2009 гг. [1].

В рамках построения модели предполагается, что диффузия инноваций реализуется в рамках взаимодействия двух последовательных поколений новой технологии, отметим, динамика такого взаимодействия сходна с динамикой взаимодействия двух биологических популяций, существующих в одном ареале обитания и конкурирующих между собой.

Для описания процесса диффузии инноваций может использоваться математическая модель Лотки – Вольтерра динамики конкурентного взаимодействия двух популяций «хищник – жертва» [3].

$$\frac{dN_1}{dt} = r_1 N_1 \left[1 - \frac{N_1}{K_1} - \varepsilon_1 \frac{N_2}{K_2}\right]$$
$$\frac{dN_2}{dt} = r_2 N_2 \left[1 - \frac{N_2}{K_2} - \varepsilon_2 \frac{N_1}{K_1}\right]$$

Здесь, N_1 – численность пользователей технологии коммутируемого доступа, N_2 – численность пользователей технологии широкополосного доступа, K_1 и K_2 – емкости рынков соответствующей технологии, r_1 и r_2 – темпы роста количества пользователей (при малых численностях), ε_1, ε_2 – соответственно характеристики конкуренции между технологиями.

Для определения и оценки коэффициентов модели следует построить эконометрическую модель, в которой учитывается емкость рынка, вероятный спрос и близость отрасли к насыщению для обеих технологий в виде системы одновременных уравнений. Основной проблемой при построении модели и расчете прогноза является то, что факторы, заведомо положительно влияющие на результат модели, имеют отрицательный коэффициент. Для преодоления этой сложности необходимо наложение ограничений на коэффициенты в модели, для чего используется регрессионная модель с ограничениями на коэффициенты. Построение и расчеты выполнялись в пакете MatLab [2]. Построение эконометрической модели является центральной задачей исследования, так как ее «качество» определяет достоверность результатов исследования.

В ходе исследования было выявлено, что отсутствие ограничений в модели в некоторых случаях сильно влияет на адекватность и правильность модели и прогноза. Так, на рис. 1 видно, что в модели без учета ограничений количество абонентов широкополосного доступа стремится к бесконечности, что противоречит логике модели в целом. До введения ограничений в большинстве случаев коэффициенты регрессии не удовлетворяли условиям модели, то есть такие траектории не могли использоваться для анализа и прогнозирования ситуации на рынке широкополосного доступа в Интернет. После введения ограничений очевидно, что модель начинает согласовываться с реальностью, число абонентов увеличивается, но в определенный момент рынок достигает насыщения. Таким образом, качество модели и прогноза улучшается.

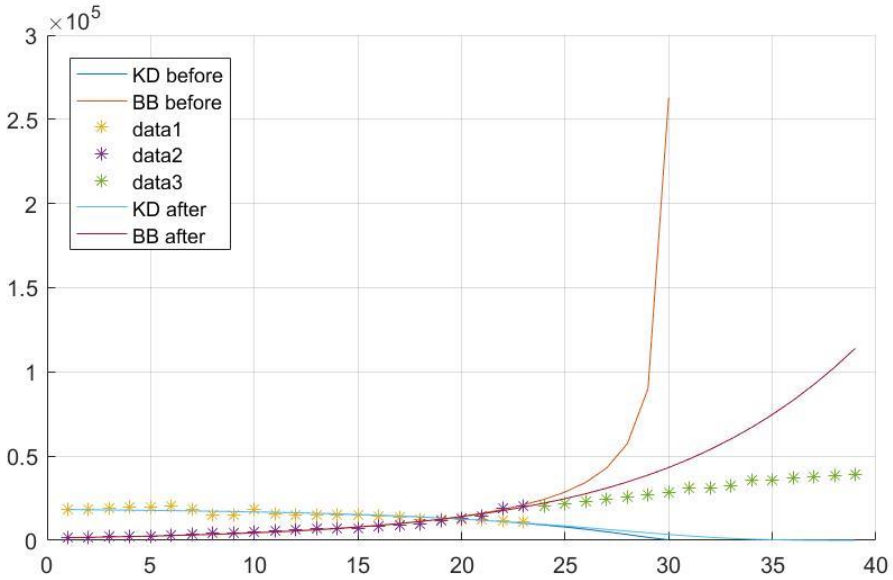


Рис. 1 – Пенза. График изменения количества абонентов коммутируемого и широкополосного доступа в Интернет (звездочки - исходные данные, красная и синяя линии - регрессия без ограничения, голубая и фиолетовая линии – регрессия с ограничениями на коэффициенты)

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Ежегодный отчет группы компаний «Связьинвест», 2011. URL: http://www.svyazinvest.ru/invest/reports/ (дата обращения: 15.10.2011).
2. Кетков Ю.Л. MATLAB 7: программирование, численные методы / Ю.Л. Кетков, А.Ю. Кетков, М.М. Шульц. – СПб.: БХВ-Петербург, 2005. – 752 с.
3. Кузнецов Ю.А. Математическое моделирование динамики конкурентного замещения поколений инновационного товара / Ю.А. Кузнецов, С.Е. Маркова, О.В. Мичасова // Вестник Нижегородского государственного университета им. Н.И. Лобачевского. – 2014. – № 2. – С. 178–184.

О НЕКОТОРЫХ ОБОБЩЕНИЯХ МАТЕМАТИЧЕСКОЙ МОДЕЛИ П. РОМЕРА ЭНДОГЕННОГО ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА

Серова Н.А.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

В настоящей статье анализируется ряд работ, посвященных обобщению и развитию ставшей теперь уже классической модели экономического роста Пола Ромера [1]. В некоторых из этих работ вводятся определенные усовершенствования данной модели, в других – исследуются некоторые достаточно сложные вопросы, связанные, в частности, с *эффектом неопределенности*. Сам этот термин и первое доказательство существования данного эффекта (в модели Р. Лукаса [2]) были представлены в знаменитой работе [3] (см. также [4]). В дальнейшем выяснение существования эффектом неопределенности (или, напротив, его несуществования) стали непременным атрибутом большинства теоретических работ по теории экономического роста.

Как известно, в основу модели Ромера положены три главные предпосылки:

1) основой экономического роста являются технологические изменения (новые технологии), то есть внедрение все более совершенных способов обработки сырьевых материалов;

2) технологические изменения происходят благодаря целенаправленной деятельности людей, которые реагируют на существующие рыночные стимулы;

3) создание новых технологий требует разовых затрат, а дальнейшее использование новых технологий не требует дополнительных затрат со стороны производителя.

В работе П. Ромера [1] не был проведен подробный теоретический анализ динамики этой модели. В связи с этим появилось значительное количество работ, восполнявших этот пробел. В частности, модели экономического роста Пола Ромера посвящен весьма обширный цикл работ [5–13]. При этом работы [9 – 12] посвящены построению обобщений модели Ромера, которые приводят к моделям, демонстрирующим гораздо более богатую, чем обычно, динамику переходных процессов. Кроме того, в этих обсуждаются различные теоретические и практические аспекты корректного проведения вычислительных экспериментов с такими моделями; приводятся различные методики этих экспериментов. Эти исследования представляют значительный самостоятельный интерес, а полученные здесь результаты могут быть применены к целому ряду других моделей эндогенного экономического роста, в том числе и более общим.

В цикле работ [5–8] проводится исследование вопросов существования устойчивой сбалансированной траектории роста (в смысле Р. Лукаса [2]) с положительным темпом роста. В частности, указывается как на отсутствие существования эффекта неопределенности в весьма общей модели экономического роста типа модели Пола Ромера, так и на отсутствие «циклического поведения» данной системы. Этот результат достаточно интересен и важен, однако, как показано в работе [13], при определенных значениях параметров системы (и множество таких значений достаточно представительно!), эффект неопределенности может проявляться и модели экономического роста типа модели Пола Ромера.

В настоящей работе обсуждаются вопросы, связанные с существованием эффекта неопределенности в модели экономического роста типа модели Пола Ромера.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Romer P.M. Endogenous Technological Change / P.M. Romer // *Journal of Political Economy*. – 1990. – Vol. 98. – № 5. – P. 71.

2. Lucas R.E. Jr. On the Mechanics of Economic Development / R.E. Jr. Lucas // *Journal of Monetary Economics*. – 1988. – Vol. 22. – № 1. – P. 3–42.

3. Benhabib J. Uniqueness and Indeterminacy: On the Dynamics of Endogenous Growth / J. Benhabib, R. Perli // *Journal of Economic Theory*. – 1994. – Vol. 63. – № 1. – P. 113–142.

4. Benhabib J. Monopolistic competition, indeterminacy and growth / J. Benhabib, R. Perli, D. Xie // *Ricerche Economiche*. – 1994. – Vol. 48. – P. 279–298.

5. Arnold L.G. Endogenous growth with physical capital, human capital and product variety: A comment / L.G. Arnold // *European Economic Review*. – 2000. – Vol. 44. – P. 1599-1605.

6. Arnold L.G. Stability of the market equilibrium in Romer's model of endogenous technological change: A complete characterization / / L.G. Arnold // *Journal of Macroeconomics*. – 2000. – Vol. 22. – № 1. – P. 69–84.

7. Arnold L.G. Endogenous technological change: A note on stability / L.G. Arnold // *Economic Theory*. – 2000. – Vol. 16. – P. 219–226.

8. Arnold, L.G., Endogenous technological change: A note on stability // L.G. Arnold // *Economic Theory*. – 2000. – Vol. 16. – P. 219–226.

9. Funke M. On endogenous growth with physical capital, human capital and product variety / M. Funke, H. Strulik // *European Economic Review*. – 2000. – Vol. 44. – P. 491−515.

10. Gómez M.A. Transitional Dynamics in an Endogenous Growth Model with Physical Capital, Human Capital and R&D / M.A. Gómez // *Studies in Nonlinear Dynamics and Econometrics*. – 2005. – Vol. 9. – № 1. Article 5, 20pp. doi: 10.2202/1558-3708.1240

11. Gómez M.A. Duplication externalities in an endogenous growth model with physical capital, human capital, and R&D / M.A. Gómez // *Economic Modelling*. – 2011. – Vol. 28. – №1-2. P. 181–187.

12. Sequeira T.N. Facts and distortions in an endogenous growth model with physical capital, human capital and varieties / T.N. Sequeira // *Portugal Economic Journal*. – 2012. – Vol. 11. – № 3. – P. 171–188.

13. Slobodyan S. Indeterminacy and stability in a modified Romer model / S. Slobodyan // *Journal of Macroeconomics*. – 2007. – Vol. 29. – № 1. – P. 169–177.

ГЛОБАЛЬНЫЕ ДИСБАЛАНСЫ: ПРОБЛЕМА ТРАНСФЕРТА И ТРАНСПОРТНЫХ ИЗДЕРЖЕК В МОНОПОЛИСТИЧЕСКОЙ КОНКУРЕНЦИИ

Смирнов С.В.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

В данной работе было изучено влияние торговых дисбалансов на благосостояние, рассматриваемое как перемещение дохода в модели монополистической конкуренции Диксита-Стиглица-Кругмана. Это основная модель экономистов в торговле, и на ее основе построены самые последние разработки в области теории торговли. Однако в данной установке торговым дисбалансам уделялось мало внимания, и целью этой работы было заполнить этот пробел.

Модели и установки:

В разделе 2 формулируется двухсекторная, многострановая модель общего равновесия Кругмана, позволяющая провести четкий анализ торговых дисбалансов. Модель стандартна во многих отношениях: один сектор производит однородный товар в условиях совершенной конкуренции и постоянной отдачи

от масштаба, а другой производит дифференцированные товары в условиях монополистической конкуренции и затратной торговли. Основным новшеством является то, что однородный товар является не внешнеторговым и что торговые дисбалансы возникают в случае, когда обменный курс (т.е. относительная заработная плата) не соответствует сбалансированной торговле.

В разделе 3 рассматривается более сложная установка, в которой мы добавляем производство промежуточных товаров в производстве готовой продукции. Подразумевается, что промежуточные товары, на долю которых приходится более двух третей международной торговли, могут резко изменить количественные и качественные выводы. Например, торговые излишки могут привести к повышению валютного курса, улучшению условий торговли и к увеличению благосостояния при стандартных конфигурациях параметров.

В разделе 4 выполняется другой, но связанный мысленный эксперимент: вместо того, чтобы изучать эффект цены экзогенного увеличения трансфертов, как в предыдущих разделах и большей части литературы, рассматривается случай, когда правительство решает изменять международную относительную заработную плату, т.е. обменный курс. Например, китайское правительство могло бы вмешиваться в международные рынки капитала, с тем, чтобы избежать какого-либо ухудшения конкурентоспособности страны. В качестве альтернативы этот сценарий может также описать краткосрочное равновесие экономики с фиксированным обменным курсом и номинальной жесткостью.

Схожие работы:

Ближайшая по смыслу работа – это Corsetti, Martin and Pesenti (2013), которые разработали двухстрановую модель монополистической конкуренции, чтобы изучить, как входной барьер (маржа входа) влияет на эффект цены трансферта. Как в данной работе они обнаружили, что последствия для цен могут быть очень разными, в случае, когда корректировка происходит по обширной марже. В отличие от данной работы, они не находят, что входной барьер может понизить реальную стоимость трансферта для страны-отправителя.

Выводы: В работе показано, что торговые дисбалансы имеют большое влияние на международное размещение производственных фирм. Трансферт увеличивает спрос на внутренние товары для страны получателя и уменьшает его для страны донора. Следовательно, производственные фирмы переходят от «дефицитных» стран в страны с торговым излишком. При наличии торговых издержек перемещение производства уменьшает индекс цен страны-донора и увеличивает для страны-получателя. Этот эффект индекса цен выгоден для потребителей в стране с излишком и, при наличии промежуточных товаров, он

также повышает конкурентоспособность фирм-производителей. Если заработная плата не регулируется, этот механизм создает тенденцию к агломерации производства в странах с торговым излишком.

Реалистичные калибровки предполагают, что эффект индекса цен может значительно снизить стоимость трансферта. Точная величина этого эффекта в решающей степени зависит от параметров, которые трудно измерить эмпирически, таких, как эластичность замещения между разновидностями товара и торговые издержки. Во всех случаях, однако, мы находим, что избыток связан с резким увеличением размера производственного сектора.

Хоть эти результаты и получены в относительно стилизованной модели, они могут помочь объяснить некоторые неожиданные наблюдения. Например, эффект индекса цен может помочь рационализировать, почему политики зачастую настолько обеспокоены сокращением занятости в обрабатывающей промышленности. Наша модель также согласуется с наблюдением, что развивающиеся страны, испытывающие взлет производительности в торговых секторах, имеют тенденцию к накоплению иностранных активов, т.е. так называемый «allocation puzzle» (Gourinchas and Jeanne, 2013). Однако это указывает на причинно-следственную связь между накоплением иностранных активов и ростом производительности. Тщательный эмпирический анализ этих механизмов до сих пор отсутствует и представляется серьезной задачей для будущих исследований в области международных финансов и торговли.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Anderson James E. Trade costs/ James E. Anderson and Eric van Wincoop // Journal of Economic Literature. – 2004. – № 42. – Pp. 691−751.

2. Bagwell Kyle. Delocation and trade agreements in imperfectly competitive markets / Kyle Bagwell, Robert Staiger // Research in Economics. – 2015. – № 69(2). – Pp. 132−156.

3. Benigno, Gianluca and Luca Fornaro. Reserve accumulation, growth and financial crises, Working Paper. – 2012.

4. Bergin Paul R. Beyond competitive devaluations: The monetary dimension of comparative advantage / Paul R. Bergin, G. Corsetti // Working Paper. – 2015.

5. Bhagwati Jagdish N. The generalized theory of transfers and welfare: Bilateral transfers in a multilateral world / J. N. Bhagwati, R. A. Brecher and T. Hatta // American Economic Review. – 1983. – № 73(4). – Pp. 606−618.

6. Buera F. J. Scale and the origins of structural change / F. J. Buera, J. P. Kaboski // Journal of Economic Theory. – 2012. – № 147(2). – Pp. 684−712.

7. Campolmi A. Trade policy: home market effect versus terms-of-trade externality / A. Campolmi, H. Fadinger and C. Forlati // Journal of International Economics. – 2013. – № 93(1). – Pp. 92−107.

8. Giancarlo C. Varieties and the transfer problem / Giancarlo C., P. Martin and P. Pesenti //

Journal of International Economics. – 2013. – № 89. – Pp. 1−12.

9. Crino Rosario. Trade imbalances, export structure and wage inequality // Crino Rosario and Paolo Epifani // The Economic Journal. – 2014. – № 124. – Pp. 507−539.

10. Davis Donal R. The home market, trade, and industrial structure / Donal R. Davis // American Economic Review. – 1998. – № 88(5). – Pp. 1264−1276.

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ОЦЕНКА КАЧЕСТВА ЖИЗНИ НАСЕЛЕНИЯ В НИЖЕГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ

Фомина А.А.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Определение качества жизни играет огромную роль в процессе государственного управления социально-экономическим развитием страны. Актуальность данного вопроса состоит также в том, что при грамотном измерении, основанном на объективных статистических показателях, мы приобретаем возможность определять стратегию развития общества, уровень экономического благосостояния населения, а также потенциал человеческих возможностей, что особенно важно в период перехода к постиндустриальному этапу развития общества.

В данной работе рассматривается оценка качества жизни с использованием фундаментальной методики, разработанной С.А. Айвазяном. Она основана на вычислении интегрального индикатора качества жизни, который формируется путем анализа следующих синтетических категорий: «Качество населения», «Качество социальной сферы», «Материальное благосостояние населения», «Качество экологической ниши» и «Природно-климатические условия» [1]. Каждая категория представляется набором частных критериев, поддающихся непосредственному статистическому наблюдению, так что может быть построена иерархическая система. В связи с трудностями оценивания пятой категории в данном исследовании расчеты производятся без её учета.

В работе приводится практическое использование методики с целью определения проблемных областей в социально-экономическом развитии территории, реализованное в пакете прикладных программ MATLAB. Анализ ключевых показателей КЖН Нижегородской области основывается на оперативных данных ЕМИСС и Нижстата и рассматривается в динамике с 2005 по 2014 г. [2-3]. В целях обеспечения сравнимости частных и интегральных показателей была проведена их предварительная унификация по 10-ой шкале.

В результате исследования было выявлено, что качество жизни населения и качество социальной сферы имели устойчивую тенденцию к росту, и к 2014 году составили 7,9 и 7,68 соответственно. Однако нельзя не заметить замедления темпов прироста в последние годы. Уровень благосостояния в 2009 г. значительно снизился и составил 6,7, что ниже среднего уровня на 16%, это обусловлено финансово-экономической нестабильностью в стране. Но уже в 2010 г. показатель вернулся к прежнему уровню и до 2014 г. изменялся незначительно. Несмотря на увеличение затрат на охрану окружающей среды, качество экологической ниши в последнее время ухудшается в связи с серьезными загрязнениями воздушного и водного бассейнов. Интегральный индекс качества жизни в 2014 г. составил 8,9 и увеличился за рассматриваемый период на 18,14%, что свидетельствует о повышении качества жизни в регионе, несмотря на то, что не все показатели имели положительную динамику.

Данный индекс особенно показателен в сравнении, поэтому в дальнейшем планируется рассмотреть его не только в динамическом анализе, но и в межрегиональных сопоставлениях. Для такого исследования было принято решение взять результаты деятельности регионов Приволжского федерального округа. Для дополнительной классификации регионов будет также применяться общий метод кластерного анализа, а именно метод К-средних.

Проведенные исследования позволяют сделать вывод о том, что в Нижегородской области имеется необходимость в повышении качества жизни населения за счет мер государственного регулирования. Во многом относительно не высокий уровень качества жизни в Нижегородской области обусловлен высокой стоимостью жизни в регионе, довольно высоким уровнем безработицы и смертности – на эти направления необходимо обратить особое внимание руководству региона. Наилучших результатов Нижегородская область добилась в области здравоохранения, образования, обеспеченности населения жильем и объемах производства промышленной продукции.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Айвазян С.А. Изменение синтетических категорий качества жизни населения региона и выявление ключевых направлений совершенствования социально-экономической политики / С.А. Айвазян, В.С. Степанов, М.И. Козлова. – 2006. –№2 − С. 20:

2. Единая межведомственная информационно статистическая система: http://www.fedstat.ru/indicators/start.do

3. Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Нижегородской области: http://nizhstat.gks.ru/

ИССЛЕДОВАНИЕ МОДЕЛИ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА УЗАВЫ-ЛУКАСА С ПРИМЕНЕНИЕМ ПАКЕТА MATLAB

Чердакова Д.М.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Исследование посвящено анализу модели эндогенного роста Узавы-Лукаса в пределах пространства её возможных параметров с применением программного средства MatLab. Целью работы было изучение возможности изменения динамики модели при допустимых значениях параметров.

Современные процессы информатизации общества и развитие технологий привели к усилению роли человеческого капитала, обеспечивающему функционирование экономики в современных условиях. Поэтому влияние указанного фактора на экономическое развитие является актуальной проблемой.

Модель Узавы-Лукаса является одной из наиболее важных моделей эндогенного роста [2,3]. Модель состоит из двух секторов: производственного сектора человеческого капитала и производственного сектора физического капитала.

Производственная функция производственного сектора определяется формулой: $Y(t) = AK^{\beta}[u(t)h(t)L(t)]^{1-\beta}h_{\alpha}(t)^{\gamma}$. В формуле $Y(t)$ – выпуск, A – постоянный уровень технологий, $K(t)$ – физический капитал, β – доля физического капитала, $L(t)$ – численность работников, $h(t)$ – человеческий капитал на одного работника, $u(t)$ и $[1-u(t)]$ отражают долю времени рабочих, уделяемую производственной деятельности и накоплению человеческого капитала [1].

Заметим, что $h_{\alpha}(t)$ – средний уровень человеческого капитала по экономике в целом и $h_{\alpha}(t)^{\gamma}$ описывает внешние эффекты человеческого капитала, где γ – положительный внешний параметр в производстве человеческого капитала.

В соответствии с видом производственной функции уравнение динамики объема физического капитала записывается в виде $\frac{dK(t)}{dt} = AK(t)^{\beta}[u(t)h(t)L(t)]^{1-\beta}h_{\alpha}(t)^{\gamma} - c(t)L(t) - \mu K(t)$, где $c(t)$ – удельное потребление, μ – темп амортизации капитала. Уравнение динамики накопления человеческого капитала можно записать в виде $\frac{dh(t)}{dt} = \delta h(t)[1-u(t)], \delta = const$.

Задача оптимизации заключается в максимизации целевой функции $J[c(\cdot), u(\cdot)] = \int_0^{\infty} e^{-(\rho-n)t}U[c(t)]dt$. Индивидуальная функция полезности репрезентативного экономического агента $U(\cdot)$ выбирается в виде $U(c) =$

$\frac{c^{1-\sigma}-1}{1-\sigma}, \sigma > 0, \sigma \neq 1$. В указанных формулах $\rho > 0$ – субъективная дисконтирующая норма и σ- обратная межвременная эластичность замещения.

Существует два различных в экономическом смысле варианта “расшифровки” условия $h(t) = h_\alpha(t)$, которые приводят к двум различным типам оптимальных траекторий [4].

В первом варианте предполагается, что существует социальный планировщик, выбирающий оптимальный путь экономической системы, изначально располагающий исчерпывающей информацией о её развитии. Оптимизационную проблему, сформулированную в таком варианте, называют “задачей планировщика”.

Во втором варианте рассматривается ситуация, когда частный сектор не располагает исчерпывающей информацией об экономическом развитии системы и накопление человеческого капитала следует известной в каждый момент времени функции $h_\alpha(t)$, которая рассматривается как экзогенно заданная и на которую каждый репрезентативный экономический агент воздействовать не может. Оптимизационную проблему, сформулированную в таком варианте, называют “задачей о конкурентном равновесии”.

Поэтому можно записать обобщенную проблему об определении оптимальных траекторий в модели эндогенного роста Узавы-Лукаса:

$$\begin{cases} \dfrac{dK(t)}{dt} = AK(t)^\beta [u(t)L(t)]^{1-\beta} h(t)^{1-\beta+\gamma} - c(t)L(t) - \mu K(t), \\ \dfrac{dh(t)}{dt} = \delta h(t)[1-u(t)], \\ \dfrac{d\theta_K(t)}{dt} = \theta_K(t)\{(\rho+\mu) - \beta AK(t)^{\beta-1}[u(t)L(t)]^{1-\beta} h(t)^{1-\beta+\gamma}\}, \\ \dfrac{d\theta_H(t)}{dt} = \theta_H(t)\{\rho - \delta[1-u(t)]\} - \theta_K(t)\{(1-\beta+\Delta)AK(t)^\beta [u(t)L(t)]^{1-\beta} h(t)^{\gamma-\beta}\}, \\ \dfrac{c^{-\sigma}}{L(t)} = \theta_K, \\ \theta_K(t)\{(1-\beta)AK(t)^\beta L(t)^{1-\beta} u(t)^{-\beta} h(t)^{1-\beta+\gamma}\} = \delta\theta_H(t)h(t), \\ \lim\limits_{t\to\infty} e^{-(\rho-n)t}\theta_K(t)K(t) = 0, \quad \lim\limits_{t\to\infty} e^{-(\rho-n)t}\theta_H(t)h(t) = 0. \end{cases}$$

Из системы при $\Delta = 0$ получается задача о конкурентном равновесии, а при $\Delta = \gamma$ – задача социального планировщика.

Дальнейший анализ поставленной оптимизационной задачи основан на принципе максимума Понтрягина [4]. Для доказательства траекторий сбалансированного роста в обобщенной системе осуществляется переход от сопряженных пе-

ременных к переменным удельного потребления $c(t)$ и относительной “теневой цене” человеческого капитала $p(t)$, после чего осуществляется замена вида $q(t) \equiv \frac{c(t)}{k(t)}, x(t) = k(t)h(t)^{\frac{(1-\beta+\gamma)}{(\beta-1)}}$. Следовательно, необходимо в первую очередь рассмотреть следующую систему трех обыкновенных дифференциальных уравнений:

$$\begin{cases} {dx(t)}/{dt} = Au(t)^{1-\beta}x(t)^{\beta} - Mx(t) - x(t)q(t) + \psi x(t)[1-u(t)], \\ {dq(t)}/{dt} = \phi Au(t)^{1-\beta}x(t)^{\beta-1}q(t) + \{q(t)\}^2 - \xi q(t), \\ {du(t)}/{dt} = \frac{u(t)}{\beta}\{P + Q(\delta[1-u(t)]) - \beta q(t)\}. \end{cases}$$

Здесь используются следующие обозначения: $P = (1-\beta)(n+\mu) + \frac{\delta(1-\beta+\Delta)}{(1-\beta)}$, $Q = \frac{(\gamma-\Delta)-\beta(1-\beta+\gamma)}{(1-\beta)}, \psi \equiv -\delta\frac{(1-\beta+\gamma)}{(1-\beta)}, M \equiv \mu + n$, $\phi \equiv \left(\frac{\beta}{\sigma} - 1\right), \xi \equiv \frac{\rho+(\mu+n)(1-\sigma)}{\sigma}$.

Численное исследование системы выполнялось с помощью пакета MatLab для следующих наборов параметров [5]: $A = 1, \beta = 0.65, \gamma = 0.1, \mu = 0, n = 0, \delta = 0.05, \sigma = 0.15,\ \rho = 0.0505, L = 1$ и $A = 1, \beta = 0.75, \gamma = 0.1, \mu = 0,\ n = 0,\ \delta = 0.05,\ \sigma = 0.15, \rho = 0.0505,\ L = 1$.

При рассмотрении задачи социального планировщика по значениям собственных чисел устанавливаем, что типы состояний равновесия и в том и в другом случае – седло. В случае задачи конкурентного равновесия получаем состояния равновесия седло-фокус и неустойчивый фокус.

С целью исследования типов состояния равновесия при различных значениях параметров была создана программа, определяющая тип состояния равновесия в зависимости от значений корней характеристического уравнения при варьировании параметров β и δ.

Программа позволяет получить два множества. Первое множество состоит из тех наборов параметров, для которых в правой полуплоскости находится только один корень характеристического уравнения. Состояния равновесия в этом случае будут являться либо седлом, либо седло-фокусом. Второе множество состоит из тех наборов параметров, для которых все корни характеристического уравнения лежат в правой полуплоскости, причем в этом случае состояние равновесия может быть неустойчивым фокусом.

При переходе изображающей точки из области одного множества в область другого возможен ряд бифуркаций.

Таким образом, при кажущейся простоте при различных наборах параметров модель Узавы-Лукаса может демонстрировать весьма сложное поведение. Важным представляется рассмотрение всех доверительных областей параметров-оценок, поскольку небольшие изменения исходных параметров могут вызвать значительные изменения в динамике системы. В рамках исследования был выполнен анализ устойчивости модели Узавы-Лукаса и показано, что внешние эффекты (экстерналии) человеческого капитала играют важную роль в определении динамики для модели эндогенного роста Узавы-Лукаса.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Barnett W. A., Ghosh T. Stability analysis of Uzawa-Lucas endogenous growth model / W. A. Barnett, T. Ghosh // Munich Personal RePEc Archive, 2013. – 27 pp.
2. Lucas R. E. On the Mechanics of Economic Development / R. E. Lucas // Journal of Monetary Economics. – 1988. – № 22. – P. 3−42.
3. Uzawa H. Optimum Technical Change in an Aggregative Model of Economic Growth / H. Uzawa // International Economic Review – 1965. – № 6. – P. 18−31.
4. Кузнецов Ю. А. Оптимальное управление экономическими системами: Учебное пособие / Ю.А. Кузнецов. – Н. Новгород: Изд-во ННГУ, 2008. – 449 с.
5. Кузнецов Ю. А. Численно-аналитическое исследование модели экономического роста Лукаса / Ю.А. Кузнецов, О.В. Мичасова // Прикладная информатика. – 2013. – № 1. – С. 116−126.

НЕЙРОСЕТЕВОЙ ПОДХОД К АНАЛИЗУ МОДЕЛИ «ЗАТРАТЫ-ВЫПУСК» ДЛЯ ЭКОНОМИЧЕСКИХ СИСТЕМ

Шегурова К.А.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Нейронные сети представляют собой новую и весьма перспективную вычислительную технологию, дающую новые подходы к исследованию динамических задач в финансовой области. Они находят свое применение в таких разнородных областях, как моделирование, анализ временных рядов, распознавание образов, обработка сигналов и управление благодаря одному важному свойству – способности обучаться на основе данных при участии учителя или без его вмешательства [1].

В работе [3] предложен альтернативный метод изучения межотраслевого баланса, основанный на применении многослойной нейронной сети. Он пока-

зывает, что метод нейронных сетей может быть использован для анализа модели «затраты-выпуск» в динамической экономической системе.

Анализируемая модель «затраты-выпуск» [2] состоит из двух отдельных многослойных нейронных сетей. В первой нейронной сети входной слой с $[n(b+1)+1]$ входными узлами соответствует выпускам n производственных отраслей, наблюдаемых в $(b+1)$ периодах времени, и смещению. Выходные узлы нейронной сети соответствуют последующим наблюдениям конечного продукта для n отраслей производства. После обучающей выборки нейронная сеть моделирует функцию:

$$Y_t = \Phi(X_t, X_{t-1}, X_{t-2} \cdots X_{t-b})$$

Во второй нейронной сети входной слой с $[n(b+1)+1]$ входными узлами соответствует конечному продукту в период времени t и выпускам n отраслей производства, наблюдаемых в периоды времени b, и смещению. Выходные узлы соответствуют последующим результатам выпусков n производственных отраслей в $(t+1)$ периоде времени. После обучающей выборки нейронная сеть моделирует следующую функцию:

$$X_{t+1} = \Psi(Y_t, X_t, X_{t-1}, X_{t-2} \cdots X_{t-b+1})$$

Данные для выпусков n производственных отраслей во временном окне и конечного продукта используются для обучения первой нейронной сети. Эта нейронная сеть может быть использована для прогнозирования Y_{t+1}, конечного продукта в период времени $(t+1)$. Данные в период времени t, наряду с выпусками в предыдущие годы, используются для обучения второй нейронной сети. Эту обученную нейронную сеть можно использовать для прогнозирования выпусков в период времени $(t+1)$, что в свою очередь может использовать в первой нейронной сети для прогнозирования Y_{t+1}. Выбор размера временных окон имеет решающее значение для определения нелинейности системы. Следует отметить, если временное окно установлено на минимум, так что только включается в затраты для первой нейронной сети, то первая обученная нейронная сеть будет приближением линейной модели Леонтьева, когда всем весам нейронной сети первоначально присвоены малые случайные числа.

В работе проводится анализ эффективности данной модели для экономики России с использованием данных для моделирования. Были рассмотрены таблицы ресурсов товаров и услуг за период с 1998 по 2006 годов, предоставленные федеральной службой государственной статистики. В исследовании ставится задача выявления эффективности применения данной модели в зависимости от параметров нейронной сети, которые влияют на точность предска-

зания: зависимость точности от ширины окна и от количества нейронов внутреннего слоя. В настоящее время проводится компьютерный эксперимент.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Хайкин С. Нейронные сети: полный курс / С. Хайкин. – 2-е изд., испр.; пер. с англ. – М.: ООО «И.Д. Вильямс», 2006. – 1104 с.
2. Экономико-математические методы и прикладные модели: Учебное пособие для вузов / В.В. Федосеев, А.Н. Гармаш, Д.М. Дайитбегов, И.В. Орлова, В.А. Половников. – М.: ЮНИТИ, 2001. – 264 с.
3. Wang S. The Neural Network Approach to Input–Output Analysis for Economic Systems / S. Wang // Neural Computing & Applications. – 2001. – No. 10. –pp. 22–28.

Секция 12. ПРАВО И ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО

ИЗМЕНЕНИЕ ПРОЦЕДУРЫ ГОСУДАРСТВЕННОЙ РЕГИСТРАЦИИ: УСЛОЖНЕНИЕ ПРАВИЛ ИЛИ СОЗДАНИЕ УСЛОВИЙ ДЛЯ РАЗВИТИЯ МАЛОГО БИЗНЕСА?

Борисова Ю.А.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

В представленной статье рассмотрены положительные и отрицательные особенности происходящих изменений процедуры регистрации юридических лиц и индивидуальных предпринимателей, приводятся доводы в пользу упрощения процедуры регистрации предпринимательства и внедрения принципа «одного окна».

Государственная регистрация юридических лиц и индивидуальных предпринимателей определяется вступившим в силу федеральным законом «О государственной регистрации юридических лиц и индивидуальных предпринимателей» №129 - ФЗ от 08.08.2001 г. В законе указано, что государственная регистрация юридических лиц и индивидуальных предпринимателей осуществляется посредством внесения в государственные реестры соответствующих сведений о регистрации юридического лица или приобретения статуса индивидуального предпринимателя [1]. Закон устанавливает процедуру регистрации обязательной для субъектов, осуществляющих предпринимательскую деятельность. Государственная регистрация юридических лиц осуществляется федеральным органом исполнительной власти. Федеральная служба Российской Федерации по налогам и сборам осуществляет с 1 июля 2002 г. государственную регистрацию юридических лиц, а с 1 января 2004 г. и индивидуальных предпринимателей [2].

Процедура государственной регистрации юридических лиц определяется как «организованная система взаимосвязанных и взаимодействующих элементов, обеспечивающих факт государственного признания легитимности создания юридического лица и подтверждения права на занятие уставной деятельностью» [3]. Основные цели государственной регистрации заключаются в следующем [4]:

1) защита прав и законных интересов собственников и обладателей иных прав на объекты недвижимости;

2) обеспечение законного, надежного, открытого гражданского оборота. «Государственная регистрация «легализует» и «подтверждает» не только воз-

никшее правоотношение, но и те правовые последствия, наступление которых стороны желали» [5]. Необходимость государственной регистрации субъектов предпринимательства заключается, прежде всего, в реализации личных и имущественных прав, законных интересов физических и юридических лиц, а также в обеспечении укрепления механизма рыночных отношений. Государственная регистрация предоставляет широкие возможности для реализации экономической деятельности юридическим и физическим лицам.

Следует отметить, что сама процедура регистрации является для рядового гражданина делом рутинным. Поэтому, как правило, для этих целей привлекаются «компетентные профессионалы», чтобы избежать траты времени. При этом ценно то, что законодательство в сфере государственной регистрации стремится к упрощению процедуры. Если регистрация юридических лиц до 01.07.2002 г. характеризовалась отсутствием единого органа, осуществляющего государственную регистрацию, процедура регистрации отличалась особой сложностью, то в настоящее время в целях упрощения взаимодействия граждан и юридических лиц с государственными органами в процессе реализации процедуры регистрации, внедряется практика принципа «одного окна». Это означает, что функции по регистрации юридических лиц передаются от Министерства юстиции РФ к налоговым органам. На данный момент в России стала действовать единая процедура регистрации, единые формы документов, появился федеральный информационный ресурс, который содержит данные о юридических лицах и индивидуальных предпринимателях. Государственная регистрация осуществляется в срок не более чем 5 рабочих дней со дня представления документов в регистрирующий орган. Государственная регистрация юридического лица осуществляется по месту нахождения указанного учредителями в заявлении о государственной регистрации постоянно действующего исполнительного органа. Государственная регистрация индивидуального предпринимателя осуществляется по месту его жительства.

С 9 января 2013 года заработал интернет-сервис «Подача заявки на государственную регистрацию в качестве индивидуального предпринимателя». Этот ресурс позволяет направить заявку на государственную регистрацию и зарегистрироваться в качестве индивидуального предпринимателя. Электронная цифровая подпись (ЭЦП) при этом не нужна. Посетить инспекцию лично потребуется только для того, чтобы забрать свидетельство о регистрации.

Актуальная на данный момент процедура регистрации бизнеса имеет свои положительные и отрицательные стороны. Это можно рассмотреть, сравнив законодательство о государственной регистрации субъектов предпринима-

тельской деятельности, действовавшее в России ранее и в настоящее время. Так, среди положительных особенностей можно назвать значительное изменение сроков государственной регистрации, по сравнению с ранее действовавшим законодательством. Если до 01.07.2002 г. государственная регистрация лиц осуществлялась в течение месяца, то теперь этот срок сокращён до пяти рабочих дней. Упрощается сама процедура регистрации. Вводится в практический оборот единый информационный ресурс – Единый государственный реестр юридических лиц. Данные положительные стороны и множество других достоинств действующего законодательства о государственной регистрации свидетельствуют о совершенствовании этой системы. Но наряду с достоинствами существуют также определённые недостатки данной системы. Прежде всего это отсутствие единого нормативного акта, регулирующего процессуальные действия регистрирующего органа.

Анализируя положительные и отрицательные стороны государственной регистрации бизнеса, можно сделать вывод о том, что современная процедура регистрации бизнеса имеет немало преимуществ, однако наличие отрицательных сторон требует доработки действующего порядка процедуры.

Подводя итог вышеизложенному, можно сделать вывод о том, что в настоящее время создаются условия для упрощения процедуры регистрации юридических лиц, следовательно, необходимость государственной регистрации здесь выступает как законный способ реализации имущественного права субъектов предпринимательской деятельности, а значит служит условием для развития бизнеса.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. ФЗ «О государственной регистрации юридических лиц и индивидуальных предпринимателей» от 08.08.2001 N 129-ФЗ.
2. Постановление Правительства РФ от 17.05.2002 N 319.
3. Степанов Д.А. Государственная регистрация юридических лиц : Дис. канд. юрид. наук : 12.00.14 : Омск, 2004 190 с. РГБ ОД, 61:05-12/252.
4. Алексеев В.А. Недвижимое имущество: государственная регистрация и проблемы правового регулирования/ В.А. Алексеев. – М.: «Волтерс Клувер», 2007. – С. 35.
5. Скиба П.В. Особенности сделок купли-продажи недвижимости: Автореф. дис. канд. юрид. наук. – М., 2001.

ПЛАНОВЫЕ И ВНЕПЛАНОВЫЕ ПРОВЕРКИ В ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Бузмакова Е.С.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

В предпринимательской деятельности существует множество подводных камней. Одним из таких является проведение различного рода проверок. Если предприниматель не имеет в штате опытного юриста, то он вероятно не ознакомлен с Федеральным законом от 26.12.2008 № 294 «О защите прав юридических лиц и индивидуальных предпринимателей при осуществлении государственного контроля (надзора) и муниципального контроля». В данном законе прописана целая процедура проведения плановых и внеплановых проверок. В статье 9 Федерального закона указано, что предприниматель обязан соблюдать обязательные требования, установленные муниципальными правовыми актами, а это означает, что предприниматель обязан быть в курсе последних новшеств законодательства своего муниципального образования, так как федеральный закон не раскрывает полностью основания для проведения проверки по пункту 1 статьи 9. Но пункт 2 статьи 9 дает понять, что плановые проверки не могут проводиться чаще одного раза в три года. Однако сразу видно несовершенство данного Федерального закона, так как из пункта 2 идет отсылка сразу же на пункт 9, в котором указанно большое количество исключений:

«9. В отношении юридических лиц, индивидуальных предпринимателей, осуществляющих виды деятельности в сфере здравоохранения, сфере образования, в социальной сфере, в сфере теплоснабжения, в сфере электроэнергетики, в сфере энергосбережения и повышения энергетической эффективности, плановые проверки могут проводиться два и более раза в три года. Перечень таких видов деятельности и периодичность их плановых проверок устанавливаются Правительством Российской Федерации»[1].

Перечень не является законченным и делает еще одну отсылку на Постановления Правительства Российской Федерации, что снова усложняет деятельность предпринимателя.

Если говорить о внеплановой проверке, которая указана в статье 10 Федерального закона от 26.12.2008 № 294 «О защите прав юридических лиц и индивидуальных предпринимателей при осуществлении государственного контроля (надзора) и муниципального контроля», то можно сказать, что данная проверка имеет множество оснований, указанных в пункте 2, и перечень их является исчерпывающим, что однозначно облегчает предпринимательскую деятельностьНеобходимо отметить, что для проведения внеплановой проверки требуется дополнительное решение о согласовании ее проведения. В таком решении может быть отказано по пункту 11 данного Федерального закона. Всего закон предусматривает шесть оснований для отказа. Во-первых, это отсутствие

необходимых документов, которые нужно приложить к заявлению о согласовании проведения проверки, во-вторых, при нарушении оснований ч.2.ст.10 указанного ФЗ, в-третьих, при проверке соблюдения одних и тех же требований несколькими контролирующими органами, а также при несоблюдении требований о проведении внеплановой выездной проверки, перечисленных в различных правовых актах или в документах, регулирующих деятельность надзорной организации.

Если же предпринимательская деятельность посягает на жизнь и здоровье граждан, несет опасность для животных и растений, причиняет вред окружающей среде, а также объектам культурного наследия (памятникам истории и культуры) народов Российской Федерации, музейным ценностям, включенным в состав Музейного фонда Российской Федерации, особо ценным, в том числе уникальным, документам Архивного фонда Российской Федерации, документам, имеющим особое научное, культурное и историческое значение, входящим в состав национального библиотечного фонда, не обеспечивает безопасности государства, а также приводит к возникновению чрезвычайных ситуаций природного и техногенного характера, то органы государственного контроля имеют право начать проведение внеплановой проверки незамедлительно, с оповещением прокуратуры в течение суток. На данный момент, если проверка требуется незамедлительно, то орган муниципального контроля имеет право оповестить прокуратуру с использованием информационно-телекоммуникационных сетей.

Как показывает практика, многие предприниматели не готовы к проверкам, будь они плановые или внеплановые. Чтобы избежать сбоя в работе организации, следует учитывать нынешние изменения в законодательстве и регулярно находиться в курсе последних редакций не только Федеральных законов, но и законов органов муниципальной власти.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. ФЗ № 294 от 26.12.2008 «О защите прав юридических лиц и индивидуальных предпринимателей при осуществлении государственного контроля (надзора) и муниципального контроля» [Электронный ресурс]. - URL:http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_83079/6ac3d4a7df03c77bf14636dc1f98452104b1a1d5/#dst100355 (дата обращения 14.11.2016).

ОСОБЕННОСТИ РАССЛЕДОВАНИЯ ПРЕСТУПЛЕНИЙ В НАЛОГОВОЙ СФЕРЕ

Бухарина Н.О.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Преступления в области налогов и сборов в настоящее время не так распространены, как другие виды экономических преступлений. Кроме того, все несколько статей Уголовного кодекса РФ предусматривают ответственность за совершение правонарушений в данной сфере. Однако стоит отметить, что по характеру причиняемого ущерба налоговые преступления занимают первое место в силу двух причин:

- особая степень общественной опасности. Преступления в налоговой сфере посягают на целостность государственного бюджета, на возможность государственных и муниципальных органов осуществлять возложенные на них функции и задачи. В результате совершения таких преступлений государственный бюджет теряет большие суммы доходов;

- ущерб в суммовом выражении существенно превышает тот, что наносят все иные экономические преступления.

Субъектами ответственности в данной сфере могут быть как физические лица, так и организации [1]. В Уголовном кодексе разграничена ответственность для указанных категорий нарушителей. При этом стоит отметить, что физические лица, в рамках статьи 198 УК РФ, привлекаются к ответственности в большинстве случаев за неуплату налога на доходы физических лиц. Для организаций же перечень налогов, неуплата которых влечет привлечение к ответственности по статье 199 УК РФ, намного шире. Кроме того, исходя из сложившейся практики отметим, что совершение налоговых преступлений достаточно часто сочетается с совершением других преступлений, в частности, легализация денежных средств, преднамеренное или фиктивное банкротство и т.д.

В качестве основных способов совершения налоговых преступлений принято выделять:

- непредоставление налоговой декларации или иных документов, служащих основанием для исчисления и уплаты налогов;

- отражение в налоговой декларации или в других формах налоговой отчетности заведомо ложных сведений;

- сокрытие денежных средств или имущества, за счет которых производится взыскание недоимки по налогам;

- неисполнение в личных интересах обязанностей налоговой агента по исчислению, удержанию и перечислению сумм налогов;

- непостановка на учет в налоговый орган и занятие предпринимательской деятельностью без постановки на учет;

- сокрытие объекта налогообложения;

- незаконное использование налоговых льгот [2].

Особенность налоговых преступлений заключается в том, что их выявление возможно только с помощью проведения налоговых проверок, экспертиз, инвентаризаций и иных форм контроля за финансово-хозяйственной деятельностью субъекта.

Процесс расследования налогового преступления существенно отличается от расследования иных экономических преступлений. Прежде всего, это связано с тем, что доказательства совершения данных преступлений находят свое документальное отражение в отчетности налогоплательщика. При этом в рамках проведения расследования важно изучить отчетность во взаимосвязи с другими документами налогоплательщика, и, что самое сложное, с документами контрагентов налогоплательщика, с целью выявления расхождений и несоответствий, которые с определенной степенью вероятности свидетельствуют о совершении плательщиком преступления. [3]

Началом для проведения следственных мероприятий со стороны правоохранительных органов обычно служит получение акта налоговой проверки и других документов, являющихся доказательством совершения налоговых преступлений от должностных лиц Федеральной налоговой службы РФ. Также исходные данные могут быть получены в рамках проведения оперативно-розыскных мероприятий непосредственно сотрудниками правоохранительных органов.

Решение вопроса о возбуждении уголовного дела на основе совершенного налогового преступления осуществляется обычно по итогам рассмотрения предоставленных о налогоплательщике документов. В случае положительного решения обычно проводятся следующие мероприятия:

- анализ предоставленных документов на предмет их соответствия установленным формам, правильности заполнения и наличия признаков подделки;

- исследование документов, подтверждающих выводы налоговых органов или иных органов государственной власти;

- допрос должностных лиц налоговых органов, проводивших проверку;

- допрос субъекта, в отношении которого возбуждено дело о налоговом преступлении;

- допрос свидетелей (контрагентов налогоплательщика, сотрудников организации, в отношении руководства которой проводится расследование, иных лиц, которым может быть известно о совершении налогового преступления);

- запрос и выемка документов, имеющих отношение к исчислению и уплате налогов. При этом выемка осуществляется только в тех случаях, когда

плательщик отказывается от добровольного предоставления документов или когда имеются достаточные основания полагать наличие умысла плательщика на неправомерное исправление или уничтожение документов;

- инвентаризация имущества плательщика;

- наложение ареста на имущество налогоплательщика для принятия обеспечительных мер в рамках проводимого расследования;

- назначение экспертиз;

- направление запросов в государственные органы для получения информации о налогоплательщике, касающейся полноты и своевременности уплаты налогов [4].

Основой расследования преступлений являются исследование и анализ документов налогоплательщика и иных лиц, которые были получены в рамках проведения расследования. При этом решающее значение имеет выявление расхождений в различных видах отчетности и документов. Кроме того, даже в случае, если сведения в документах полностью соответствуют, это не означает полного отсутствия в действиях налогоплательщика состава преступления. Особое внимание, на наш взгляд, исходя из сложившейся судебной практики, необходимо уделять финансово-хозяйственным операциям с организациями, имеющими признаки «однодневки» (регистрация по месту массовой регистрации, регистрация по утерянному паспорту, непредоставление отчетности в налоговые органы, неуплата налогов в течение длительного времени). Судебная практика исходит из того, что организация при выборе контрагента должна проявить должную осмотрительность. Это означает, что в отношении каждого контрагента налогоплательщик обязан собрать всю доступную информацию о нем, подтверждающую отсутствие признаков «однодневки». В противном случае суд примет решение не в пользу плательщика, «снимет» расходы по налогу на прибыль и налоговые вычеты по НДС и доначислит суммы указанных налогов по сделкам с такими контрагентами [5].

Таким образом, с учетом использования вышеуказанных способов расследования в рамках проводимых мероприятий необходимо установить:

- возложена ли на лицо, в отношении которого проводится расследование, обязанность по уплате соответствующего налога;

- вид и сумма налогов, уклонение от которых послужило причиной расследования;

- перечень действий (бездействий) плательщика, которые были направлены на уклонение от уплаты налогов;

- отношение плательщика к указанным выше действиям (умышленно, по неосторожности);

- наличие обстоятельств, смягчающих и отягчающих ответственность налогоплательщика за совершение налогового преступления;

- перечень лиц в организации, действия или бездействия которых непосредственно повлекли за собой совершение налогового преступления, а также перечень лиц, на которых возложена ответственность по ведению бухгалтерского учета и расчету налогов;

- совокупность доказательств совершения налогоплательщиком налогового преступления [6].

Таким образом, в рамках проводимого расследования необходимо установить, что лицо, в отношении которого ведется расследование, умышленно совершило действие или бездействие, результатом которого стала неуплата или неполная уплата суммы налога в размерах, установленных УК РФ.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Герасина Ю.А. Субъекты ответственности за налоговые преступления / Ю.А. Герасина // Современное общество и право. – 2015. – № 3 (20). – С. 52-54.
2. Назаров О.В. О проблемах, связанных с возбуждением уголовных дел по налоговым преступлениям / О.В. Назаров // Адвокат. – 2016. – №2. – С. 41-53.
3. Баранов П.А. К вопросу о поводе возбуждения уголовных дел по налоговым преступлениями / П.А. Баранов // Законность и правопорядок в современном обществе. – 2015. – № 23. – С. 162-169.
4. Савкина М.А. Уголовно-правовая охрана экономических интересов: Автореф. дисс. …канд. юр. наук / М.А. Савкина // Нижегородская Академия МВД России. – Н. Новгород, 2006.
5. Гришин А.В. Некоторые аспекты повышения эффективности борьбы с налоговыми преступлениями / А. В. Гришин// Наука и практика. – 2016. – № 3 (68). – С. 43-45.
6. Крупин Е.В. Особые виды доказательства по налоговым преступлениям / Е.В. Крупин // Бухгалтерский учет. – 2016. – №5. – С. 134-137.

О СОВЕРШЕНСТВОВАНИИ СПОСОБОВ ПРАВОВОЙ ЗАЩИТЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕТЕЛЬНОСТИ

Горячева Е.Н.

По данным Федеральной службы государственной статистики, количество занятых в сфере предпринимательской деятельности по Российской Федерации в 2014 г. по сравнению с 2008 г. снизилось с 8314000 человек до 5645700 [1]. В этой связи органам государственной власти следует создавать условия, благоприятствующие привлечению в сферу бизнеса всех заинтересованных субъектов, в том числе молодых людей [2], поскольку молодёжное предпринимательство является одним из приоритетных направлений развития бизнеса в Российской Федерации [3].

Отдельные меры в данном направлении уже предпринимаются. Так, например, в постановлении Правительства Российской Федерации от 15 апреля 2014 г. № 316 «Об утверждении государственной программы Российской Федерации «Экономическое развитие и инновационная экономика» отмечается, что до 31 декабря 2020 г. необходимо создать единую систему государственной поддержки малого и среднего предпринимательства в рамках молодёжной предпринимательской деятельности [4].

Вместе с тем в России существует проблема несовершенства способов правовой защиты бизнеса, которая препятствует привлечению молодых людей в эту сферу занятости. Данная проблема весьма актуальна, так как в настоящее время совершается множество правонарушений, где потерпевшей стороной являются предприниматели, но это можно предотвратить посредством внесения изменений в законодательство Российской Федерации. Конечно, государственная власть не бездействует и пытается принимать отдельные меры. Например, осуществляется план совместных с бизнесменами действий по улучшению условий ведения предпринимательской деятельности [5], создана рабочая группа по мониторингу и анализу правоприменительной практики в сфере бизнеса [6].

Однако в правовом регулировании способов защиты предпринимательской деятельности в Российской Федерации по-прежнему имеются существенные недостатки. В частности, среди государственных и муниципальных служащих распространены такие правонарушения, как несвоевременная выплата предпринимателям сумм денежных средств согласно государственным и муниципальным контрактам [7].

Кроме того, в отдельных субъектах РФ судебные решения по поводу обязанности выплатить предпринимателям суммы денежных средств согласно государственным и муниципальным контрактам игнорируются должностными ли-

цами. И это, несмотря на то, что ст. 315 Уголовного кодекса Российской Федерации от 13 июня 1996 г. № 63-ФЗ (ред. от 06 июля 2016 г.) устанавливает наказание за неисполнение решения суда представителем власти в виде штрафа в размере до двухсот тысяч рублей или в размере заработной платы или иного дохода осужденного за период до восемнадцати месяцев, либо лишения права занимать определённые должности или заниматься определённой деятельностью на срок до пяти лет, либо обязательных работ на срок до четырёхсот восьмидесяти часов, либо принудительных работ на срок до двух лет, либо ареста на срок до шести месяцев, либо лишения свободы на срок до двух лет [8].

Для решения обозначенных проблем предлагаем усилить меры юридической ответственности посредством внесения следующих изменений в действующее административное и уголовное законодательство.

1. Включить такое наказание, как дисквалификация сроком на 3 года в ст. 7.29 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях от 30 декабря 2001 г. № 195-ФЗ (ред. от 06 июля 2016 г.).

2. Увеличить уголовный штраф до одного миллиона рублей и включить такое наказание, как исправительные работы на срок до двух лет в ст. 315 Уголовного кодекса Российской Федерации от 13 июня 1996 г. № 63-ФЗ (ред. от 06 июля 2016 г.).

С одной стороны, введение таких изменений будет дисциплинировать должностных лиц касательно выплаты вознаграждений индивидуальным предпринимателям. С другой стороны, это усилит защиту предпринимательской деятельности и будет привлекать в эту сферу молодых людей.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]. URL: http://www.gks.ru/ (дата обращения: 29.10.2016 г.)

2. Дыльнова З.М. Молодёжный сегмент предпринимательства в современной России: состояние и перспективы / З.М. Дыльнова // Известия Саратовского университета. Новая серия. – Саратов, 2011. № 2. – С. 15-16.

3. Иноземцева А.В. Молодёжь и малое предпринимательство: результаты социологического исследования / А.В. Иноземцева // Теория и практика общественного развития. – Краснодар, 2014. – № 19. – С. 34-37.

4. Постановление Правительства Российской Федерации от 15 апреля 2014 г. № 316 «Об утверждении государственной программы Российской Федерации «Экономическое развитие и инновационная экономика».

5. Стенограмма выступления Владимира Путина [Электронный ресурс]. URL: https://rg.ru/2014/10/24/putin.html (дата обращения: 29.10.2016 г.)

6. Съезд «Деловой России» Президент России [Электронный ресурс]. URL: *kremlin.ru/events/president/news/53112* (дата обращения: 29.10.2016 г.)

7. Рабочая встреча Владимира Путина с Генеральным прокурором Юрием Чайкой [Электронный ресурс]. URL: allpravda.info (дата обращения: 30.10.2016 г.)

8. Уголовный кодекс Российской Федерации от 13 июня 1996 г. № 63-ФЗ (ред. от 06 июля 2016 г.).

УКЛОНЕНИЕ ОТ УПЛАТЫ НАЛОГОВ КАК ОДНО ИЗ ВАЖНЕЙШИХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ПРЕСТУПЛЕНИЙ

Збруев А.В.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Без развитой системы налогообложения не обходится ни одно современное государство. Их размер должен устанавливаться на таком уровне, чтобы не страдали интересы ни государства в целом, ни отдельных людей, чтобы предпринимательство видело будущие перспективы развития своего бизнеса. Собранные государством средства в дальнейшем должны пойти на осуществление общественно-важных программ, реализацию определенной политики, а также на содержание аппарата управления. Уплата установленных государством налогов и сборов является одной из основных конституционных обязанностей граждан РФ. Средства, полученные от налогоплательщиков, составляют главную статью бюджетных доходов России. В настоящее время одним из главных факторов, влияющих на экономическую безопасность РФ, является проблема уклонения от уплаты налогов, которая приобрела массовый характер и принимает всё более изощренные формы. Особенно в условиях экономического кризиса отчетливо проявляется рост сокрытия налогоплательщиками своих доходов и связь уклонения от уплаты налогов с иными экономическими правонарушениями и преступлениями.

В ходе исследования вопроса об уклонении от уплаты налогов были выявлены различные причины, которые исходят от множества факторов. Ухудшение финансового положения физических и юридических лиц из-за падения производства, повышение налогообложения, как следствие неэффективного контроля за расходованием бюджетных средств, недостаточное взаимодействие органов налогового контроля – все это образует большую проблему системы налогообложения. Нельзя не отметить моральные, а также нравственно – психологические причины. Следует сказать, что на практике у каждого налогоплательщика формируется определенное отношение к обязанности по уплате нало-

гов, с учетом внутренней морали и принципов. В случае, если налогоплательщик полагает, что система налогообложения не основана на принципе равенства, он использует методы снижения налогового бремени и не чувствует за собой вины, поэтому зачастую имеют место случаи намеренного уклонения от уплаты налогов. Иными словами, одним из сдерживающих факторов против уклонения от уплаты налоговых платежей может быть уверенность налогоплательщика в справедливости существующей налоговой системы. Шведский политолог Бо Ротштайн (Bo Rotshtein) полагает, что для соблюдения налогового законодательства необходимо выполнение двух основных условий:

- налогоплательщик должен быть уверен, что другие налогоплательщики добросовестно исполняют налоговые обязательства;
- налоговые платежи направляются на социальные и общественные нужды.

В современной России система налогообложения находится на острие государственных и частных интересов. Государственные органы в большинстве своем недовольны неполным поступлением налоговых средств в государственный бюджет и бюджеты субъектов РФ, тем самым не реализуется часть общественно – полезных программ, направленных на улучшение благосостояния страны. Граждане и предприятия, со своей стороны, упорно и на протяжении долгого времени критикуют власть за непосильное налоговое бремя . В итоге государство пытается увеличить сбор налогов, что с неизбежностью усиливает стремление плательщиков уклониться от них, фирмы же придумывают все новые способы уклонения, что в свою очередь толкает государство к ужесточению налогового режима.

В настоящее время уголовная ответственность за совершение налоговых преступлений в российском законодательстве предусмотрена статьями 194, 198, 199, 199^1, 199^2 Уголовного кодекса РФ. Перечень налогов, подлежащих уплате, налоговые ставки, категории налогоплательщиков, а также сроки уплаты закреплены в налоговом законодательстве. Однако не простая неуплата налогов еще не является налоговым преступлением. Она становится таковой, только если они не уплачены в крупном размере, и не уплачены они умышленно.

Характерной чертой налоговой преступности в России является ее высокая скрытность. Учитывая этот признак, невозможно выявление налоговой преступности без проведения мероприятий оперативно-розыскной деятельности и проведения выездных и камеральных налоговых проверок. Поэтому несвоевременное начало уголовного преследования вследствие недостаточно активного и быстрого реагирования на заявления и сообщения о налоговых преступлениях,

либо необоснованно длительной их проверки может привести к серьезным отрицательным последствиям.

Практикам, в лице органов, осуществляющих контроль за уплатой налогов, а также органов, расследующих налоговые преступления, известны более двухсот методов уклонения от налогов, более того, существуют и универсальные методы для уклонения сразу от всех налогов. Как известно, довольно распространенным способом ухода от обязательной уплаты денежных средств является создание фирм-однодневок для обналичивания и для обезналичивания денежных средств. Кроме этого, российские компании нередко используют на практике механизм занижения цен на экспортные товары, прописывая реальную цену только в дополнительном соглашении, не являющимся предметом рассмотрения налоговых органов. В связи с этим особую значимость приобретают меры, предпринимаемые государством для предотвращения нарушений налогового и уголовного законодательства.

В заключение считаем целесообразным выдвинуть предложение по улучшению способов борьбы с экономической преступностью:

- совершенствовать нормативно-правовую базу, которая позволит закрыть все существующие на данный момент пути уклонения от уплаты налогов;
- ужесточить санкции против нарушителей налогового законодательства, особенно если субъектом выступает государственная корпорация;
- повышать правовую и налоговую культуру населения РФ путем предоставления максимального набора вспомогательных услуг со стороны налоговых органов, таких как: проверка контрагентов, доступ к Единому государственному реестру юридических лиц, получение всевозможных выписок из этого реестра, предоставление бухгалтерской и иной отчетности в электронном виде.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Уголовный кодекс Российской Федерации от 13.06.1996 №63-ФЗ (ред. от 06.07.2016).

2. Потапов С. А. Проблемы выявления и раскрытия экономических и налоговых преступлений // Вестник ТГУ. – 2015. – №4 (144). – С. 92-99.

3. Лунев В.В. О криминализации экономических преступлений предпринимателей. URL: http:// cj.isea.ru/pdf.asp?id=10611/ (дата обращения: 10.11.2016)

4. Повышать налоги в России больше некуда [Электронный ресурс] Режим доступа: http://diver-sant.ru/economics/42559-povyshat-nalogi-v-rossii-bolshe-nekuda.html

5. Ефимичев П. С. Налоговые преступления и проблемы борьбы с ними / П. С. Ефимичев, С. П. Ефимичев // Журнал российского права. – 2008. – №8 (140).

6. Бугаевская Н.О. Особенности налоговых преступлений / Н.Л. Бугаевская // Вестник МГОУ. – 2015. – № 3.

УГОЛОВНОЕ НАКАЗАНИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЯ - АКТУАЛЬНАЯ ПРОБЛЕМА СОВРЕМЕННОГО ОБЩЕСТВА

Королева И. А.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Переход страны к рыночной многоукладной экономике, введение частной собственности на землю и средства производства, развитие предпринимательской деятельности, поощрение конкуренции, расширение внешней торговли, – все это требовало переосмысления роли уголовного права в регулировании хозяйственной деятельности. Новая экономическая ситуация потребовала введения уголовной ответственности за ряд общественно опасных деяний.

В современных условиях экономическая преступность, темпы ее распространения и масштабы превратились в фактор, реально угрожающий экономической безопасности страны. При этом все более криминогенной становится предпринимательская сфера. По оценкам некоторых экспертов, объем теневой экономики сегодня соответствует доходной части бюджета.

Ответственность индивидуального предпринимателя – то, что удерживает многих, желающих нырнуть в пучину бизнеса с головой, от необдуманных поступков. Одно дело зарегистрировать ИП – дело несложное, другое же – работать на свой страх и риск, разбираясь во всех нюансах налогообложения, соблюдая трудовое законодательство, помня об административных штрафах и, что присутствует наступление негативных последствий по Уголовному кодексу Российской Федерации от 13.06.1996 № 63-ФЗ (далее – УК РФ) – вот «серые будни» современного предпринимателя. А незнание законов, как известно, от ответственности не спасает.

Физическое лицо, зарегистрированное в качестве индивидуального предпринимателя, обязано нести ответственность не только как предприниматель, но и как гражданин. Ст. 23 Гражданского кодекса Российской Федерации от 30.11.1994 № 51-ФЗ говорит о государственной регистрации индивидуальных предпринимателей [1]. Как и любая мера государственного принуждения, ответственность является санкцией за правонарушение.

Необходимо подчеркнуть, что чрезвычайно важно проводить разграничение между действиями просто физического лица и лица, которое занимается индивидуальным предпринимательством.

В соответствии с УК РФ совершившим преступление субъектом признается вменяемое физическое лицо, отвечающее определенным критериям, которые позволяют привлечь его за совершенное им противоправное деяние к уголовной ответственности [2].

Из вышесказанного следует, что предприниматель, являясь физическим лицом, не привлекается к данному виду ответственности.

Что касается статуса индивидуального предпринимателя, то он не ограничивает индивидуального предпринимателя от привлечения к уголовной ответственности как гражданина и не имеет никакого значения.

Преступление совершается конкретным физическим лицом, а не абстрактным «предпринимателем», именно из этого исходит уголовное законодательство. Стоит помнить о том, что нарушение закона может быть связано непосредственно с осуществлением деятельности самого предпринимателя.

В то же самое время совершаемое мелкое противоправное деяние – административное правонарушение, предусматривает гражданскую и предпринимательскую ответственность.

В современном обществе стоит особо уделить внимание на огромное количество привлекаемых к уголовной ответственности физических лиц, зарегистрированных в качестве индивидуальных предпринимателей.

Данная статистика по-своему подрывает веру «в наличие здорового климата в стране». Еще в 2012 году Дмитрий Медведев в ходе встречи в формате «Открытого правительства» предложил создать особое подразделение при прокуратуре или «фигуру специального прокурора, который должен выступать в защиту предпринимателей» [3].

Кроме того, предполагалось ввести амнистию в отношении осужденных за экономические преступления. На наш взгляд, это не самый лучший выход для России, поскольку размах коррупции в стране достаточно велик.

Индивидуальный предприниматель как субъект сферы предпринимательской деятельности является основой для формирования полноценной рыночной экономики, и без укрепления его правового положения такой процесс, по сути дела, невозможен.

На сегодняшний день наблюдается высокий уровень латентности в сфере незаконной предпринимательской деятельности. Подтверждением этому факту служит эскалация криминальной ситуации, которая является следствием присутствия недостатков в деятельности правоохранительных органов по выявлению и расследованию незаконного предпринимательства, они же, в свою

очередь, порождают неуверенность в неизбежности уголовной ответственности преступников.

Неэффективность применения существующего в Российской Федерации уголовного законодательства, предусматривающего ответственность за незаконное предпринимательство; диссонанс и противоречия административного и уголовного законодательства об ответственности за преступление индивидуального предпринимателя; крупная чиновническая разрешительная система, требующая больших затрат средств и времени, – это важные проблемы уголовной ответственности за предпринимательство на современном этапе развития общества, которые требуют безотлагательного решения, при этом приведенный нами список, к сожалению, не является исчерпывающим.

Таким образом, вышеизложенное позволяет утверждать, что уголовное наказание предпринимателя должно соответствовать содеянному им. Для реализации сказанного необходимо подвергнуть тщательному анализу положения законодательства Российской Федерации и внести необходимые корректировки.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30.11.1994 № 51-ФЗ (ред. от 03.07.2016) (с изм. и доп., вступ. в силу с 02.10.2016) // Собрание законодательства РФ. – 1994. – № 32. – Ст. 3301.
2. Уголовный кодекс Российской Федерации от 13.06.1996 № 63-ФЗ (ред. от 06.07.2016) // Собрание законодательства РФ. – 1996. – № 25. – Ст. 2954.
3. Самофалова О. Если это правда, то это катастрофа. [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://www.aferizm.ru/novost/2012/04/120410-2-zaschita-biznesa.htm (дата обращения: 21.10.2016 г.)

ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ПРОМЫШЛЕННОЙ ПОЛИТИКИ НА РЕГИОНАЛЬНОМ УРОВНЕ

Костырев А.П.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Ключевое место в структуре национальной экономики любой страны, являющейся экономически развитой либо претендующей считаться таковой, занимает промышленность. Являясь основой экономического и оборонного потенциала страны, промышленность непрерывно воспроизводит средства произ-

водства, «вооружает техникой все отрасли промышленного производства, сельского хозяйства, транспорта, связи, строительства, торговли, обеспечивая технический прогресс» [1, с. 63].

Система мер государственно-правового и институционального регулирования промышленности реализуется через промышленную политику, которая, в свою очередь, может, реализовываться на общегосударственном (федеральном), региональном (субфедеральном) и муниципальном уровнях.

Значимость промышленной политики подчеркивалась практически все последние десятилетия, однако реформирование нормативно-правовой составляющей, направленное на создание стройной правовой системы регулирования промышленной политики на различных уровнях, связано с принятием 31.12.2014 г. Федерального закона «О промышленной политике в Российской Федерации». В ст. 2 данного закона отмечается, что правовое регулирование в сфере промышленной политики осуществляется также федеральными законами, регулирующими отношения в сфере промышленной политики в отдельных отраслях экономики, иными нормативными правовыми актами РФ, законами и иными нормативными правовыми актами субъектов РФ, регулирующими отношения в сфере реализации промышленной политики. [2]

После принятия Федерального закона в субъектах РФ началось массовое принятие законов, регулирующих промышленную политику (там, где соответствующего закона не было) либо редактирование имевшихся законов для приведения его в соответствие с принятым Федеральным законом.

В табл. 1 представлена система региональных законов, регулирующих промышленную политику в субъектах РФ, входящих в состав Приволжского федерального округа (ПФО).

Таблица 1 – Законы субъектов РФ о промышленной политике (Приволжский федеральный округ)

Республика Башкортостан	Закон Республики Башкортостан от 01.12.2015 № 294-з «О промышленной политике в Республике Башкортостан» [3]
Республика Марий Эл	Закон Республики Марий Эл от 29.02.2016 № 3-З «О промышленной политике в Республике Марий Эл» [3]
Республика Мордовия	Закон Республики Мордовия от 22.12.2015 № 99-З «О промышленной политике в Республике Мордовия» [3]
Республика Татарстан	Закон Республики Татарстан от 21.04.2016 № 24-ЗРТ «О промышленной политике в Республике Татарстан» [3]
Удмуртская Республика	Закон Удмуртской Республики от 27.12.2005 № 73-РЗ (ред. от 08.04.2016) «О государственной промышленной политике Удмуртской Республики» [4]
Чувашская Республика	Закон Чувашской Республики от 09.10.2015 № 50 «О промышленной политике в Чувашской Республике» [3]

Пермский край	Закон Пермского края от 03.03.2015 № 440-ПК «О промышленной политике в Пермском крае» [3]
Кировская область	Закон Кировской области от 05.05.2016 № 648-ЗО «О промышленной политике в Кировской области» [3]
Нижегородская область	Закон Нижегородской области от 25.12.2015 № 206-З «О промышленной политике в Нижегородской области» [3]
Оренбургская область	Закон Оренбургской области от 09.03.2016 № 3800/1038-V-ОЗ «О промышленной политике в Оренбургской области» [3]
Пензенская область	Закон Пензенской области от 19.08.2015 № 2787-ЗПО (ред. от 11.07.2016) «О промышленной политике в Пензенской области» [3]
Самарская область	Закон Самарской области от 11.02.2004 N 10-ГД (ред. от 06.10.2015) «О промышленной политике в Самарской области» [5]
Саратовская область	Закон Саратовской области от 01.08.2016 № 97-ЗСО «О промышленной политике в Саратовской области» [6]
Ульяновская область	Закон Ульяновской области от 29.12.2014 N 218-ЗО (ред. от 28.12.2015) «О промышленной политике в Ульяновской области» [3]

Как видно из таблицы, в 10 из 14 регионов ПФО действуют законы о промышленной политике, принятые после вступления в силу Федерального закона (30.06.2015 г.). В Ульяновской области региональный закон был принят фактически одновременно с федеральным, а в 2015 г. уже подвергся редактированию. В Пермском крае региональный закон был принят во время, когда принятый Федеральный закон еще не начал действовать. В двух регионах (Удмуртская Республика и Самарская область) продолжают действовать старые законы о промышленной политике, принятые задолго до Федерального закона № 488-ФЗ. Однако после принятия Федерального закона они также подверглись редактированию.

В ряде регионов ПФО существовали законы о промышленной политике, ныне утратившие силу. Среди них:

- Закон Республики Башкортостан от 06.12.1999 № 38-З «О промышленной политике в Республике Башкортостан»;
- Закон Удмуртской Республики от 17.11.1998 № 704-I «О государственной промышленной политике Удмуртской республики»;
- Закон Кировской области от 31.12.2002 № 125-ЗО «О промышленной политике в Кировской области»;
- Закон Нижегородской области от 21.12.2011 № 190-З «О промышленной политике в Нижегородской области»;
- Закон Нижегородской области от 20.01.1997 № 61-З «О промышленной политике»;
- Закон Оренбургской области от 09.03.2007 № 1029/230-IV-ОЗ «О промышленной политике в Оренбургской области»;

- Закон Пензенской области от 11.01.1999 № 125-ЗПО «О промышленной политике»;

- Закон Ульяновской области от 09.11.2004 № 073-ЗО «О промышленной политике в Ульяновской области».

Таким образом, принятие Федерального закона № 488-ФЗ послужило причиной замены региональных законов о промышленной политике в шести регионах ПФО (Республика Башкортостан, Кировская область, Нижегородская область, Оренбургская область, Пензенская область, Ульяновская область). В двух регионах (Удмуртская Республика, Нижегородская область) замена закона о промышленной политике происходила еще до принятия Федерального закона № 488-ФЗ. В шести регионах ПФО действует первый в их истории закон о промышленной политике, в семи регионах – второй, в одном регионе (Нижегородская область) – третий.

Практически все законы субъектов РФ о промышленной политике схожи со структурой Федерального закона № 488-ФЗ, конкретизируя государственную промышленную политику в рамках конкретного региона.

Итак, принятие Федерального закона «О промышленной политике в Российской Федерации» оказало положительное влияние на нормативно-правовое обеспечение промышленной политике в российских регионах. Если до принятия Федерального закона нормативная обеспеченность промышленной политики в регионах носила фрагментарный характер (в одних регионах соответствующий закон был, в других его не было), то после принятия Федерального закона в абсолютном большинстве российских регионов приняты законы о промышленной политике (в регионах ПФО – стопроцентная нормативно-правовая обеспеченность), устранены имевшиеся пробелы в законодательстве многих субъектов РФ. Принятие Федерального закона оказало влияние также и на качество регионального законодательства. Законы субъектов РФ о промышленной политике, принятые в 1990-х и начале 2000-х гг. существенно различались и зачастую имели различную структуру. Новый массив регионального законодательства о промышленной политике четко ориентирован на структуру Федерального закона, что повысило уровень гармонизации федерального и регионального законодательства.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Стрелкова Л.В. Трансформация деятельности промышленного предприятия в рыночной экономике / Л.В. Стрелкова. – Н. Новгород: Изд-во ННГУ, 2004. – 436 с.

2. Федеральный закон от 31.12. 2014 г. № 488-ФЗ (ред. от 03.07. 2016 г.) «О промышленной политике в Российской Федерации» // СЗ РФ. 2015. № 1 (часть I). Ст. 41.

3. Официальный интернет-портал правовой информации http://www.pravo.gov.ru (дата обращения 12.11.2016).

4. Закон УР от 27.12.2005 № 73-РЗ (ред. от 08.04.2016) «О государственной промышленной политике Удмуртской Республики». Известия Удмуртской Республики». – 2006.– № 6.

5. Закон Самарской области от 11.02.2004 № 10-ГД (ред. от 06.10.2015) «О промышленной политике в Самарской области» // Волжская коммуна. – 12.02.2004. – № 26.

6. Закон Саратовской области от 01.08.2016 № 97-ЗСО «О промышленной политике в Саратовской области» // Собрание законодательства Саратовской области. – 2016. – № 10. – июль-август,

ОБЫЧАИ В ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОМ ПРАВЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ: ОТЕЧЕСТВЕННАЯ ДЕЙСТВИТЕЛЬНОСТЬ И МЕЖДУНАРОДНЫЙ ОПЫТ

Логинов А.Н.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Правовой обычай является старейшей из форм права, сохранившийся в той или иной форме в любых правовых системах мира. Обычаи возникли раньше позитивного права, поскольку представляли собой более легко применимую в условиях жизни своего времени форму, да и последующие законы, будучи первыми в этом роде, представляли собой кодифицированные в источнике обычаи. С течением времени и развитием правовой доктрины роль и значение правовых обычаев угасла. Они преобразовались в нормативно-правовые акты или стали судебными прецедентами, интегрировались в иные формы права и, уже став их частью, стали частью современного законодательства, практически утратив индивидуальность. Однако, как отмечает А.Б. Венгеров: «представления, что обычное право – это лишь древняя форма права, которая уступает место иным, более совершенным формам… являются весьма приблизительными. Обычаи и их правовая форма в виде складывающихся отношений, которым следуют участники этих отношений только потому, что так заведено, что им следуют все – это мощное регулятивное средство, которое сохраняет свое значение и в современных социальных и правовых условиях во многих странах [1].

Л.А. Морозова указывает, «что обычай приобретает правовой характер после одобрения и признания его государством» [2]. Иначе говоря, обычай должен быть санкционирован государством. Под санкционированностью часто понимают дозволение или разрешение государства на использование такого

обычая, т.е. закрепление такого обычая в государственном документе. С такой позицией согласиться нельзя, поскольку в современном мире обычаи могут применять лишь в случае, когда правоотношения не урегулированы законом. Такую позицию поддерживает М.Н. Марченко [3], справедливо обращая внимание на существующую в доктрине проблему оценки форм правовых обычаев (устная и письменная). В частности, на то, что письменная форма разрушает природу существования обычая.

В Российской Федерации под обычаями в данный момент понимается сложившееся и широко применяемое в какой-либо области предпринимательской или иной деятельности, не предусмотренное законодательством правило поведения, независимо от того, зафиксировано ли оно в каком-либо документе.

Заканчивая вопрос о санкционированности обычая государством, следует пояснить, что, по нашему мнению, в этом случае под санкционированностью понимается соблюдение обычая правовых и экономических интересов государства, иначе говоря, чтобы правоотношения, которые будут регулироваться обычаями, не могли допустить нарушения законов. Также некоторые авторы указывают в качестве примера санкционированности как раз ст. 5 ГК РФ. С таким мнением согласиться можно.

Что касается формы закрепления обычая, то на этот счет ведутся активные споры, хотя в п. 2 Постановления Пленума Верховного Суда РФ от 23 июня 2015 г. № 25 [4] содержится следующая позиция по данному вопросу: «правовые обычаи независимо от формы имеют одинаковую юридическую силу (опубликованный в печати, изложенный в решении суда по конкретному делу, содержащему сходные обстоятельства, засвидетельствованный Торгово-Промышленной палатой Российской Федерации). На данный момент спорным представляется лишь факт закрепления обычая в судебном решении по похожему делу, что дает повод предположить возможность перехода всех обычаев в форму судебных прецедентов, хотя de-jure судебная практика в нашей правовой системе не является источником права.

В то же самое время из п. 2 ст. 5 ГК РФ следует, что если обычай противоречит договору, то он не должен применяться. Данное положение, во-первых, противоречит принципам международной торговли. Так, в силу ст. VII Европейской конвенции о внешнеторговом арбитраже закреплено, что при рассмотрении споров арбитры руководствуются положениями контракта и торговыми обычаями. При рассмотрении споров у торговых обычаев минимум равное положение, что и договора, заключенного между лицами. Стоит отметить немного иную, но не различающуюся формулировку в Конвенции ООН о договорах

международной купли-продажи товаров. В силу ст. 9 Конвенции стороны связаны любым обычаем, относительно которого они договорились, и практикой, которую они установили в своих взаимных отношениях. При отсутствии договоренности об ином считается, что стороны подразумевали применение к их договору или его заключению обычая, о котором они знали или должны были знать и который в международной торговле широко известен и постоянно соблюдается сторонами в договорах данного рода в соответствующей области торговли. Международные обычаи упоминаются в российском законодательстве в качестве источника предпринимательского права. В частности, в силу ст. 285 Кодекса торгового мореплавания РФ: «в случаях, если это предусмотрено соглашением сторон, а также в случаях неполноты подлежащего применению закона при определении рода аварии, определении размеров общеаварийных убытков и их распределении применяются Йорк-Антверпенские правила об общей аварии и другие международные обычаи торгового мореплавания». Налицо различие в национальной правовой системе с правилами осуществления международной торговли. Это приводит к откровенному недопониманию сторон при осуществлении внешнеэкономической деятельности, некоторым противоречиям и сложностям в осуществлении международной торговли и вообще выхода конкретного лица, осуществляющего предпринимательскую деятельность, на международный рынок.

Во-вторых, такая формулировка не сочетается с национальным законодательством. Так, например, согласно пп. «Н» п. 3 ст.1 5 «О торгово-промышленных палатах в Российской Федерации» Торгово-промышленная палата Российской Федерации свидетельствует сложившееся в сфере предпринимательской деятельности обычаи, в том числе обычаи морского порта. Согласно п. 3 ст. 3 ФЗ «О морских портах в Российской Федерации и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации» обычаи морского порта не должны противоречить Конституции Российской Федерации, общепризнанным принципам и нормам международного права, международным договорам Российской Федерации, Кодексу торгового мореплавания Российской Федерации, настоящему Федеральному закону, другим федеральным законам и иным нормативным правовым актам Российской Федерации. Стоит отметить, что в приведенном списке законодатель не указывает договор в качестве источника, которому не должны противоречить условия обычая [5].

В п. 9 ст. 4 «О защите конкуренции» говорится, что под недобросовестной конкуренцией понимаются любые действия хозяйствующих субъектов (группы лиц), которые направлены на получение преимуществ при осуществ-

лении предпринимательской деятельности, противоречат законодательству Российской Федерации, обычаям делового оборота, требованиям добропорядочности, разумности и справедливости и причинили или могут причинить убытки другим хозяйствующим субъектам – конкурентам либо нанесли или могут нанести вред их деловой репутации. Важность обычаев в таком ключе подчеркивается в Постановлении Пленума ВАС РФ от 17 февраля 2011 г. № 11[6] «О некоторых вопросах применения Особенной части Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях», который в обосновании позиции относительно недобросовестной конкуренции и обычаев приводит трактовку Парижской конвенции: «…подлежат учету не только указанные законоположения, но и положения статьи 10bis Парижской конвенции по охране промышленной собственности, в силу которых актом недобросовестной конкуренции считается всякий акт конкуренции, противоречащий честным обычаям в промышленных и торговых делах».

Приведенные выше положения говорят о том, что законодатель как минимум упустил разъяснения по поводу того, как он видит существование обычаев в нашей правой системе, что породило и порождает сложности в правильной трактовке обычаев и осуществлении своей профессиональной деятельности предпринимателям. Как максиму, – основываясь на данных положениях, можно говорить о том, что ст. 5 ГК РФ нуждается в доработке касательно момента противоречия обычая договору. Не будем забывать, что обычай в нашей стране – источник права, а договор, в силу самого же ГК РФ, – соглашение двух или нескольких лиц об установлении, изменении или прекращении гражданских прав и обязанностей.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Венгеров А.Б. Теория государства и права: учебник для юридических вузов / А.Б Венгеров. – М.: Новый Юрист, 1998. – 624 с.

2. Морозова Л.А. Теория государства и права: учебник / Л.А. Морозова. – 5-е изд, перераб. и дом. – М.: Норма: ИНФРА-М, 2014. – 464 с.

3. Марченко М.Н. Источники права / М.Н. Мрченко. – М.: Норма; ИНФРА-М, 2014. – С. 425–443.

4. Постановление Пленума Верховного Суда РФ от 23.06.2015 № 25 «О применении судами некоторых положений раздела I части первой Гражданского кодекса Российской Федерации» // Российская газета. – 30.06.2015. – № 140.

5. Лаптев В.А. Российские правовые обычаи в предпринимательстве / В.А. Лаптев // Право и экономика. – 2016. – № 2. – С. 4–9.

6. Постановление Пленума ВАС РФ от 17.02.2011 N 11 «О некоторых вопросах применения Особенной части Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях» // Вестник ВАС РФ. – 2011. – № 5.

АНАЛИЗ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, ОКАЗЫВАЕМОЙ УПРАВЛЕНИЕМ ВНЕВЕДОМСТВЕННОЙ ОХРАНЫ РОССИИ ПО НИЖЕГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ

Мельникова Е.С.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

В соответствии с Положением о Министерстве внутренних дел Российской Федерации к компетенции органов внутренних дел отнесено:

- обеспечение защиты прав и свобод человека и гражданина;
- обеспечение защиты всех форм собственности;
- обеспечение общественного порядка и общественной безопасности;
- предупреждение и пресечение преступлений и административных правонарушений;
- выявление, раскрытие и расследование преступлений;
- совершенствование нормативной правовой базы, регулирующей деятельность органов внутренних дел;
- совершенствование работы с кадрами, их профессиональная подготовка.

Юридическая наука и правоохранительная практика для обеспечения его работы, не противоречащей основной деятельности, финансируемой за счет средств бюджета. На основе тарифов, утвержденных в установленном порядке, государственное учреждение может оказывать населению, предприятиям и организациям платные дополнительные услуги на договорной основе. Доходы, получаемые от оказания услуг в области компетенции данной организации и объема оказываемых ими услуг, направляются в бюджет на Федеральном уровне.

В данной работе рассматривается анализ коммерческой деятельности и проблем, связанных с ней, на примере Управления вневедомственной охраны Министерства внутренних дел по Нижегородской области.

Подразделения вневедомственной охраны России имеют многолетнюю историю. Развитие данной структуры неразрывно связано с формированием системы органов внутренних дел, а также становлением взглядов на охрану всех форм собственности. Так, впервые подразделения, аналогичные подразделени-

ям вневедомственной охраны, были созданы на основании Декрета СНК от 06.02.1924 года, утвердившего «Положение о ведомственной милиции». Основным направлением деятельности данной службы была охрана имущества государственных предприятий, потребительских кооперативов и иных организаций. После этого подразделения вневедомственной охраны прошли целый процесс, на протяжении которого менялось как нормативно-правовое регулирование их деятельности, так и сам процесс организации службы.

В настоящее время имеют место существенные преобразования системы органов внутренних дел России. Необходимо отметить, что указанные изменения в большей степени коснулись организационно-правового статуса подразделений вневедомственной охраны полиции. Так, согласно Распоряжению Правительства Российской Федерации от 30 декабря 2011 г. № 2437-р, для приведения деятельности подразделений вневедомственной охраны полиции в соответствие с нормами, установленными Федеральным законом «О полиции», в управлениях и отделов вневедомственной охраны полиции в субъектах РФ организованы федеральные государственные казенные учреждения, к которым были на правах филиалов присоединены подразделения вневедомственной охраны территориальных органов МВД России на районном уровне.

Анализ деятельности вышеупомянутых учреждений, проведенный за достаточно короткий промежуток времени, на данный момент позволяет выявить некоторые трудности, возникающие в сфере административно-правовых отношений подразделений.

Помимо этого, его деятельность связана с организационно-методическим обеспечением деятельности и осуществлением контроля над исполнением задач по охране имущества физических и юридических лиц, а также за текущим состоянием финансово-хозяйственной деятельности подчинённых ему филиалов.

Нормативные акты, определяющие особенности деятельности подразделений вневедомственной охраны, говорят нам о том, что ведущими направлениями ее деятельности являются: обеспечение охраны объектов и имущества физических и юридических лиц, обеспечение соблюдения общественного порядка и общественной безопасности на охраняемых объектах, предупреждение, выявление и пресечение преступлений и административных правонарушений, обследование охраняемых объектов с целью анализа их инженерно-технической укомплектованности, а также наличия систем охранной и тревожной сигнализации, защищенности от актов терроризма, осуществление проверки учреждений и организаций, имеющих специальные задачи, обеспечение го-

товности осуществления мероприятий и руководство подчиненными силами и средствами в случаях возникновения чрезвычайных обстоятельств.

К обязанностям вневедомственной охраны необходимо отнести выполнение функций, направленных на обеспечение охраны физических и юридических лиц на договорной основе, а также участие в охране общественного порядка и обеспечении общественной безопасности. Такие функции можно назвать «общеполицейскими».

Услуги, оказываемые вневедомственной охраной по Нижегородской области на договорной основе, являются платными, и их оказание можно считать «коммерческой деятельностью» данного учреждения.

Согласно статье 29 ФЗ№3 «О Полиции» (Ограничения, обязанности и запреты, связанные со службой в полиции) на сотрудников полиции распространяются ограничения, запреты и обязанности, установленные ФЗ от 25 декабря 2008 г. №2 73-ФЗ «О противодействии коррупции» статьями 17, 18 и 20 ФЗ от 27 июля 2004 г. №79-ФЗ «О государственной гражданской службе РФ» , за исключением ограничений, запретов и обязанностей, препятствующих осуществлению сотрудником полиции оперативно-розыскной деятельности. Вследствие вышеперечисленного сотрудникам внутренних дел запрещено заниматься предпринимательской деятельностью.

Вневедомственная охрана оказывает услуги на договорной основе населению, руководствуясь внутренними распоряжениями и приказами начальников территориальных органов, которые противоречат упомянутым нормативно-правовым актам.

Президентом Российской Федерации был подписан Федеральный закон от 3 июля 2016 г. №226-ФЗ «О войсках национальной гвардии Российской Федерации». Данным Федеральным Законом была сформирована новая служба ФСВНГ (Федеральная служба войск национальной гвардии России), в которую вошла Вневедомственная охрана. Одним из факторов перехода УВО из МВД в ФСВНГ стало снятие запретов и ограничений на ведение ими платных услуг, т. к. в данном законе (№ 226-ФЗ «О войсках национальной гвардии Российской Федерации») такая деятельность не регламентирована, а следовательно не запрещена.

Таким образом решилась проблема оказания платных услуг на договорной основе данного учреждения.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Федеральный закон от 07.02.2011 N 3-ФЗ (ред. от 03.07.2016) «О полиции» (с изм. и доп., вступ. в силу с 04.07.2016) // Собрание законодательства РФ. – 14.02.2011. – № 7. – Ст. 900.

2. Федеральный закон от 03.07.2016 № 226 — ФЗ «О войсках национальной гвардии Российской Федерации» // Электронный источник «Consultan plus

3. Большаков А. С. Современный менеджмент, теория и практика / А. С. Большаков, В. И. Михайлов. – СПб.: Питер, 2012.

4. Гозман О. Путеводитель по MBA в России и за рубежом / О. Гозман, А. Жаворонкова, А. Рубальская. – М.: Begin Group, 2004.

5. Махрова Т.К. Формирование, оценка и реализация человеческого капитала в сфере правоохранительной деятельности: постановка проблемы / Т.К. Махрова // Юридическая теория и практика. – 2011. – № 1(12). – С. 53–56.

6. Настинова Ц. С. Управление персоналом в современных условиях / Ц.С. Настинова // Молодой ученый. – 2016. – № 8. – С. 632-634.

7. Пашин В.М. Проблемы в системе МВД России / В.М. Пашин, А.А. Кобозев // Административное и муниципальное право. – 2013. – № 1. – С. 51–58.

8. Петров М.И. Безопасность и персонал / М.И. Петров. – М., 2006.

9. Современные кадровые технологии в органах власти: монография / под общ. ред. С.Е. Прокофьева, А.М. Беляева, С.Г. Еремина. – М.: Юстицинформ, 2015.

10. Эл. источник « Коесультант Плюс».

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ГОСУДАРСТВЕННО-ПРАВОВОГО КОНТРОЛЯ ЗА ИСПОЛНЕНИЕМ РЕЗИДЕНТАМИ ОБЯЗАННОСТЕЙ ПО РЕПАТРИАЦИИ ДЕНЕЖНЫХ СРЕДСТВ

Назарычев Д.В.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

В действующем валютном законодательстве отсутствует четкое определение понятия «репатриация». Однако в соответствии со статьей 19 Федерального закона от 10 декабря 2003 года № 173-ФЗ «О валютном регулировании и валютном контроле» при осуществлении внешнеторговой деятельности резиденты обязаны в сроки, предусмотренные внешнеторговыми договорами (контрактами), обеспечить:

- получение от нерезидентов на свои банковские счета в уполномоченных банках денежных средств, причитающихся в соответствии с условиями указанных договоров (контрактов) за переданные нерезидентам товары, выполненные для них работы, оказанные им услуги, переданные им информацию и результаты интеллектуальной деятельности, в том числе исключительные права на них;

- возврат в Российскую Федерацию денежных средств, уплаченных нерезидентам за неввезенные в Российскую Федерацию (неполученные на территории Российской Федерации) товары, невыполненные работы, неоказанные

услуги, непереданные информацию и результаты интеллектуальной деятельности, в том числе исключительные права на них [1].

Нарушение указанных требований валютного законодательства Российской Федерации образуют составы как административных правонарушений, так и преступлений, выражающихся в уклонении от исполнения обязанностей по репатриации денежных средств в иностранной валюте или валюте Российской Федерации.

При этом именно в процессе производства по делам об административных правонарушениях, выразившихся в необеспечении возврата в Российскую Федерацию денежных сумм (аванса), уплаченных резидентами нерезидентам по неисполненным внешнеторговым импортным контрактам, наиболее часто усматриваются признаки составов уголовных преступлений. В результате чего контролирующие органы передают документально подтвержденную информацию в правоохранительные органы для ее последующей реализации.

К причинам совершения подобного рода преступлений относятся основные факторы оттока капитала из Российской Федерации: для целей более надежного и выгодного вложения, избегания экспроприации, высокого налогообложения, потерь от инфляции и т.д. [2]. Кроме этого, необходимо учитывать потенциальную возможность легализации (отмывания) денежных средств, приобретенных в результате совершения преступлений, связанных с уклонением от исполнения обязанностей по репатриации.

Существующие пробелы в действующем валютном законодательстве Российской Федерации порождают легитимные возможности для беспрепятственного вывоза капитала из Российской Федерации на основании внешнеторговых контрактов. При этом у контролирующих и правоохранительных органов попросту отсутствуют правовые рычаги воздействия на неблагонадежных (недобросовестных) участников внешнеэкономической деятельности.

В качестве примера допустима следующая практическая ситуация: российское юридическое лицо заключает внешнеторговый импортный контракт с иностранным лицом. Условиями договора предусмотрена 100 % предоплата, а основания для возврата денежных средств не указаны. В соответствии с заключенным контрактом с банковского счета российского юридического лица списывается 100 % аванс, при этом иностранный контрагент свои договорные обязанности не исполняет, а зачастую является фиктивным.

Формальные основания для возбуждения дела об административном правонарушении или уголовного дела по указанному факту невозврата в Российскую Федерацию денежных средств, уплаченных нерезиденту, возникают толь-

ко при наличии в тексте внешнеэкономического договора (контракта) условий по возврату денежных средств, чем и пользуются неблагонадежные (недобросовестные) участники внешнеэкономической деятельности [3].

Указанная схема вывода капитала является самой тривиальной, ее усложнение возможно за счет работы фирм-однодневок, которые реализуют мнимые (притворные) внешнеэкономические сделки.

Ущерб, наносимый при уклонении от исполнения обязанностей по репатриации, оценить сложно, так как указанные нарушения могут быть допущены участниками внешнеэкономической деятельности виду незнания норм и требований действующего валютного законодательства Российской Федерации. Очевидно, что указанная схема и подобные ей способствуют бегству капитала из Российской Федерации, что неблагоприятным образом влияет на платежный баланс и экономику страны (по данным Банка России, в 2014 году отток капитала составил 151,5 млрд долларов США [4]).

В силу невозможности в краткосрочной перспективе перехода с постконтроля валютных операций, реализуемого контролирующими органами в настоящее время, на оперативный текущий контроль, объективными видятся следующие предложения по совершенствованию:

1) Актуализация положений статьи 19 Федерального закона от 10 декабря 2003 года № 173-ФЗ «О валютном регулировании и валютном контроле» в части отнесения сроков возврата/получения денежных средств от нерезидентов к сроку действия внешнеэкономических договоров (контрактов).

2) Усиление валютного контроля кредитными организациями на этапе приема внешнеторговых документов для осуществления валютных операций с банковского счета посредством разработки единых методик проведения проверки документов, согласованных с таможенными и налоговыми органами, а также заинтересованными подразделениями Министерства внутренних дел Российской Федерации.

3) Разработка таможенными и налоговыми органами совместно с заинтересованными подразделениями Министерства внутренних дел Российской Федерации списка неблагонадежных (недобросовестных) участников внешнеэкономической деятельности на основании, в том числе следующих критерий:

- отсутствие по адресам государственной регистрации, невозможность установления фактического местонахождения по указанным адресам, внесенным в ЕГРЮЛ, а также в ЕГРИП;

- неуплата административного штрафа в установленный законом срок и направление материалов дел об административных правонарушениях в терри-

ториальные органы Федеральной службы судебных приставов Российской Федерации.

4) Обязательное включение в плановый период проверочной деятельности контролирующих органов хотя бы одной организации из списка неблагонадежных (недобросовестных) участников внешнеэкономической деятельности и привлечение к проверке сотрудников заинтересованных подразделений Министерства внутренних дел Российской Федерации.

Представленный перечень предложений по совершенствованию системы государственно-правового контроля за исполнением резидентами обязанностей по репатриации денежных средств не является исчерпывающим и позволит контролирующим органам эффективнее выполнять свои функции только с учетом двустороннего диалога с заинтересованными бизнес-структурами.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. О валютном регулировании и валютном контроле: Федеральный закон от 10.12.2003 № 173-ФЗ (ред. от 03.07.2016) // «Собрание законодательства РФ», 15.12.2003, № 50, ст. 4859.

2. Пироженков С.А. Криминалистические основы расследования преступлений, связанных с невозвращением из-за границы средств в иностранной валюте: автореф. дис. ... к.ю.н. / Нижний Новгород, 2005.

3. Плотникова Н.В. Основы валютного регулирования и контроля / Н.В.Плотникова, Ю.Е. Бешенцев, Л.С. Раевская; под ред. Н.В. Плотниковой. – Тюмень: ТюмГНГУ, 2010. – 308 с.

4. ЦБ: чистый отток капитала в 2014 году составил 151,5 млрд. долларов США [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://tass.ru/ekonomika/1703163 (дата обращения: 14.11.2016).

МЕТОДЫ ГОСУДАРСТВЕННОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ ПРИГОРОДНЫХ ПАССАЖИРСКИХ ПЕРЕВОЗОК ЖЕЛЕЗНОДОРОЖНЫМ ТРАНСПОРТОМ В НИЖЕГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ

Парамонов В.Б.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Пригородные пассажирские перевозки, к которым условно относятся перевозки людей любым видом общественного транспорта в пределах 200 км, имеют важное социальное значение, удовлетворяя потребности населения в передвижении. Устойчивое и качественное осуществление перевозок обеспечива-

ет трудовую миграцию населения, способствует развитию рынка труда и оказывает положительный мультипликативный эффект на экономику страны.

Значительная часть пригородных пассажирских перевозок осуществляется железнодорожным транспортом, который отличается от других видов транспорта высокой провозной способностью, низкой экологической нагрузкой, высокой степенью обеспечения безопасности перевозок. За 2015 год по территории Нижегородской области в пригородных поездах было перевезено 18.2 млн. пассажиров, что составляет пятую часть объёма перевозок общественным транспортом. На отдельных участках (например, Сухобезводное – Лапшанга, Ильино – Фролищи) пригородные поезда являются единственным, безальтернативным видом транспорта.

В то же время пригородные пассажирские железнодорожные перевозки являются фондоёмким и затратным видом деятельности. В условиях Российской Федерации, характеризующихся большой протяжённостью железнодорожных путей и неравномерной плотностью населения, данный вид деятельности является рентабельным лишь при наличии большой населённости пригородных поездов – в основном при осуществлении внутригородских и вблизигородских перевозок в городах с населением более 1 млн. человек.

В условиях рыночных отношений осуществление убыточной деятельности ведёт к банкротству и, тем самым, к прекращению данного вида деятельности. В связи с этим актуальной проблемой практически во всех регионах Российской Федерации является государственное регулирование пригородных пассажирских перевозок железнодорожным транспортом в целях обеспечения убыточных, но социально необходимых перевозок.

Во исполнение Программы структурной реформы на железнодорожном транспорте, утверждённой постановлением Правительства Российской Федерации от 18 мая 2001 года № 384, вид деятельности «Перевозки пассажиров железнодорожным транспортом в пригородном сообщении» выделен в отдельный вид бизнеса, который осуществляют пригородные пассажирские компании, создаваемые при участии ОАО «Российские железные дороги» (ОАО «РЖД») и региональных органов власти. На территории Владимирской, Кировской, Нижегородской областей и Удмуртской Республики, начиная с 2011 года, перевозки осуществляет ОАО »Волго-Вятская пригородная пассажирская компания» (ОАО «ВВППК»). Данные об учредителях компании представлены в рис. 1.

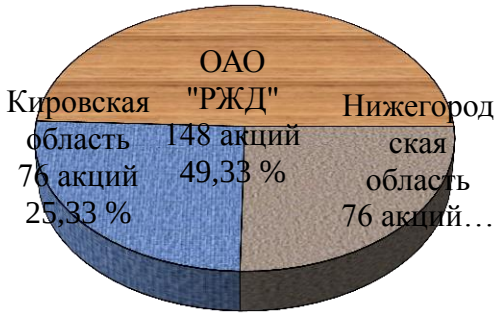


Рис. 1 – Распределение уставного капитала ОАО «ВВППК»

Вследствие этого Правительство Нижегородской области имеет возможность оказывать влияние на принимаемые ОАО «ВВППК» управленческие решения через корпоративные органы управления – общее собрание акционеров и совет директоров, в котором представителям Нижегородской области принадлежит 2 из 8-ми мест. Корпоративные органы управления принимают решения об избрании топ-менеджеров компании, об определении её приоритетных направлений деятельности, об утверждении бюджета и отчётности компании, об одобрении крупных сделок [2].

Кроме того, нормативными правовыми актами Российской Федерации решение вопросов организации транспортного обслуживания населения железнодорожным транспортом в пригородном сообщении отнесено к полномочиям органов исполнительной власти субъектов Российской Федерации (пп. 12 п. 2 статьи 26.3 Федерального закона от 06 октября 1999 года № 184-ФЗ). В соответствии с этим распоряжением Правительства Нижегородской области от 30 октября 2015 года № 1994-р был утверждён Комплексный план транспортного обслуживания населения Нижегородской области на средне- и долгосрочную перспективу (до 2030 года) в части пригородных пассажирских перевозок. Уполномоченный региональный орган власти, которым является Министерство транспорта и автомобильных дорог Нижегородской области, ежегодно определяет, сколько пригородных поездов, на каких маршрутах, с какой периодичностью по сезонам, дням недели и времени суток, с каким количеством вагонов в составе поезда требуется населению. После этого с перевозчиком (в Нижегородской области – с ОАО «ВВППК») заключается договор об организации транспортного обслуживания населения, предусматривающий обязанность перевозчика обеспечить заказанный объём движения пригородных поездов с учётом потребностей населения, возможности инфраструктуры железнодорожного транспорта, наличия подвижного состава. Также договором предусматривается обязанность заказчика предоставлять бюджетные субсидии на возмещение части затрат перевозчика, не компенсируемой пассажирами.

Объём государственного заказа для ОАО «ВВППК» на 2016 г. представлен на рис. 2.

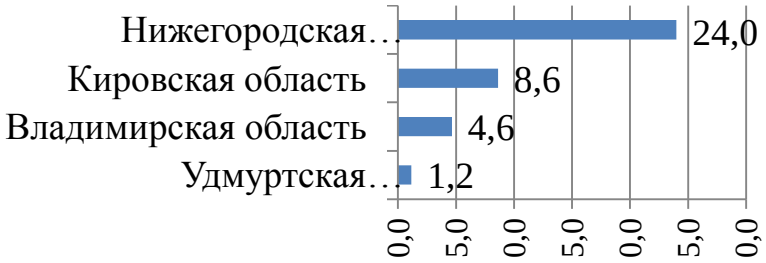


Рис. 2. Плановый объём транспортной работы, млн. вагоно-км

Согласно п. 2.1 статьи 8 Федерального закона от 10 января 2003 года № 17-ФЗ «О железнодорожном транспорте в Российской Федерации» органам исполнительной власти субъектов Российской Федерации предоставлено право устанавливать экономически обоснованный уровень тарифа в отношении услуг пригородных пассажирских компаний и определять стоимость проезда в пригородных поездах, оплачиваемую пассажирами. При этом потери в доходах перевозчика, возникающие в результате установления тарифов для пассажиров ниже экономически обоснованного уровня, должны возмещаться в полном объеме за счет средств бюджетов субъектов Российской Федерации.

В соответствии с этим Региональная служба по тарифам Нижегородской области (РСТ) ежегодно проводит экспертизу экономической обоснованности затрат ОАО »ВВППК», на основании которой в дальнейшем принимается решение о предоставлении субсидий перевозчику из областного бюджета. Стоимость проезда пассажиров на 2016 год определена решением РСТ от 9 октября 2015 г. № 32/1.

В результате принимаемых мер государственного регулирования деятельность по осуществлению пригородных пассажирских перевозок железнодорожным транспортом является подконтрольной органам власти Нижегородской области. Для перевозчика созданы предсказуемые условия работы. Для населения обеспечиваются стабильная маршрутная сеть пригородных поездов и ценовая доступность перевозок.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Распоряжение Правительства Нижегородской области от 30.10.2015 № 1994-р [Электронный ресурс]. - Режим доступа: http://mintrans.government-nnov.ru/?id=57586 (дата обращения: 28.09.2016).

2. Устав ОАО «Волго-Вятская пригородная пассажирская компания» [Электронный ресурс]. - Режим доступа: http://www.vvppk.ru/images/ustav_vvppk.pdf (дата обращения: 28.09.2016).

3. Организация пригородных железнодорожных перевозок: учеб. пособие / Ю.О. Пазойский и др.; под ред. Ю.О. Пазойского. - М.: ФГБОУ «Учебно-методический центр по образованию на железнодорожном транспорте», 2015. – 270 с.

4. Шнейдер М.А. Рынок пригородных железнодорожных перевозок: управление и экономика: Монография / М.А. Шнейдер, Е.А. Проскурякова. – СПб.: Издательство ООО »Типография «НП-Принт», 2012. – 288 с.

ДОКТРИНА «СНЯТИЯ КОРПОРАТИВНОЙ ВУАЛИ» В РОССИЙСКОМ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОМ ПРАВЕ

Романова А. Э.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

В настоящее время в научной среде всё чаще обсуждают перспективы применения в России доктрины «снятия корпоративной вуали». По большей части это связано с вынесением Президиумом ВАС РФ Постановления от 24.04.2012 № 16404/11 по делу № А40-21127/11-98-184, в котором суд, устанавливая обход российского законодательства о банковской деятельности латвийскими организациями путем использования аффилированности лиц, прямо ссылается на упомянутую выше доктрину [1].

Стоит отметить, что доктрина «снятия корпоративной вуали» используется в англосаксонской правовой системе еще с XIX века и обозначает «устанавливаемую в судебном порядке совокупность обстоятельств, которая позволяет в исключительных случаях пренебречь принципом ограниченной ответственности корпоративной личности и привлечь к ответственности контролирующих лиц, заинтересованных в получении необоснованной выгоды» [2]. Иными словами, доктрина предполагает привлечение к ответственности фактически контролирующего лица за деяния, формально совершенные подконтрольным лицом.

Существует мнение, согласно которому доктрина «снятия корпоративной вуали» уже используется в российском праве, что обосновывается наличием ряда соответствующих норм. Во-первых, Гражданский кодекс Российской Федерации (далее – ГК РФ) предусматривает возможность привлечения к ответственности основных юридических лиц по обязательствам дочерних. Так, п. 2 ст. 67.2 ГК РФ гласит: «Основное хозяйственное товарищество или общество отвечает солидарно с дочерним обществом по сделкам, заключенным последним во исполнение указаний или с согласия основного хозяйственного товарищества или общества» [3]. Также данный пункт статьи закрепляет субсидиар-

ную ответственность основного товарищества (общества) по долгам дочернего в случае банкротства последнего по вине основного юридического лица.

Во-вторых, тот же ГК РФ устанавливает ответственность лиц, фактически определяющих действия юридического лица, что указано в п. 3 ст. 53.1 ГК РФ: «Лицо, имеющее фактическую возможность определять действия юридического лица, … несет ответственность за убытки, причиненные по его вине юридическому лицу» [3].

Кроме того, в действующем законодательстве существует институт аффилированности. Исходя их толкования ст. 53.2 ГК РФ, под данным термином понимаются отношения связанности между лицами. При этом закон может ставить в зависимость от их наличия наступление правовых последствий. Однако ГК РФ не содержит критериев определения таких отношений, а отсылает к единственно действующей ст. 4 Закона РСФСР «О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках». В ней содержится исчерпывающий перечень аффилированных лиц, а также сама правовая дефиниция: «аффилированные лица - физические и юридические лица, способные оказывать влияние на деятельность юридических и (или) физических лиц, осуществляющих предпринимательскую деятельность» [3]. При сопоставлении норм ГК РФ и Закона РСФСР «О конкуренции…» становится явным отсутствие единого законодательного подхода к определению аффилированности (аффилированных лиц), так как ГК РФ в качестве квалифицирующего признака выделяет связанность лиц, а Закон РСФСР «О конкуренции…» – оказание влияния лица на другое лицо.

Однако для того чтобы судить о наличии в российском праве доктрины «снятия корпоративной вуали», необходимо уяснить значение термина «правовая доктрина». Под ним понимается «особая форма права, представляющая собой труды выдающихся ученых-юристов или общепризнанные правовые учения, на которые можно официально ссылаться (с одобрения государства) в процессе применения правовых норм» [5]. Особенность правовой доктрины как источника права заключается в том, что она традиционно применяется в таком качестве в англосаксонской правовой системе, а в романо-германской (к которой и относится Россия) не получила распространения. Исходя из этого, целесообразен вывод о невозможности существования в чистом виде доктрины «снятия корпоративной вуали» в российском праве, ведь официальные ссылки на научные юридические разработки не используются в практике отечественных судов.

Что же касается приведенных выше норм ГК РФ и Закона РСФСР «О конкуренции…», то они, безусловно, свидетельствуют о возможности в исключительных случаях пренебречь корпоративной формой и ограниченной ответ-

ственностью юридического лица, поэтому эти положения действительно схожи по своему содержанию с доктриной «снятия корпоративной вуали», но отнюдь не составляют её в своей совокупности. Это связано с тем, что данные нормы своим источником имеют конкретные, установленные государством нормативно-правовые акты, а не труды ученых-юристов.

Кроме того, механизмы привлечения к ответственности основных юридических лиц по обязательствам дочерних, лиц, фактически определяющих действия юридического лица, а также аффилированных лиц не составляют единой концепции, которая походила бы на доктрину «снятия корпоративной вуали». Об этом свидетельствует отсутствие единых критериев для привлечения к ответственности в трех указанных случаях. Более того, институт аффилированности обладает неоднозначным правовым регулированием, что в свою очередь свидетельствует о несформированности в данной части процедуры «снятия корпоративной вуали» в российском предпринимательском праве.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Постановление Президиума ВАС РФ от 24.04.2012 № 16404/11 по делу № А40-21127/11-98-184. // – [Электронный ресурс] – Режим доступа. – URL: http://base.consultant.ru (Дата обращения: 12.11.2016).
2. Батыршина К.А. Соотношение института «аффилированности» и доктрины «снятия корпоративной вуали» в праве Российской Федерации / К.А. Батыршина // Вопросы современной юриспруденции. – 2016. – №. 59. – С. 21-27.
3. «Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая)» от 30.11.1994 N 51-ФЗ (ред. от 03.07.2016) (с изм. и доп., вступ. в силу с 02.10.2016) // Собрание законодательства РФ. – 1994. – № 32. – Ст. 3301.
4. Закон РСФСР от 22.03.1991 № 948-1 «О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках» (ред. от 26.07.2006) // Бюллетень нормативных актов. – 1992. – № 2-3.
5. Большой юридический словарь. - URL: http://big_law.academic.ru/1036 (дата обращения: 12.11.2016).

ГОСУДАРСТВЕННОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ТОРГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РОССИИ И ЗА РУБЕЖОМ

Синицын И.А.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Актуальность государственного регулирования торговли обусловлена её воздействием на общество, контрагентов. Так как возможности сетевой торгов-

ли предполагают торговлю очень большими партиями товаров, продавая их огромному кругу людей, возникает необходимость регулирования деятельности организаций сетевой торговли.

За рубежом первые законодательные акты, регулирующие антимонополизацию коммерческой деятельности, появились еще в 5 веке. Один из первых таких актов назывался «О монополиях, недозволенных соглашениях купцов, ремесленниках, подрядчиках и их хозяев». Законы, принятые в те времена, были направлены на недопущение создания монополий, а также на недопущение ценовых сговоров субъектов рынка. Общими аспектами всех законов о защите конкуренции была их общая направленность, которая сводилась к запрету монополизации коммерческой деятельности и запрет любых сговоров, которые приводили бы к ограничению коммерческих отношений. Например, в Германии, основной закон о защите конкуренции действует с 8 июля 2004 года. Его основное положение говорит о том, что субъекты, нарушающие общепринятые нормы и правила, за действия, приведшие к созданию ущерба, могут быть привлечены к ответственности.

Основной закон, регулирующий торговлю продуктами питания в России, ФЗ «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации». Основная цель данного закона – обеспечение единства экономического пространства России путем установления требований к осуществлению торговой деятельности.

Основная проблема, с которой сталкиваются государство и потребители, связанная с сетевой торговлей – монополизация сетевой торговли. Государство в данном законе предусматривает ряд антимонопольных мер, направленных на субъекты, занимающиеся сетевой торговлей, а именно:

1. Объектам сетевой торговли запрещается создавать дискриминационные условия
2. Запрещается навязывать контрагентам условия.
3. Запрещается осуществлять торговую деятельность путем договора комиссии [1].

Важно отметить, что в целях поддержки малого и среднего предпринимательства в России в данном законе говорится, что хозяйствующий субъект не может приобретать площади в аренду и в собственность, если доля его товарооборота в субъекте РФ составила 25% и более за предыдущий финансовый год. Причем если была совершена сделка по приобретению недвижимости, о ней может сообщить органам государственной власти любое заинтересованное лицо, в том числе исполнительные федеральные органы.

Контроль за исполнением закона осуществляет федеральный орган исполнительной власти (Федеральная Антимонопольная служба), а также его территориальные органы. В случае нарушений ФАС принимает меры согласно с ФЗ «О защите конкуренции».

Основной целью государственного контроля за деятельностью представителей продуктового рынка является соблюдение интересов общества в целом, защита социально незащищенных слоев населения, недопущение инфляции. Важнейший метод, позволяющий выполнять данную цель, – контроль за ценообразованием в стране [2].

За рубежом государственный контроль ценообразования более развит, чем в России. Так, средний удельный вес контролируемых государством продуктов составляет 10-30%. Более подробно он представлен в таблице ниже [4].

Таблица 1 – Удельный вес контролируемых государством цен на продукты за рубежом

Название страны	**Удельный вес товаров, на которые распространяется госконтроль ценообразования, %**
Австрия	10.00
Германия	40.00
Греция	20.00
Дания	5.00
Испания	10.00
Италия	30.00
Китай	30.00
США	10.00
Франция	20.00
Финляндия	40.00
Швеция	40.00
Япония	19.00

Таким образом, в данной статье были рассмотрены основные аспекты регулирования торговой деятельности государством. Как видно из статьи, регулирование данного вида деятельности началось ещё в древности, но оно до сих пор остается актуальным.

В России существует ряд законов, которые ограничивают деятельность субъектов рынка, а также существуют контролирующие органы. Помимо этого существует ряд товаров, цены на которые ограничены государством. Также, для примера, в статье приведен некоторый опыт государственного регулирования ценообразования в других странах.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Закон Российской Федерации «Федеральный закон от 28.12.2009 N 381-ФЗ (ред. от 31.12.2014) «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации» (с изм. и доп., вступ. в силу с 09.01.2015)» от 28 декабря 2009 года № N 381-ФЗ // Российская газета.
2. Закон Российской Федерации «Федеральный закон «О защите конкуренции»« от 26 июля 2006 № №135-ФЗ // Российская газета.
3. Постановление Правительства Нижегородской области «Постановление Правительства Нижегородской области «О внесении изменений в некоторые постановления Правительства Нижегородской области» « от 18 декабря 2013 № №963 // Официальный интернет-портал правовой информации. 18 декабря 2013 г.
4. Буханкин Г. Некоторые аспекты ценообразования за рубежом / Г. Буханкин // Планово-экономический отдел. – 2012. – № 4.
5. Из чего складывается цена и кто её устанавливает // znaytovar.ru URL: http://www.znaytovar.ru/s/Iz-chego-skladyvaetsya-cena-i-kt.html (дата обращения: 17.03.2016).
6. Опыт ценообразования зарубежом // Ценообразование. Теория и практика URL: http://pricinginfo.ru/publ/praktika_cenoobrazovanija/mezhdunarodnyj_opyt/opyt_cenoobrazovanija_zarubezhom/23-1-0-87 (дата обращения: 17.03.2016).

ПРАВОВОЙ СТАТУС ПРЕДПРИНИМАТЕЛЯ

Смирнов И.С.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

На сегодняшний день, с развитием рыночных отношений и постоянно растущим многообразием форм собственности, особое внимание уделяется предпринимательской деятельности. А экономику страны стало сложно представить без такой фигуры, как предприниматель.

Право человека и гражданина на осуществление предпринимательской деятельности обеспечено основным законом нашей страны – Конституцией Российской Федерации, согласно которой каждый имеет право на свободное использование своих способностей и имущества для предпринимательской и иной не запрещенной законом экономической деятельности [1].

По действующему законодательству Российской Федерации предпринимательская деятельность подразумевает под собой самостоятельную осуществляемую на свой риск деятельность, направленную на систематическое получение прибыли от пользования имуществом, продажи товаров, работ или услуг, лицами, зарегистрированными в этом качестве в соответствии с законом [2].

Из рассмотренного определения вытекает, что необходимыми условиями занятия гражданином предпринимательской деятельностью являются: его дееспособность и государственная регистрация в качестве предпринимателя.

Таким образом, предприниматель – дееспособный гражданин, самостоятельно, на свой риск и под свою личную имущественную ответственност,ь осуществляющий предпринимательскую деятельность и зарегистрированный для этих целей в установленном порядке [2].

Каждый предприниматель обладает правами и обязанностями, предназначенными для исполнения. Совокупность таких прав и обязанностей, по мнению деятеля науки О. Р. Халфиной, представляет собой правовой статус предпринимателя [3].

Однако существует множество и других точек зрения, касающихся вопроса о правовом статусе предпринимателя. Так, например, такие ученые как, Н.И. Матузов, В.А. Кучинский в состав правового статуса предпринимателя наряду с правами и обязанностями, относят ответственность субъекта бизнеса, а российский юрист, судья в отставке – законные интересы субъекта.

Однако несмотря на расхождения во мнениях, точка соприкосновения состоит в едином взгляде на базис (основу) правового статуса, а именно право на занятие предпринимательской деятельностью, обусловленное прежде всего свободой экономической деятельности, а именно – возможностью выбора вида и формы предпринимательства, территории деятельности и организационно-правовой формы.

Согласно Гражданскому, Трудовому, Налоговому кодексам, а также Закону о государственной регистрации юридических лиц и индивидуальных предпринимателей, право на осуществление предпринимательской деятельностью реализуется путем основных правомочий: осуществление предпринимательской деятельности, использование финансовых средств, имущества, свобода выбора поставщиков и потребителей, осуществление внешнеэкономической деятельности, распоряжение прибылью, быть истцом и ответчиком в суде и ряд других.

Наряду с общими правами, присущими всем субъектам предпринимательства, в действующем законодательстве отмечаются специальные права для отдельных лиц. Так, к частным правомочиям для субъектов малого и среднего бизнеса относятся: возможность получения финансовой, имущественной, информационной поддержки [4], а для лиц, занимающихся производственной деятельностью, – получение целевых займов на льготных условиях.

Значимым моментом для предпринимателей являются предусмотренные законодательством государственные гарантии осуществления предпринимательской деятельности, благодаря которым деятельность предпринимателей находится под защитой государства [5].

К основным гарантиям относятся следующие: экономическая, правовая поддержка, защита имущества предприятий от незаконного изъятия, страхование предпринимательского риска, равное право к использованию трудовых, материальных, финансовых ресурсов и другие.

Для полного использования гражданином своих прав на осуществление предпринимательской деятельности необходимо соблюдение им публично-правовых требований и ограничений, законодательно закрепленных в Конституции Российской Федерации. Это прежде всего связано с необходимостью соблюдения интересов других лиц, общества и государства в целом.

Основными требованиями для осуществления предпринимательской деятельности являются государственная регистрация и лицензирование.

Наряду с правами на осуществление предпринимательства в нормативно-правовых актах закреплены и обязанности субъектов предпринимательства.

Все обязанности объединяются в группы согласно ряду признаков: по своему содержанию и по обязанным субъектам.

По своему содержанию обязанности классифицируются следующим образом: в сфере финансовых отношений - уплата налогов и иных обязательных платежей, в сфере трудовых отношений – исполнение условий трудового договора, в сфере защиты конкуренции - исполнение требований и запретов законодательства о защите конкуренции, в сфере экологии – защита окружающей среды, в сфере защиты прав потребителей – обеспечение прав и интересов потребителей и так далее.

По признаку в зависимости от обязанных субъектов выделяются: обязательные для всех субъектов, только для определенных субъектов, только для индивидуальных предпринимателей, для субъектов, занимающихся определенными видами деятельности [6].

Необходимым элементом правового статуса предпринимателя является институт ответственности, который на сегодняшний день не является глубоко изученным, и находится в процессе становления.

Однако установлено точное понимание ответственности в сфере предпринимательства, а именно в двух основных значениях: позитивная социальная ответственность и юридическая ответственность.

В соответствии с научными трудами Нуртдиновой А.Ф., Черкаева Д., Савичевой Е.Ю. [7] под позитивной социальной ответственностью понимается осознание субъектом предпринимательства своего долга, ответственности по отношению к другим людям, обществу в целом.

Юридическая ответственность, с точки зрения Грибанова В.П., Ершова И.В., – это одна из форм воздействия на нарушителей норм права, согласно которой к ним применяются установленные законом санкции, что приводит к неблагоприятным последствиям. Кроме того, в юридической литературе выделяются следующие виды данной ответственности: гражданско-правовая, материальная и дисциплинарная, административная и уголовная виды ответственности.

Общеизвестно, что ответственность наступает при наличии каких-либо определенных фактов, в частности – совокупности юридических фактов, представляющей собой состав правонарушения, включающий в себя: противоправность поведения предпринимателя, причинение вреда либо угроза его причинения, взаимосвязь первого и второго, вина правонарушения.

Таким образом, рассмотрение в данной статье вопроса о правовом статусе предпринимателя позволяет сделать вывод о том, что осуществление предпринимательской деятельности – одно из основных конституционных экономических прав гражданина, которое возникает с момента получения в законодательном порядке статуса предпринимателя.

Основными его элементами являются: права, свободы, законные интересы, обязанности, ответственности и государственные гарантии.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Конституция Российской Федерации: принята всенародным голосованием 12 дек. 1993 г.: (с учетом поправок, внесенных законами Российской Федерации о поправках к Конституции Российской Федерации от 30 декабря 2008 г. №6-ФКЗ, №7-ФКЗ) // Российская газета. - 2009. – 21 янв. – ст.34.

2. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30.11.1994 №51-ФЗ // Рос. газ. – 1994. – ст.2, 23.

3. Урванцева, Е.В. К вопросу об административно-правовом статусе индивидуального предпринимателя / Е.В. Урванцева // Вестник Вятского государственного гуманитарного университета. 2012. Вып. №3-1. С. 104-108.

4. О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации: федеральный закон от 24.07.2007 №209-ФЗ (в ред. от 03.07.2016) – ст. 16.

5. Боткин И.О. Государственные гарантии предпринимательской деятельности. Автоpe. дис….канд. юрид. наук / И.О. Боткин. – М., 1994. – С. 8.

6. Российское предпринимательское право: учебник / Д.Г. Алексеева, В.К. Андреев, Л.В. Андреева и др.; отв. ред. И.В. Ершова, Г.Д. Отнюкова. М.: Проспект, 2011.

7. Нуртдинова А.Ф. Социальная ответственность бизнеса: правовые аспекты экономической концепции / А.Ф. Нуртдинова // Журнал российского права. – 2015. – N 1. – С. 30 – 46.; Черкаев Д. Корпоративная социальная ответственность и этика: проблемы соотношения с российским правом. URL: www.incorpore.ru/ru/materials/our/korp/material32.html; Савичева Е.Ю. К вопросу о дефиниции категории «социальная ответственность бизнеса» // Российское предпринимательство. 2011. – № 8. – Вып. 1. С. 18-19; Davis K. The Meaning and Scope of Social Responsibility // Contemporary Management. Issues and Viewpoints. Englewood Cliffs, 1974.

ПРОБЛЕМЫ ПРАВОВОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В СФЕРЕ УПРАВЛЕНИЯ МНОГОКВАРТИРНЫМИ ДОМАМИ НА ТЕРРИТОРИИ г.Н. НОВГОРОДА

Соболева О.А.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Жилищно-коммунальный комплекс Нижегородской области – важнейшая отрасль областной экономики, занимающая исключительное положение в системе жизнеобеспечения населения региона. Совокупный жилищный фонд, расположенный на территории Нижегородской области, варьируется в пределах 83 млн. кв. м, в число которых входит более 23 тыс. многоквартирных домов.

В государственной программе «Обеспечение населения Нижегородской области качественными услугами в сфере жилищно-коммунального хозяйства» в числе приоритетных целей преобразования – совершенствование системы управления многоквартирными домами, выраженное в финансовом оздоровлении организаций жилищно-коммунального хозяйства в целом [1].

Конституционные положения, закрепляющие каждому человеку и гражданину Российской Федерации право на жилище и его неприкосновенность, заставляют собственника многоквартирного дома задуматься: «А какая форма управления подходит для нашего дома, чтобы удовлетворять не только социальные, но и идеальные потребности в обществе?!».

В Жилищном кодексе Российской Федерации упоминается о трех способах управления, которые собственники многоквартирного дома могут реализовать в целях создания благоприятных условий проживания, а также надлежащего содержания общего имущества. Избрание способа управления является не

только исключительным правом, но и императивной обязанностью собственников помещений в многоквартирном доме.

Несомненно, выбрав способ управления, жители домов напрямую пересекаются с субъектами предпринимательской деятельности: управляющая компания, товарищество собственников жилья, или при непосредственном управлении с лицами, осуществляющими соответствующие виды деятельности по договорам на оказание соответствующих услуг по содержанию или выполнению работ по ремонту общего имущества, а также с ресурсоснабжающими организациями, предоставляющими соответствующие виды коммунальных услуг и ресурсов.

Никому не секрет, что способ управления в виде управляющей компании, например в г.Н.Новгороде ОАО «ДК Ленинского района», ООО «ДК Сормово 4», ООО ПКФ «Домремстрой НН», ООО «ЖУК НН», как и другие коммерческие организации города, в качестве основной цели в своей деятельности преследуют извлечение прибыли. Однако не каждый многоквартирный дом выгоден управляющей компании не только чисто из финансовых соображений: чем меньше площадь многоквартирного дома, тем меньше прибыль, а в большинстве случаев из-за санкций ответственности в случае совершения деликта, связанного с ненадлежащим исполнением договора управления.

Законодательная новелла, вступившая в силу с 01.05.2015 г., предусматривает, что деятельность по управлению жилыми домами осуществляется на основании лицензии, выданной органом государственного жилищного надзора на основании решения лицензионной комиссии субъекта Российской Федерации – государственной жилищной инспекции Нижегородской области.

Как отмечается в статье аспиранта кафедры предпринимательского и коммерческого права Южно-Уральского государственного университета М. В. Сусловой: «Одним из ограничителей свободы предпринимательства является лицензирование» [2]. И с этим выводом нельзя не согласиться.

Гарантией домовладельцев по надлежащему исполнению договорных обязательств с организацией является не только сложность получения лицензии на управление соответствующим домом, но и предстоящие финансовые риски, применённые к лицензиату в случаях нарушений лицензионных требований, которые в большинстве случаев заключаются в малейшем недосмотрении за надлежащим содержанием общего имущества в многоквартирном доме, или некачественным предоставлением коммунальной услуги.

Согласно нормам Федерального закона «О лицензировании отдельных видов деятельность» перечень лицензионных требований конкретных видов де-

ятельности устанавливается специализированными положениями. Так, в Постановлении Правительства Российской Федерации от 28.10.2014 г. № 1110 «О лицензировании предпринимательской деятельности по управлению многоквартирными домами» дан закрытый перечень лицензионных требований. Однако, пройдя по ссылке правоконкретизирующих норм, приходим к умозаключению, что все малейшие проступки юридического лица оставляют четкий след на финансовом положении организации.

Проблемой деятельности юридического лица, осуществляющего управление многоквартирным домом на основании лицензии, в большинстве случаев заключается в недопуске предпринимателя к данному виду деятельности. По законодательному смыслу, будущий лицензиат должен полностью устранить вероятность причинения ущерба собственнику многоквартирного дома, так как лицо, которое управляет домом, должно быть профессионалом своего дела, подтвердив данное право комиссии. Сказывается и на мелких субъектах деятельности, зачастую не способных в принципе подобраться к сфере управления многоквартирными домами.

Кроме того, законодатель наделил орган государственного жилищного контроля полномочиями по аннулированию у юридического лица права управления многоквартирным домом, в случаях, если в течение календарного года лицензиату судом два и более раза было назначено административное наказание за неисполнение или ненадлежащее исполнение предписания по управлению конкретным домом. Что касается г. Н.Новгорода, то за годичный период действия данной нормы более двух десятков многоквартирных домов «попрощались» с управляющей компанией.

Юридическое лицо в организационно-правовой форме товарищества собственников жилья или другого лица, не подпадающего «под крыло» лицензиара, находится в более привилегированном положении. Отметим, что уже на протяжении двух лет данные субъекты жилищно-коммунального хозяйства не могут быть напрямую подвергнуты административному наказанию за нарушение правил стандарта раскрытия информации по управлению домом.

А в случаях, если законодателем предусмотрена прямая норма административной ответственности для товарищества или кооператива, то санкция статьи в разы меньше, чем у лицензиата. Кроме того, отсутствует административная ответственность в форме дисквалификации должностных лиц.

Непосредственный способ управления многоквартирным домом собственниками является институтом, который на протяжении 3 лет поддавался неоднократной редакции со стороны законодателя. Сначала законодатель пред-

определил непосредственный способ управления собственникам многоквартирных домов, количество в котором не более чем 16, а потом норма стала с количеством квартир не более чем тридцать.

Возможность перейти на новый способ управления, тем самым избежать «огромных» штрафов, реализовала одна из управляющих компаний г.Н.Новгорода. Воспользовавшись инициативой проведения общего собрания, общество исключило из реестра лицензии более 500 многоквартирных домов. А «непосредственики» заключили договора на обслуживание и ремонт общего имущества с подрядными организациями, юридический адрес которых совпадал с юридическим адресом бывшего лицензиата.

Печальная статистика состоит в городе и по домам без управления. В настоящее время насчитывается более 300 домов без реализованного способа управления, которые являются «бесхозными» не только из-за пассивности самых собственников, но и из-за отсутствия претендентов на управление. Открытые конкурсы признаются несостоявшимися ввиду отсутствия заявок со стороны субъектов предпринимательской деятельности.

Таким образом, сфера управления многоквартирными домами на территории г.Н.Новгорода – это рынок с несовершенной конкуренцией. К наиболее приемлемым мероприятиям, которые необходимо провести на региональном уровне относятся: разработка системы экономических мотиваций деятельности управляющих компаний, совершенствование системы показателей и критериев оценки деятельности управляющих организаций, стимулирование страхования гражданской ответственности управляющих компаний и подрядных организаций, совершенствование договорных отношений в сфере управления многоквартирными домами и другое [3].

Действующее законодательство в сфере управления многоквартирными домами показывает на низкий уровень конкуренции между управляющими компаниями и другими формами управления. Чрезмерные административные барьеры влекут не только снижение количества юридических лиц в данной сфере, но напрямую влияют на неудовлетворительное содержание домов, создавая социальное недовольство граждан повышенными тарифами на жилищно-коммунальные ресурсы и услуги. Несмотря на разнообразие форм юридических лиц в сфере управления, функционирование институтов не дает возможности собственникам эффективно реализовать свои обязанности в управлении многоквартирным домом. Новеллы системы жилищно-коммунального хозяйства не учитывают комплексный характер имеющихся проблем. Законодатель идет по пути преобладания общеадминистративных методов борьбы за защиту

прав потребителей, нежели методов стимулирования, помощи субъектам предпринимательства в общегосударственной задаче управления жилищным фондом.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Об утверждении государственной программы Обеспечение населения Нижегородской области качественными услугами в сфере жилищно-коммунального хозяйства: Постановление Правительства Нижегородской области от 30.04.2014 г. №305 (ред. от 17.05.2016 г.)// Электронный фонд правовой и нормативно-технической документации ОА «Кодекс». – URL: http://docs.cntd.ru/document/465511061 (дата обращения:10.11.2016).

2. Суслова М.В. Назначение института лицензирования предпринимательской деятельности / М.В. Суслова // Вестник Южно-Уральского государственного университета. Серия «Право». Изд-во Южно-Уральский государственный университет (национальный исследовательский университет), 2013.Т.13.С.112-113.

3. Картавый О.А. Автореферат дис. …к-та экон. наук / О.А. Картавый. – М. ГУУ, 2012. – 169 с.

ПРОБЛЕМНЫЕ ВОПРОСЫ ОТВЕТСТВЕННОСТИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЯ ПО РОССИЙСКОМУ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВУ

Фейзиева А. И.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

В соответствии с ч. 1 ст. 34 Конституции Российской Федерации каждый имеет право на свободное использование своих способностей и имущества для предпринимательской и иной не запрещенной законом экономической деятельности, провозглашая тем самым свободу предпринимательства как неотъемлемого права человека и гражданина [1].

В отличие от юридических лиц, отвечающих перед законом исключительно в пределах собственного имущества, ответственность же индивидуальных предпринимателей в большинстве случаев гораздо серьезнее.

Понятие «индивидуальный предприниматель» прослеживается в ч. 2 ст. 11 Налогового кодекса Российской Федерации от 31.07.1998 № 146-ФЗ: «индивидуальные предприниматели – физические лица, зарегистрированные в установленном порядке и осуществляющие предпринимательскую деятельность без образования юридического лица, главы крестьянских (фермерских) хозяйств. Физические лица, осуществляющие предпринимательскую деятельность без образования юридического лица, но не зарегистрировавшиеся в качестве инди-

видуальных предпринимателей в нарушение требований гражданского законодательства Российской Федерации, при исполнении обязанностей, возложенных на них настоящим Кодексом, не вправе ссылаться на то, что они не являются индивидуальными предпринимателями» [2].

Увеличение количества незаконного дохода свидетельствует об активизации деятельности преступников в этой сфере.

Несомненно, многие индивидуальные предприниматели подпадают под уголовную ответственность за отсутствием определенных знаний в области российского законодательства, но в современном обществе, присутствуют предприниматели, которые занимаются явно противоправными деяниями, такими как незаконный оборот наркотиков и оружия, ведение «двойной бухгалтерии» и др.

Предприниматели, осуществляющие свою деятельность на законных основаниях, находятся в невыгодных условиях по сравнению с теми, кто нарушает законодательство и тем самым вытесняет законопослушных предпринимателей с рынка товаров и услуг. Таким образом, порождается недобросовестная конкуренция, которая содействует значительному увеличению теневого бизнеса.

Употребление понятия «уголовная ответственность индивидуального предпринимателя» не совсем корректно, поскольку к данной мере принуждения могут быть привлечены только граждане. Но именно предпринимательская деятельность связана с определенными рисками наступления для граждан уголовной ответственности.

Применение государством мер уголовной ответственности в сфере предпринимательства основано на преследовании определенных целей [3]:

- ✓ стимулировать предпринимателей к соблюдению установленных процедур, правил, нормативов, стандартов, иных требований и запретов, в рамках которых должна осуществляться предпринимательская деятельность;
- ✓ располагать возможностью наказывать за несоблюдение предпринимателями своих обязанностей;
- ✓ обеспечивать восстановление нарушенных прав и интересов других лиц и общества в целом;
- ✓ предотвращать нарушения установленных требований предпринимателями и иными лицами в будущем.

Индивидуальный предприниматель по своему правовому статусу одновременно является и физическим лицом, и субъектом малого бизнеса.

За свои действия, связанные с осуществлением предпринимательской деятельности, по законодательству Российской Федерации индивидуальный пред-

приниматель несет ответственность в уголовно-правовой сфере, преследующей определенные цели.

Если предприниматель стал объектом уголовного преследования, то незамедлительно стоит обратиться к лицу, имеющему опыт оказания правовой помощи, т. к. без помощи адвоката затруднительно выстроить надежную защиту. В настоящее время каждый следователь заинтересован в доведении уголовного дела до суда, поскольку продвижение по службе есть один из главных рычагов к плодотворной работе.

Таким образом, на сегодняшний день при анализе теории уголовной ответственности существует проблема правильного толкования «незаконного предпринимательства», поскольку множество трудно согласуемых друг с другом представлений об уголовной ответственности создает некую путаницу при анализе данного вопроса.

В заключение отметим, что необходимо провести тщательный анализ законодательства, регламентирующего предпринимательскую деятельность, и устранить имеющиеся проблемы с целью уменьшения и предотвращения правонарушений в рассматриваемой нами сфере.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Конституция Российской Федерации от 12.12.1993 № 11-ФКЗ // Собрании законодательства РФ. – 2014. – № 31. – Ст. 4398.
2. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть первая) от 31.07.1998 № 146-ФЗ (ред. от 03.07.2016) (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.09.2016) // Собрание законодательства РФ. – 1998. – № 31. – Ст. 3824.
3. Савелов В. П. Хозяйственное (предпринимательское) право. Учебный курс/ В.П. Савелов. – М.: МИЭМП, 2009. – С. 157.

ПРАВОВЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ ЗАЩИТЫ ПРАВ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ, ИНСТРУМЕНТЫ ПРАВООХРАНИТЕЛЬНЫХ И СУДЕБНЫХ ОРГАНОВ ПО ИХ РЕАЛИЗАЦИИ

Чистяков А.В.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

В условиях современной рыночной экономики и конкуренции состояние защищенности и безопасности субъектов предпринимательской деятельности является одной из составляющих успешного ведения бизнеса, поскольку предприниматель не всегда может располагать достаточными ресурсами для покры-

тия незапланированных убытков, образовавшихся в результате противоправных действий третьих лиц.

Безопасность субъектов предпринимательской деятельности обеспечивается гражданско-правовыми, административно-правовыми способами, а также предусмотренными законом инструментами, имеющимися в «арсенале» правоохранительных и судебных органов.

Ученые разделяют понятие «защита права» и «охрана права». Под защитой прав предпринимателей понимается совокупность нормативно установленных мер (механизмов) по восстановлению или признанию нарушенных или оспариваемых прав и интересов их обладателей, которые осуществляются в определенных формах [1].

Понятие «охрана права» имеет более широкую трактовку, определяется как гарантии государства, основанные на законодательном запрещении или ограничении неприемлемых с точки зрения государства действий в отношении охраняемого объекта, направленных на общую превенцию (недопущение) нарушений закона.

Представляется, что такое деление носит условный характер и не в полной мере находит свое отражение в законодательстве.

Так, Конституция Российской Федерации гарантирует возможность защищать свои права и интересы не запрещенными законом способами, в том числе путем обращения в суд, закрепляет право на возмещение причиненного ущерба. Уголовный закон в качестве задач называет охрану прав и свобод человека и гражданина, собственности, общественного порядка, а также предупреждение преступлений. Законодательство об административных правонарушениях в качестве основополагающих начал определяет защиту законных экономических интересов физических и юридических лиц от административных правонарушений и их предупреждение.

Гражданское законодательство закрепляет своим назначением необходимость беспрепятственного осуществления гражданских прав, обеспечение восстановления нарушенных прав, их судебную защиту на основании подведомственности дел судам, арбитражному суду или третейскому суду, а также допускает защиту гражданских прав в административном порядке.

Уголовно-процессуальное законодательство назначением уголовного судопроизводства определяет защиту прав и законных интересов лиц и организаций, потерпевших от преступлений, а также защиту личности от незаконного и необоснованного обвинения, осуждения, ограничения ее прав и свобод.

В гражданско-процессуальном и арбитражном процессуальном законодательстве в качестве задач судопроизводства определяются правильное и своевременное рассмотрение и разрешение гражданских дел в целях защиты нарушенных или оспариваемых прав, свобод и законных интересов граждан, организаций, лиц, осуществляющих предпринимательскую и иную экономическую деятельность, государственных и муниципальных образований в данной сфере.

Из анализа правовых норм указанных отраслей следует, что в законодательстве отсутствует четкое разделение использования терминов «защита права» и «охрана права», а также их связь с отраслью права. При этом обнаружены закономерности, связанные с тем, что правовые нормы, имеющиеся в конституционной и уголовной отраслях права, соответственно являющиеся базовыми нормами и государственными гарантиями, содержат термин «охрана прав». Следует отметить, что в анализируемых конституционных нормах законодатель использовал термин «защита».

Представляется, что охрана прав, в том числе предпринимателей, является задекларированной в законодательстве гарантией обеспечения защищенности и безопасности бизнеса, определяющей общие рамки взятых на себя государством обязательств перед предпринимателями и частными субъектами экономической деятельности. В то время как защита прав является динамичным проявлением гарантированной государством их охраны.

Основываясь на указанных выводах, представляется более правильным говорить о защите прав и интересов предпринимателей, которая в современных условиях является неотъемлемой частью предпринимательской деятельности и осуществляется в большей степени активно, зависит от собственной воли предпринимателя.

Способы защиты гражданских прав перечислены в статье 12 Гражданского кодекса Российской Федерации [2], их перечень не является исчерпывающим, в том числе допускается защита иными способами, предусмотренными законом.

Гражданско-правовые способы (признание права, возмещение убытков и иные) могут быть как внесудебными, то есть реализовываться в ходе досудебного урегулирования спора, а также быть основанием для разрешения дела судом. В современных условиях субъекты предпринимательской деятельности самостоятельно выбирают способ защиты и разрешения возникшего спора, вместе с тем наиболее безопасной для хозяйствующих субъектов является судебная защита гражданских прав.

Анализируя административно-правовые способы защиты прав предпринимателей, следует отметить, что они не ограничиваются закреплением конкретных составов административных правонарушений в особенной части соответствующего Кодекса, а предусматривают также меры для недопущения злоупотреблений со стороны государственных и муниципальных контролирующих (надзорных) органов. Прежде всего такие задачи выполняет Федеральный закон «О защите прав юридических лиц и индивидуальных предпринимателей при осуществлении государственного контроля (надзора) и муниципального контроля» от 26.12.2008 N 294-ФЗ, закрепляющий ограничения по количеству плановых проверок государственными и муниципальными органами хозяйствующих субъектов, проверку этих планов органами прокуратуры на предмет законности включения хозяйствующих субъектов. Внеплановые проверки бизнеса возможны исключительно в случаях, предусмотренных законом, например, при причинении вреда жизни или здоровью граждан, нарушении прав потребителей.

В случаях, когда у субъектов предпринимательской деятельности возникает необходимость в защите от угрожающих посягательств, обладающих большей общественной опасностью, может быть реализован для защиты прав предпринимателей инструментарий правоохранительных органов.

Наиболее значимым таким инструментом выступает Федеральный закон «Об оперативно-розыскной деятельности» от 12.08.1995 № 144-ФЗ, который в качестве одной из задач указанной деятельности закрепляет выявление, предупреждение, пресечение и раскрытие преступлений, а также выявление и установление лиц, их подготавливающих, совершающих или совершивших [3]. Представляется, что значение для хозяйствующих субъектов имеют нормы закона, которые позволяют сотрудникам правоохранительных органов начинать действовать по заявлению предпринимателя до совершения преступления, когда ущерб в результате противоправных действий преступников еще не наступил, в том числе на стадии приготовления или покушения к совершению преступлений. Оперативно-розыскная деятельность осуществляется гласно и негласно оперативными подразделениями государственных органов путем проведения мероприятий, перечень которых определен в законе [4].

Наличие возможности негласного проведения мероприятий позволяет продолжить хозяйственную деятельность после заявления о преступлении, не настораживает злоумышленников, в результате обеспечивает дополнительную безопасность предпринимателя и гарантирует сохранность его имущества и денежных средств, на которые претендуют преступники.

Наглядный пример такой реализации норм законодательства об оперативно-розыскной деятельности содержится в уголовном деле № 1-25/2011, рассмотренном Козловским районным судом Чувашской Республики [5]. Своевременное обращение предпринимателя в правоохранительные органы в связи с вымогательством денежных средств членом преступной группы под угрозой повреждения имущества торговой точки и применения насилия за возможность осуществления потерпевшим торговой деятельности позволило организовать негласные оперативно-розыскные мероприятия, в том числе прослушивание телефонных переговоров, результатами которых подтвердить причастность членов преступной группы к совершению противоправной деятельности и привлечь виновных к уголовной ответственности за совершение преступления, предусмотренного п. «а» ч. 3 ст. 163 УК РФ.

Уголовно-процессуальным законодательством потерпевшему обеспечивается государственная защита, возмещение имущественного вреда, причиненного преступлением при заявлении соответствующего гражданского иска в рамках уголовного судопроизводства, а также возможность наложения ареста на имущество, денежные средства виновного лица с целью последующего возмещения имущественного вреда. При этом государственной пошлиной или налогом денежные средства, полученные в счет возмещения вреда, причиненного преступлением, не облагаются.

Таким образом, защита прав предпринимателей путем уголовного судопроизводства является не менее эффективной, чем другие способы защиты, а в отдельных случаях она имеет ряд преимуществ, например, возможность обращения взыскания на имущество физического лица, виновного в совершении противоправных действий, в том числе после ликвидации подконтрольного ему предприятия.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Бытычко В.Т. Предпринимательское право. Конспект лекций. Таганрог. ТТИ ЮФУ, 2011 [Электронный ресурс] Административно-управленческий портал. http: //www.AUP.RU (дата обращения 09.11.2016).

2. Чеговадзе Л.А. Гражданское право: Тезисы лекций / Л.А. Чеговадзе. – Н .Новгород, ННГУ им. Н.И. Лобачевского, 2002, с. 14.

3. Федеральный закон Российской Федерации «Об оперативно-розыскной деятельности» от 12.08.1995 № 144-ФЗ, www. consultant.ru (дата обращения 09.11.2016).

4. Использование результатов оперативно-розыскной деятельности при производстве следственных действий / А.А. Степанов, М.Г. Шанашин. – СПб.: Юридический институт Генеральной прокуратуры РФ, 2005. Ст. 3.

5. Текст приговора по уголовному делу № 1-25/2011 Козловского районного суда Чувашской Республики, www. http://kozlovsky.chv.sudrf.ru (дата обращения 10.11.2016).

Секция 13. КУЛЬТУРА И ПСИХОЛОГИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬБСТВА

ПРЕДПОСЫЛКИ ЛИЧНОСТНОГО РАЗВИТИЯ ПРЕДСТАВИТЕЛЕЙ МОЛОДЕЖНОЙ АУДИТОРИИ В ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ СРЕДЕ

Антонов Н.А.
Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского
Павловский филиал

Очень часто представителям студенческой аудитории адресуются следующие вопросы: «Есть ли у вас цель?!» «Чем вы будете заниматься после вуза?!» «Кем вы видите себя в будущем?!» Подобные вопросы не просто дань любопытству, их следует рассматривать как маркеры личностной стратегии молодого человека.

Для многих представителей молодежной и студенческой среды это сложные вопросы. Жизнь, упакованная в горизонт одного дня, стала нормой для многих молодых людей. Отсутствие целей, стратегии их достижения является следствием отсутствия навыков личностного роста и развития. Проблема заключается в том, что молодые люди, являясь носителями человеческого капитала, не видят вектора для его развития.

Подобная ситуация была характерна и для автора доклада. Изменение отношения к жизни у автора, связанное с приобретением компетенций и опыта в сфере целеполагания, произошло только после погружения в предпринимательскую культуру функционирующей фирмы.

На основе обобщения личного опыта, анализа исследований автор попытается сформулировать в данном докладе основные предпосылки, позволяющие замотивировать молодого человека на успешное личностное развитие в среде предпринимательской культуры.

Принятие предпринимательской культуры связано с готовностью индивида к риску. Преобладание наемных рабочих над численностью предпринимателей свидетельствует о том, что не все готовы идти на предпринимательские риски. Е.П. Ильин в книге «Психология риска» ссылается на исследование С.А. Ермолина, выявившего, что «среди взрослых людей обоего пола 22,2% лиц с высоким уровнем склонности к риску, 46,5 – со средним уровнем и 31,3% – с низким уровнем» [1, с. 38]. То есть можно утверждать о наличии как минимум трех групп людей с разной склонностью к риску. Кроме того, по данным Цуккермана (Zuckerman, 2000), готовность рисковать связана с возрастными характеристиками человека. Подобная готовность «быстро нарастает между 9 и 14 годами, достигает своего пика в юности – в 20 с небольшим лет – после чего постепенно снижается» [1, с. 42].

Х. Хекхаузен (2001) выделил положительную корреляционную связь между склонностью к риску и «мотивом достижения». Указанный мотив Хекхаузен определил как «стремление повышать свои способности и умения, поддерживать их на возможно более высоком уровне в тех видах деятельности, относительно которых достижения считаются обязательными».

Однако возникает проблема: как молодым людям, склонным к умеренному риску, далеким от предпринимательской и деловой культуры осуществить интеграцию в подобную сферу с целью дальнейшего личностного развития.

Анализируя источники [2], [3], описывающие опыт успешных людей, мы выделили три главных фактора, которые помогли большинству в самом начале их предпринимательской деятельности. К этим предпосылкам следует относить: окружение, личностную мотивацию на примерах и менторство.

Окружение является важной частью становления личности. Как правило, нас окружают такие же люди, как мы сами, у них те же цели и те же желания. Поэтому если вы хотите изменить себя, в первую очередь посмотрите на тех, кто вас окружает. Если в рамках межличностного общения окружить себя людьми, являющимися представителями предпринимательской среды, то это позволит вести обмен мнениями, перенимать опыт непосредственно у носителей предпринимательской культуры.

Мотивация. Успех других людей, например, таких как Стивен Джобс, мотивирует расти и развиваться. Люди, которые уже добились чего-либо, и их имя осталось в истории, доказывают, что каждый из нас может быть гораздо лучше и добиться невероятных успехов. Для каждого человека существуют разные эталоны. Кто-то стремится быть как Илон Маск, а кто-то хочет быть как Сергей Брин. От выбора того, кого мы представляем в качестве эталона предпринима-

тельской культуры и личностного развития, зависит наша поведенческая стратегия.

Учитель или Ментор. Иногда опыта целеполагания и управления личной стратегией, приобретенного у окружения, недостаточно, и для решения проблемы формирования новых жизненных ценностей, приобретения нового опыта и знаний, необходим наставник, профессионал, который помогает человеку в карьере, даёт советы и смотрит на всё со стороны.

Для эффективного процесса комплексного формирования личности, а также таких качеств, как инициативность, воля, целеустремленность, готовность к риску у молодых людей необходима совокупность всех перечисленных факторов.

Таким образом, в рамках данного доклада была сформулирована идея о том, что приобщение молодых людей к предпринимательской культуре положительно влияет на личностный рост. Также были выделены основные предпосылки личностного развития представителей молодежной аудитории в среде предпринимательства.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Ильин Е.П. Психология риска / Е.П. Ильин. – СПб.: Издательство «Питер», 2012. С. 490.
2. http://secretmag.ru/longread/2016/04/26/67-model-kak-mej-mask-vospitala-glavnogo-predprinimatelya-mira/ (дата обращения: 04.11.2016)
3. http://www.peoples.ru (дата обращения: 05.11.2016)

РОЛЬ ДЕНЕГ В КУЛЬТУРЕ

Антропов Р.В.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Современный мир невозможно представить без денег. Они прочно вошли в нашу жизнь. Люди пользуются ими ежедневно и повсеместно, покупая различные товары, услуги или оплачивая что-либо. Очевидно, что именно деньги являются важным элементом мировой экономики, и с этим невозможно спорить. И если значение денег так велико, то какова же их роль в культуре?

Исследование денег в научной литературе проводится по двум основным направлениям: во-первых, деньги рассматриваются как экономический, рыночный феномен, который влияет на общественные процессы, во-вторых, деньги

выступают как социальное явление, результат усложнения социальных отношений и связей. Известный немецкий социолог Георг Зиммель, автор работы «Философия денег» рассматривал появление денег в связи с развитием интеллекта (рациональности) и экономики [1]. Особое внимание он уделял культурной функции денег.

С момента своего возникновения деньги представляют социальную ценность. В социологии выделяют основные социальные функции денег: историко-культурологическую, статусную, социально-стратификационную, регулятивно-поведенческую, конфликтогенную [2, с. 234-235]. Если социальные функции денег по какой-то причине деформируются, то в обществе проявляются кризисные явления, прежде всего, в социально-экономической сфере. Нам хотелось бы выделить историко-культурологическую функцию денег. Деньги несут в себе особенности той культуры, в которой они работают, функционируют. Но в условиях глобализации деньги теряют некоторые национальные черты. Например, в странах Европейского союза единой валютной единицей стал евро. Также появились виртуальные деньги, доверие к которым в последние годы упало.

В человеческой истории отношение к деньгам менялось, их оценка была разной, вплоть до диаметрально противоположной. В Античности и в Новое время отношение к деньгам, а как следствие и к богатству, было благосклонным. В Средние века любовь к деньгам осуждалась, а в русской православной культуре деньги воспринимались как неизбежное зло. Из-за этого в русской культуре богатство порицалось, т.к. в нем усматривался моральный изъян. Есть даже пословица: «От трудов праведных не наживешь палат каменных». Наличие богатства не гарантировало почета и уважения в обществе.

В условиях буржуазного общества укореняется количественная ценность денег в виде «капиталистического стяжательства», при этом аксиологическая (моральная) составляющая денег отрицается, указывается на ее незначительность и бесполезность. Буржуа «оценивает людей не потому, что они есть, а по тому, что у них есть» [3, с.109]. «Буржуа имеет непреодолимую тенденцию создавать мир фиктивный, порабощающий человека, и разлагает мир подлинных реальностей. Буржуа создает самое фиктивное, самое нереальное, самое жуткое в своей нереальности, царство денег» [там же, с.111].

Основатель психоанализа Зигмунд Фрейд дает острую критику буржуазного общества XIX века, в котором такое качество, как скупость, было возведено в норму морального поведения. Фрейдовское уравнивание денег с фекалиями, по мнению ряда авторов, выражает своеобразную критику буржуазного

общества, критику, которую можно сравнить с анализом роли и функции денег в «Экономическо-философских рукописях» К. Маркса.

С развитием глобализационных процессов деньги все чаще мыслятся только в их экономической интерпретации в качестве финансов. Финансы - это денежные отношения, возникающие в процессе хозяйственной деятельности. А культурологическая интерпретация денег связана с их «качественной ценностью», игнорирование которой приводит к противопоставлению экономики культуре. Но нельзя в мире все измерить деньгами, необходима моральная оценка происходящих в мире процессов.

Считается, что культура формирует отношение человека к деньгам. Конечно, это так, но и «человек с деньгами» формирует культуру. Например: сегодня на экранах страны много пошлых и безвкусных фильмов. Они формирует определённый тип массового зрителя («культура формирует человека»). В условиях рыночных отношений прокатчики и режиссёры оказываются вынужденными ориентироваться на этот ими же созданный тип зрителя и снимать плохие фильмы, но которые пользуются спросом и приносят доход («деньги формируют культуру»).

Итак, между культурой и деньгами существует тесная взаимосвязь: культура формирует отношение человека к деньгам, а деньги активно формируют культуру. Деньги посредством рыночных механизмов могут способствовать деградации культуры. Но деньги могут и поспособствовать росту массовой культуры, ее лучших образцов.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Зиммель Г. Философия денег / Г. Зиммель // Избранное. Проблемы социологии. – Режим доступа: http://profilib.com/chtenie/59862/georg-zimmel-izbrannoe-problemy-sotsiologii.php

2. Силласте Г.Г. Социальные функции денег в условии экономических реформ / Г.Г. Силласте // Денежные реформы в России: История и современность: Сборник статей. – М.: Древлехранилище. – 2004. – 280 с.

3. Бердяев Н.А. Прельщение буржуазности. Рабство у собственности и денег / Н.А. Бердяев // О рабстве и свободе человека. – М.: АСТ Москва, Хранитель, 2006. – 316 с.

КУЛЬТУРНАЯ ЖИЗНЬ НИЖЕГОРОДСКОЙ ЯРМАРКИ

Бархатова А.А.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

В современном мире много говорится о культуре. И не просто как о понятии, а как о процессе в разных сферах жизни и общества. Обычно под культурным событием человек двадцать первого века понимает выставки и презентации, но редко кто включает в это понятие проведение ярмарки. А ведь это не просто выставка, это выгодное предоставление продукции от производителя потребителю, которое имеет свою многовековую историю, но не теряет актуальности и по сей день. И в прошлом, и в настоящее время ярмарки являются значимыми составляющими экономической жизни города, региона, страны, важными, в том числе, и с культурной точки зрения. Сюда можно отнести и культуру организации выставки, культуру ярмарочной торговли, и многочисленные научные, зрелищные и развлекательные мероприятия, проводимые в период ярмарок.

Наиболее крупными в России были две ярмарки — Макарьевская, переименованная позднее в Нижегородскую, и Ирбитская. Первая из них ведет свое начало с XVI в.

Нижегородская ярмарка, помимо своей главной функции – места для торговли, играла важную роль в обмене информацией, знаниями и опытом людей, приехавших из различных регионов страны и мира. На такой ярмарке были приемлемы – торги и торжища с непременным народным весельем, приобщением к народным обычаям, праздникам с играми, забавами, песнями, театрами, ресторанами и т.д.

Позже, в 1902-1915 гг. для народных развлечений были устроены два сада: «Народная забава» и «Лубянский сад», где были открыты чайные с доступными ценами, театр и музей по борьбе с пьянством.

Культурно-развлекательная зона на Нижегородской ярмарке располагалась по обе стороны Нижегородской и Театральной улиц, проходящих перпендикулярно реке Оке, а также на Театральной площади. Малый театр находился у Бетанкуровского канала, около татарской мечети. Развлекательная зона захватывала и Самокатскую площадь, на которой находились цирк братьев Никитиных и зверинец. Главный ярмарочный дом, в котором размещались модные магазины, а также рестораны, административные учреждения, проводились выставки, музыкальные вечера, балы в Гербовом зале, где каждый день по вечерам играл духовой оркестр.

Театр появился на ярмарке в конце XIII в. [4, с. 81] Это был один из лучших провинциальных театров – крепостной театр князя Ф.Шаховского. На его сцене шли те же спектакли, что и на столичных театральных сценах. В середине

XIXв. ставились «Клара де Обервиль», «Женевская сиротка», «Материнское благословение», «Жизнь игрока», «Детский доктор». Во второй половине XIX в. спектакль «Ляпунов», «Гамлет» Шекспира, «Маскарад» Лермонтова и оперы: «Сорока-воровка», «Аскольдова могила», «Волшебная флейта», «Волшебный стрелок».

На сцене театра выступали лучшие в России артисты: Никулина-Косицкая, Щепкин, Васильев, Федотова, Ленский, Горбунов, Петрова-Званцева, Кавецкая. Сам Фигнер исполнял партию Ленского в «Евгении Онегине». Приезжал неоднократно в Нижний и Шаляпин [там же].

Цирк на ярмарке появился одновременно с театром, но особую популярность он приобрел в конце XIX –начале XX вв. Он принадлежал братьям Никитиным, которые приглашали на арену известных мастеров и артистов.

Таких как жокеи Багри Кук и Строкай, акробаты: Фридиани, Лиас, Винкини, конный жонглер Коля Никитин, клоуны братья Костандини, братья Феррони, Джеретти, Леном, Эйжен, Вильтзак. На чемпионате «французской борьбы» можно было видеть сильнейших борцов Ивана Заикина, Николая Вахтурова, Петра Крылова, Ивана Шемякина, Ивана Седых [4, с. 82].

С 1865 г. на ярмарках устраивались художественные выставки в Главном доме. На них были представлены полотна русских художников.

Знаменитой стала «Волжская коллекция» – фото летописца М.П. Дмитриева, где были представлены виды Волги и волжских городов, портреты государственных и общественных деятелей России.

В музыкальную программу ярмарок конца XIX – начала XX вв. входили народная музыка и песня, симфонические оркестры с участием русских солистов, концерты камерной музыки, оперные представления, выступали большие симфонические оркестры. 15 мая 1896 г. театральный сезон открылся в новом здании городского театра, где выступали солист Императорского Мариинского театра И.В. Тартаков, Ф.И. Шаляпин, тогда еще 23-летний молодой человек, которому и было поручено открыть сезон оперой «Жизнь за царя», он исполнял партию Сусанина.

Кроме того, нижегородцы увидели все фильмы Люмьера, а именно: «Выход с завода», «Кормление младенца», «Прибытие поезда», «Политый поливальщик» [5].

На ярмарке также читались лекции о последних достижениях науки и техники.

1929 год послужил последним годом проведения ярмарки в СССР. 6 февраля 1930 года было принято правительственное постановление о ликвидации Нижегородской ярмарки.

На сегодняшний день Нижегородская ярмарка – это крупный выставочный центр России, где особо можно выделить: Всероссийский научно-промышленный форум «Россия Единая», Международный форум «Великие Реки/ICEF» и др. Основная сфера деятельности ВАО «Нижегородская ярмарка» в XXI в. – это выставочный бизнес, но ярмарка продолжает развиваться и как центр общественно-политической и культурной жизни города и региона. В настоящее время начал работу Молодёжный культурный центр, сферой деятельности которого стало проведение городских праздников, театрализованных представлений, художественных выставок. На ярмарке действует детский городок с непрерывно обновляемой программой аттракционов.

Проводятся на ярмарке и форумы, например, всероссийский банковский форум, форум «Миллион друзей: живая природа и общество» [6].

Нижегородская ярмарка, обладая заслуженным международным авторитетом в среде профессионалов и пользуясь вниманием и любовью множества россиян, продолжает активно развиваться и совершенствоваться.

За годы истории ярмарки она показала себя наглядным фактором формирования всероссийского рынка и формирования культуры на этом рынке.

В результате исследования мною было доказано, что проведение Нижегородских ярмарок опиралось не только на получение прибыли, покупку и сбыт товара, но и способствовало развитию отечественной культуры.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Богородицкая Н.А. Нижегородская ярмарка /Н.А. Богородицкая. – Н.Новгород, Издательство Нижегородского университета, 1991.
2. Богородицкая Н.А. Нижегородская ярмарка – карман России. – Н.Новгород. ННГУ, 2008.
3. Нижегородский край. Факты, события, люди. – Н.Новгород; НГЦ , 1994.
4. Филатов Н. Три века Макарьевской Нижегородской ярмарки / Н. Филатов. – Н. Новгород, 2003. С. 81-82.
5. http://www.nradatvr.kiev.ua/i01/
6. http://www.yarmarka.ru/catalog/12/278/million_druzey_zhivaya_priroda_i_obshestvo.html

ПРОБЛЕМА СМЫСЛА ЖИЗНИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЯ В РАССКАЗЕ А.П. ЧЕХОВА «ИОНЫЧ»

Бацманова В.А.
Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Все люди хотят быть счастливыми. Но от чего зависит их процветание? По моему мнению, благополучие человека определяется общечеловеческими целями, заключающимися в соединении душевных потребностей, духовных и общественных интересов. Их достижение может привести к внутренней гармонии личности с собой и окружающим миром и обеспечит подлинное духовное бессмертие человека, когда о нем будут помнить после его смерти.

Однако в русской литературе немало примеров неутешительного итога судьбы человека. Например, в рассказе «Ионыч» А.П. Чехов изображает, как молодой земский врач Дмитрий Ионыч Старцев за несколько лет превращается в «мертвую душу», теряя вместе с именем и фамилией душевные качества и моральные принципы. Автор осуждает бессмысленное существование доктора, чья жизнь была подчинена бесцельному зарабатыванию денег для удовлетворения низменных интересов: вкусных обедов в ресторане, ежевечерней игры в винт и приобретения недвижимости. Трагедия духовного обнищания Ионыча заключается в том, что герой понимает, какой недостойный человека образ жизни он ведет, занимаясь только зарабатыванием денег и посещением клуба, но никак не меняет заведенный распорядок.

Доктор Старцев не всегда был таким. В молодости он активно помогал людям, был энергичным, деятельным человеком, который любил ходить пешком, пел красивые романсы, чувствовал пошлость и бездарность обывателей. Со временем его активность направляется на постоянную работу, но уже не ради облегчения страданий людей, а для извлечения собственной материальной выгоды, а забота о больных вырождается в равнодушие и нечувствительность к переживаниям пациентов. Если в начале своей карьеры доктор работает в больнице без праздников и выходных, у него нет свободного времени для визитов к городским обывателям, так как всего себя он отдает службе, любит «… помогать страдальцам, служить народу» [1, с. 330], то с течением времени он уже быстренько принимает пациентов в земской больнице, а потом уезжает к городским больным, и в работе ему больше всего нравится подсчет дневного гонорара, заработанного частной практикой. Уничижительно называя «бумажками» деньги, которые с такой любовью Старцев подсчитывал по вечерам, А.П. Чехов подчеркивает незначительность материальных целей в жизни человека, а у Дмитрия Ионыча они на первом месте. Он тратит деньги на ежевечернюю игру в винт, вкусные обеды в клубе и приобретение недвижимости. В этих занятиях нет ничего

духовного и возвышенного, они характеризуют моральное падение человека, который понимает, в какую пропасть он падает, но ничего не пытается улучшить.

Меняется в худшую сторону и отношение Старцева к окружающим. Если вначале обыватели «… своими разговорами, взглядами на жизнь и даже своим видом…» раздражали его, так что от совместных бесед он уклонялся, сидел и ел молча, уставившись в свою тарелку, за что его прозвали «поляк надутый» [1, с. 327], то потом обыватели приняли его в свою среду, что проявляется в их фамильярном обращении к герою только по отчеству «Ионыч». Так завершился процесс духовного умирания Старцева: он утрачивает свойственные молодости идеалы, превращается в равнодушного и нечувствительного к чужим страданиям врача, который кричит на своих пациентов, во время приема стучит палкой об пол и ничем не интересуется. У него нет семьи, детей, друзей, учеников, живется ему скучно, он абсолютно одинок, неподвижен и несчастен.

Все это обусловило моральное падение Ионыча, который становится одиноким человеком, не интересующимся ничем в жизни и похожим на обывателей, так как у них отсутствовали нравственные цели существования. Итак, изобразив в образе доктора Старцева процесс постепенного обнищания духа, утраты подлинной человечности и творческой активности, превращения героя в «мертвую душу», А.П. Чехов указал читателям, что у героя не было подлинного смысла жизни, обеспечивающего ему духовное бессмертие.

По мнению Д.М. Шевцовой, «жизнь человека должна определяться единством духовных, душевных и общественных интересов, гармонией морально-нравственных, эмоциональных и мировоззренческих качеств, способствующих достижению поставленных гуманистических целей и творческому созиданию, посмертной жизни в памяти поколений потомков. Только тогда она будет иметь смысл, не уничтожимый с течением времени. В противном случае человек подвержен духовной смерти раньше физической, которая знаменует тщетность материальных накоплений и ложность приоритетов. Следовательно, судьба Ионыча … свидетельствует о том, что нельзя находиться во власти только меркантильных узкоэгоистических интересов – такая жизнь однозначно будет обречена на уничтожение» [2, с. 556].

Таким образом, благополучие человека зависит от тех целей, которые он перед собой поставит, и если они не будут содержать нравственных принципов и гуманистических идеалов, то итог существования такого человека будет печален: он не ощутит счастья и не создаст ничего достойного, что бы увековечило его имя в поколениях потомков. Поэтому необходимо руководствоваться общечеловеческими идеалами любви, добра, правды и красоты, чтобы финал

жизни принёс удовлетворение и обеспечил духовное бессмертие благодаря значимым для окружающих поступкам.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Чехов А.П. Ионыч // Чехов А.П. Собр. соч. : в 12 т. Т. 8. – М.: ГИХЛ, 1962.

2. Шевцова Д.М. Проблема утраты подлинной цели бытия в рассказах А.П.Чехова «Ионыч» и И.А.Бунина «Господин из Сан-Франциско» / Д.М. Шевцова // Научный альманах. – 2015. – № 7 (9). – С. 554-556.

КУЛЬТУРНО-ИСТОРИЧЕСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ РОССИИ И ЕГО РОЛЬ В РАЗВИТИИ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ИНДУСТРИИ

Башлыкова В.Н.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Культурно-историческое наследие играет огромную роль в развитии туризма в различных странах мира, в том числе и в России. Для многих регионов нашей страны использование уникальных культурно-исторических ресурсов на сегодняшний день становится одной из реальных возможностей экономического, социального и культурного роста, поэтому вопросы значимости культурно-исторического потенциала в развитии туристической индустрии в настоящее время являются как никогда актуальными.

На современном этапе туристический бизнес является важнейшей составляющей экономической, культурной и социальной жизни большинства государств мира. Одна из основных задач туризма на сегодняшний день – это, прежде всего, познание истории, культуры и традиций других стран, отдельных регионов; расширение кругозора человека, удовлетворение его потребностей в новых впечатлениях, в стремлении к «прекрасному».

Давно сформировался и стал самостоятельной отраслью такой вид туризма, как культурный, или познавательный туризм [1, с. 64]. Его основой, в частности, является культурно-исторический потенциал страны, включающий в себя все многообразие социокультурной среды человеческой жизни. Культурно-исторический потенциал – это совокупность памятников материальной и духовной культуры, созданных в процессе исторического развития определенной территории и являющихся объектами туристского интереса. Культурно-исторический потенциал многообразен: он может быть представлен памятниками живописи, музыкального искусства, скульптуры и архитектуры, а также различными мемориальными местами, музеями и природными комплексами. Важнейшей составляющей культурно-исторического потенциала является со-

циокультурная среда существования человека вместе с традициями, обычаями, обрядами, особенностями бытовой и хозяйственной деятельности. Наряду с социокультурной средой, культурно-исторический потенциал включает в себя и природные особенности территории. Туристы, посещая ту или иную страну, тот или иной регион, воспринимают культурные комплексы в целом: объекты материальной и духовной культуры сочетаются с архитектурным обликом столиц, малых городов и сельской местности, а также с историей, традициями, природным ландшафтом и современной жизнью.

Культурный туризм стал наиболее активно развиваться в последние десятилетия XX века и продолжает свое развитие в наши дни, потому как существенно возросла потребность человека в духовном освоении мира через его осмысление и непосредственное постижение разнообразных культур в различных местах, когда лично увиденное навсегда становится достоянием, принадлежностью мысли и чувства туриста, раздвигая горизонты его мировосприятия. Важнейший аспект современной туристической индустрии – партнерство культуры и туризма, тесное сотрудничество между ними: туризм не только удовлетворяет потребность человека в путешествиях, но и со своей стороны культивирует эту потребность. Чтобы культурно-исторические ценности страны были широко известны и востребованы за рубежом, необходимо активно содействовать развитию туризма, а туризму для его расцвета необходима культурная составляющая [2].

Россия располагает огромными ресурсами и возможностями как для развития внутреннего туризма, так и для приема иностранных путешественников. В настоящее время туризм выступает одной из перспективных отраслей экономики нашей страны и может рассматриваться как один из факторов экономического роста, поскольку по прогнозам Всемирной туристкой организации к 2020 г. Россия войдет в число 20 крупнейших стран, посещаемых туристами [3].

В ближайшие десятилетия культурный туризм в нашей стране станет играть все более важную роль. Богатый культурно-исторический потенциал России, наряду с природным разнообразием, станет основой формирования крупных туристических центров в различных уголках нашей страны, а знакомство с культурными и историческими достопримечательностями будет выступать в качестве одного из наиболее сильных побудительных туристских мотивов. Элементы и факторы культуры, являясь эффективными каналами распределения информации о туристских возможностях местности, станут способствовать увеличению туристского потока. Растущий поток туристов, в свою очередь, может стать опорной точкой для развития инфраструктуры и экономики регио-

нов, для дополнительных инвестиций в туристическую сферу, а также может вызвать увеличение потока денежных средств в экономику страны в целом. Таким образом, культурно-исторический потенциал, в перспективе, будет не только развивать туристическую индустрию России, но и будет давать населению страны основание гордиться своим уникальным наследием.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Лойко О.Т. Туризм и гостиничное хозяйство: Учебное пособие / О.Т. Лойко. – Томск: Издательство ТПУ, 2005. – 152 с.

2. Квартальнов В.А. Культура и туризм – вместе /В.А. Квартальнов //Теория и практика физической культуры. – 2000. - №8 // Все о туризме: туристическая библиотека. URL: http://tourlib.net/statti_tourism/kvartalnov.htm (дата обращения: 05.11.2016).

3. Максанова Л.Б.-Ж. Живая традиционная культура как фактор устойчивого развития туризма / Л.Б.-Ж. Максанова, О.В. Бураева //Туризм и культурное наследие Межвузовский сборник научных трудов. Вып. 3, 2006. // Все о туризме: туристическая библиотека. URL: http://tourlib.net/statti_tourism/maksanova.htm (дата обращения: 05.11.2016).

КРЕАТИВНОЕ МЫШЛЕНИЕ – СЛАГАЕМОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОГО УСПЕХА

Беруджанян Р.Г.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Креативность – одно из распространенных слов в наше время. Большинство людей используют это слово в своих резюме для характеристики личных качеств. За креативными людьми охотятся крупнейшие компании, ими очень дорожат. Многие руководители уверены, что данное качество необходимо для любого работника. Креативность, как она определяется в различных справочных изданиях, характеризует творческие способности человека. Они могут проявляться в мышлении, в отдельных видах деятельности, в том числе и предпринимательской. Для предпринимателя инициатива, готовность к риску, создание нового являются условиями успеха [1]. Творческое мышление – это способность нестандартным образом решать задачи, уметь видеть проблему под необычным углом зрения, находить уникальное решение для нее. Креативное мышление – это созидательное мышление, которое носит конструктивный характер. В предпринимательской сфере креативное мышление имеет особую ценность, так как выступает фактором конкурентоспособности фирмы.

Предприниматель использует свою креативность для увеличения прибыли, для демонстрации значимости и ценности своего товара или услуги. Он применяет различные методы и формы для этого, прежде всего, рекламу, мерчандайзинг, которые способствуют заинтересованности клиента в приобретении именно его продукта.

Возникло новое направление в рамках менеджмента – креативный менеджмент как эффективное управление с использованием нестандартных (творческих) подходов. Понятие креативного менеджмента тесно связано с понятием инновационного менеджмента, в котором делается упор на введение новшеств в экономику. Креативный менеджмент стал в настоящее время одним из важнейших факторов быстрого инновационного развития стран, регионов, отраслей и предприятий, многие западные и японские крупные компании применяют его теоретические положения, выводы в своей практике.

Особое место в теории креативного менеджмента занимает творческая личность, обладающая креативным мышлением. Креативный человек должен быть уверенным в себе, активным, должен обладать лидерскими качествами, не должен бояться взять весь риск на себя. Ему свойственна изобретательность, потребность постоянно экспериментировать, непрерывно обучаться и быть способным вновь и вновь придумывать новые идеи. Креативные люди разрушают существующие стереотипы. В связи с этим интерес вызывает статья Терезы М. Амабайл с необычным названием «Как убить творческую инициативу», а также и другие статьи авторов знаменитой Гарвардской бизнес-школы в сборнике «Креативное мышление в бизнесе» [2]. Т.М. Амабайл среди всех качеств творческой личности особо выделяет мотивацию: внутреннюю – личную заинтересованность в решении проблемы, стремление к самореализации и применению своих знаний, и внешнюю – материальные поощрения и продвижения по службе. При этом для креативности более важную роль играет внутренняя мотивация.

Основным источником экономического развития в современном обществе становится креативное мышление. Интеллектуальная собственность заменяет такие привычные ресурсы, как земля, рабочая сила, капитал. В качестве наиболее ценного экономического ресурса выступает творческий интеллект. Как отмечает американский экономист, автор теории креативного класса Р. Флорида, необходимо обеспечить социальные условия для развития креативности у общества. Наиболее благоприятными условиями для креативного мышления в обществе создают гуманизм, либерализм и демократия [3, с. 85].

Креативное мышление можно и нужно формировать у детей в средней школе, необходимо обучать ему студентов и работников организаций. Известный психолог Э. де Боно дает рекомендации по развитию творческого мышления в таких книгах, как: «Рождение новой идеи», «Шесть шляп мышления», «Искусство думать. Латеральное мышление как способ решения сложных задач» и других. Он ввел понятие «латеральное мышление», которое по содержанию противоположно шаблонному мышлению. Если в шаблонном мышлении логика управляет разумом, то в латеральном она его обслуживает [4]. За понятием креативное или творческое мышление он оставляет более узкий смысл, связанный с получением значимых новых результатов. Лишь незначительное число людей обладает естественной склонностью к креативному мышлению, однако при желании любой может развить в себе определенные навыки к латеральному мышлению. Цель нешаблонного мышления – выработка новых идей. Автор отмечает широкое использование визуализации, «сдвига внимания», изменение подхода к задаче и другие приемы в процессе нешаблонного мышления. Он высказывает критические замечания в адрес образования, которое ставит своей целью не развитие в человеке навыков креативного мышления, а информативную цель. Широкому кругу читателей Эдвард де Боно предлагает развить и улучшить навыки мышления с помощью очень простых методик, креативных игр. Его книги написаны живым, образным языком и могут быть полезны молодежи, стремящейся к творчеству в профессиональной сфере.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Ермаков, С.А. Философия бизнеса в культуре предпринимательства / С.А. Ермаков, Е.В. Ермакова // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. Тамбов. Грамота. – 2013. № 6. Ч.2. - С. 62-64.

2. Креативное мышление в бизнесе. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2006. – 228 с.

3. Флорида Р. Креативный класс: люди, которые меняют будущее / Р. Флорида. – М.: Издательский дом «Классика XXI века», 2005. – 421 с.

4. Боно Эдвард де. Латеральное мышление: учебник / Эдвард де Боно; [пер. с англ.: П. А. Самсонов]. – Минск: Попурри, 2012. – 378 с.

МОТИВАЦИОННАЯ СТРАТЕГИЯ РАБОТНИКА

Босецкая И.А.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Актуальность мотивационной политики трудовой деятельности обусловлена ростом значимости персонала, выступающего стратегическим ресурсом как коммерческих, так и государственных компаний России.

В силу этого особую важность приобретает кадровый менеджмент, основная задача которого – ориентация работников на достижение целей организации, получение от них максимальной отдачи [1].

Причины, по которым человек отдает работе максимум усилий, весьма разнообразны.

На производительность труда и удовлетворённость им основополагающее влияние оказывает мотивированность работника и желание достичь высоких результатов его трудовой деятельности [2].

Трудовая активность работника, может проявляться по-разному и приводить к разным результатам. Поведение работника можно обосновать одновременно несколькими мотивами, образующими мотивационное ядро, имеющее структуру [3].

Конструкция мотивационного механизма представляет собой динамическую систему взаимодействующих мотиваторов, направляющих поведение человека на достижение определённой цели, связанной с деятельностью.

Для каждой трудовой ситуации существует оптимальный уровень мотивационных воздействий, при котором эффективность выполнения работы является максимальной. Оптимум мотивации зависит и от трудности выполняемой задачи [4].

Мотивационная стратегия работника определяется с учетом стадии организационного развития, в которой находится компания [5].

Выбор оптимальных инструментов стимулирования персонала зависит от множества факторов. Прежде всего, от задач, специфических условий, характерных для различных предприятий, и в значительной мере от профессионализма сотрудников отделов персонала или кадровых служб.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Веснин В.Р. Управление персоналом. Теория и практика: учебник для вузов / В.Р. Веснин. – М.: Проспект , 2008. С. 12.

2. Гусева А.С., Ковалёва М.А. Акмеологические основы индивидуальной работы с персоналом / А.С. Гусева // Акмеология. – 2002. – № 3 (4). – С. 24–27.

3. Вилюнас В.К. Психологические механизмы мотивации человека / В.К. Вилюнас- М.: Наука, 1990. – С. 31-33.

4. Комарова Н.Н. Мотивация труда и повышение эффективности работы / Н.Н. Комарова // Человек и труд. – 1997. – № 10. – С. 17.

5. Прохорова М.В., Ким В.В. Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. – 2012. – № 1-1. – С. 363-369.

СУЩНОСТЬ ОРГАНИЗАЦИОННОЙ КУЛЬТУРЫ КАК ОДНО ИЗ ОСНОВНЫХ НАПРАВЛЕНИЙ РАЗВИТИЯ СОВРЕМЕННОЙ ОРГАНИЗАЦИОННОЙ ПСИХОЛОГИИ

Бредихина Е.И.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

На сегодняшний день одним из основных направлений развития организационной психологии является развитие организационной культуры.

В современной ситуации в России и в мире предприятие или организация является важнейшим социальным институтом наряду с семьей и школой. При этом сама организация формируется из различных составляющих, таких как социальные группы и взаимоотношения между ними, ценности, правила и нормы и т.д. Грамотное руководство организационной культурой влечет за собой множество преимуществ: повышает уровень вовлеченности и удовлетворенности сотрудников, мотивирует их к увеличению производительности труда и усиливает заинтересованность работников в достижении поставленных целей.

На данный момент времени существует множество вариантов толкования термина «организационная культура», это можно объяснить многообразием подходов к изучению этого явления. Западные авторы (Хиггинс-МакАллестер, Э. Шейн, М. Армстронг, О. С. Виханский, А. И. Наумов и др.) делают акцент на роли человека в организации, говоря о том, что внимание управленцев должно быть сосредоточено не только и не столько на технологиях и оборудовании, сколько на внутренней организационной культуре и сотрудниках. Отечественные авторы (В. Воронин, В. Козлов, В. Макарова, М. Павлова, И. Прокопенко, А. Пригожий, У. Чукаева) рассматривают ее в рамках перехода российской экономики к рыночным отношениям и выделяют облегчение процесса адаптации организации к изменяющимся внешним условиям.

Итак, с нашей точки зрения, организационная культура представляет собой наиболее важные предположения, принятые сотрудниками организации и выражается в заявленных в организации ценностях. Их основной целью является формирование ориентиров поведения и действий людей, которые в свою очередь передаются человеком путем использования символических духовных образов и организационного материального окружения.

Традиционно выделяют три уровня организационной культуры:

1. Артефакты. (Здесь вещи и явления легко обнаружить, но сложно правильно расшифровать и интерпретировать в рамках культуры одной определенной организации. Одной из наиболее отличительных особенностей «артефактного» уровня культуры в организации является сложность его интерпретации, несмотря на очевидность его внутреннего содержания.)

2. Провозглашаемые ценности. (Провозглашаемые ценности должны соответствовать внутренним ценностным координатам, для того, чтобы словесное выражение в форме принципов работы способствовало консолидации организации, при этом являясь средством самоидентификации, а также выражением её миссии.)

3. Базовые представления. (К ним относится абсолютно естественное, стандартное поведение, при котором любое отклонение от нормы приобретает вид неясного, непонятного действия.)

Уровень духовной развитости и общественного сознания, культурной и нравственной жизни общества во многом определяет ценности в рамках коллектива одной организации. При этом стоит отдельно выделить существование организационных идеалов, под которыми подразумеваются представления о том, как должен вести себя работник, его взаимоотношениях с другими коллегами. Говоря об общественных ценностях в организации, стоит отметить их влияние на формирование трудовой мотивации. Это связано с тем, что принятые в обществе идеалы и ценности влияют на формирование личностных ценностей, которые в свою очередь находят свое отражение в трудовом поведении и тем самым воздействуют на организационную культуру в целом.

При этом можно говорить о выполнении двух главных задач организационной культуры, таких как установление доверительных отношений и внутренней сплоченности коллектива в рамках одной организации, а также улучшение противодействия негативным факторам, возникших извне.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Виханский О.С. Менеджмент: человек, стратегия, организация, процесс / О.С. Виханский, А.И. Наумов. – М.: Гардарика, 1998.

2. Карла Ф. Фей. Организационная культура и эффективность: можно ли применить американскую теорию в России? / Ф.Фей Карла. – Стокгольм, 2003.

3. Магура М. Организационная культура как средство успешной реализации организационных изменений / М. Магура // Управление персоналом. – 2002. – № 1.

ТВОРЧЕСКОЕ НАЧАЛО В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ МЕНЕДЖЕРА

Буров Д.Д.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Менеджмент как специфическая форма деятельности людей выступает объектом отечественных и зарубежных исследований. Родоначальниками концепции менеджмента как специализированного вида деятельности, а также создателями образа менеджера как профессионала, обладающего специальным образованием, являются американцы. Сегодня и в России существует огромная сеть учебных заведений, готовящих профессиональных управляющих. Эффективность управления предприятием, фирмой сейчас во многом зависит от того, насколько руководитель знаком с теорией и принципами «науки управления». Однако существует точка зрения, что управление – это не только наука, но и искусство, потому что современный менеджмент опирается, как и всякое искусство, на творческое начало. И наиболее ярко оно проявляется в деятельности менеджера. Очень часто менеджер действует в условиях неопределенности, идет на риск, принимает решение в условиях альтернативного выбора и т.д. Творческие способности менеджера не могут быть простым результатом полученного им образования. Как заметил преподаватель Московской международной высшей школы бизнеса МИРБИС (бизнес-университет) Тимур Кармазин, «Большинство руководителей – это начальники от природы, а не от своих знаний» [1]. Отчасти можно согласиться с его высказыванием. В связи с этим имеет основание утверждение: менеджер - это не только профессия, но и призвание.

Подобная точка зрения в свое время была обоснована по отношению не к управленческой, а к политической и научной сферам деятельности М. Вебером. Широкую известность приобрели его статьи «Политика как призвание и профессия», «Наука как призвание и профессия».

Вузы являются создателями той массы менеджеров, которые считаются таковыми только лишь по формальному профессиональному признаку – получают диплом. Безусловно, среди студентов находятся и те, кто впоследствии становятся успешными руководителями процветающих фирм, обретают общественное признание, но таких немного. Это те из них, у кого профессия стала призванием. Большинство, как бы ни было прискорбно об этом говорить, вряд ли добьется огромных высот. Половина выпускников, вероятно, даже и по профессии своей работать не будет.

Призвание человека – это предоставленная ему возможность реализовать себя, свои творческие способности и дарования в той деятельности, которая наиболее созвучна его индивидуальности. Для эффективной работы менеджера творческие способности также необходимы, как и хорошее образование. Природа «поработала» над индивидуальными, творческими способностями людей по-разному и в разной степени, здесь есть ограничения, но они не носят характера окончательного приговора. В современной литературе предлагаются всевозможные методики по развитию творческих способностей, необходимых для успешной профессиональной деятельности. Немало полезных рекомендаций для становления менеджера содержит книга английских консультантов по управлению М. Вудкока и Д. Фрэнсиса «Раскрепощенный менеджер» [2]. Книга через тесты, задачи позволяет выявить свои сильные и слабые стороны, найти пути к самосовершенствованию. Авторы дают перечень ограничений личной эффективности (неумение управлять собой, смутные личные цели и ценности, недостаточность навыков решать проблемы и др.) и указывают пути их преодоления.

Еще об одной книге хотелось бы сказать, ее автор В.И. Андреев [3]. В книге говорится о том, что в условиях рынка менеджер является одной из основных фигур бизнеса, поэтому он должен обладать высокой квалификацией, иметь разносторонние знания и развивать в себе творческие качества. В книге даются советы и рекомендации, как оценивать, развивать способности и исправлять недостатки на пути овладения профессией менеджера.

Из всех качеств, которые должны быть присущи успешному менеджеру и которые отмечаются в литературе, хотелось бы указать на некоторые, с моей точки зрения, важные. Это, во-первых, умение распознавать проблемы там, где для других все ясно, видеть их на стадии зарождения, использовать адекватные способы их разрешения. Во-вторых, менеджеру должно быть свойственно системное видение объекта управления, его связи с другими объектами действительности. В-третьих, успех менеджеру обеспечивает его умение воспринимать,

понимать, принимать и использовать точки зрения, отличные от собственных или даже противоположные им. Есть и другие, необходимые качества, о которых пишут социологи, психологи, специалисты по управлению.

В заключении хотелось бы отметить, что по-настоящему хорошим менеджером можно стать, прикладывая для этого усилия. В определённый момент жизни молодой человек сам избирает свой путь и должен обладать сильной волей, чтобы достичь цели, преодолеть все препятствия на своем пути, должен доказывать свою состоятельность, даже когда никто в него не верит. И спустя какое-то время, когда человек добьется профессионального успеха, многие будут говорить – «Это его призвание…».

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Эффективный менеджер – профессия или призвание? – Режим доступа: https://www.prostoy.ru/1128.html

2. Вудкок М. Раскрепощенный менеджер. Для руководителя-практика: Пер. с англ. / М. Вудкок, Д. Фрэнсис. – М.: Дело, 1991. – 320 с. - Режим доступа: http://bookre.org/reader?file=594022

3. Андреев В.И. Саморазвитие менеджера / В.И. Андреев. – М.: Дело, 2014. – 275 с.

ИЗМЕНЕНИЕ ВНУТРЕННЕГО ПСИХОЛОГИЧЕСКОГО СОСТОЯНИЯ ТРЕВОЖНОСТИ ЛЮДЕЙ ПРИ СНИЖЕНИИ ВЕСА НА ПРИМЕРЕ МНОГОПРОФИЛЬНОГО МЕДИЦИНСКОГО ЦЕНТРА «VN – CLINIC»

Виноградов А.С.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Избыточный вес, распространенность которого достигает 30% в развитых экономических странах, является не только фактором риска для возникновения проблем со здоровьем, но и, нарушая приспособляемость к социальной среде, способствует дисфункции психической сферы, изменению внутреннего психологического состояния, а также появлению внутриличностных конфликтов. Являясь проблемой, которую трудно скрыть от окружающих, избыточный вес приводит к психологическому риску и возникновению внутриличностных конфликтов, обусловленных социальным давлением, вызванным существующими в обществе негативными установками по отношению к полным людям.

Особая распространенность обеспокоенности по поводу избыточного веса у людей связана не только с особенностями функционирования организма

(увеличение массы тела в период полового созревания, беременности, большого содержания жировой ткани и т.д.). Доминирующие в современной западной культуре стандарты красоты, в соответствии с которыми идеальной считается худощавая фигура, вызывает чувство неадекватности у людей, более или менее склонных к полноте. Этому в немалой степени способствуют средства массовой информации, которые не только пропагандируют стройность и различные способы похудания, но и гораздо чаще используют стройных в качестве сексуального объекта, что в еще большей степени подчеркивает более высокую значимость внешности. Поэтому изучение психологических особенностей людей с проблемами веса, а также изменение их внутреннего психологического состояния в настоящее время представляет особый интерес.

Гипотеза: уровень тревожности людей, снижающих вес, выше, чем у тех, кто хочет или уже снизили.

Ситуативно устойчивые проявления тревожности принято называть личностными и связывать с наличием у человека соответствующей личностной черты, так называемая «личностная тревожность». Это устойчивая индивидуальная характеристика, отражающая предрасположенность субъекта к тревоге и предполагающая наличие у него тенденции воспринимать достаточно широкий «веер» ситуаций как угрожающий, отвечая на каждую из них определенной реакцией.

Ситуативно изменчивые проявления тревожности именуют ситуативными, а особенность личности проявляющей такого рода тревожность, обозначают как «ситуационная тревожность» [1]. Это состояние характеризуется субъективно переживаемыми эмоциями: напряжением, беспокойством, озабоченностью, нервозностью.

Мною было проведено исследование уровня тревожности на основе методики Чарльза Спилбергера-Ханина, где есть 2 опросника для определения личностной тревожности и для оценки ситуационной (реактивной) тревожности [2].

Исследование проводилось на базе нижегородской организации многопрофильный медицинский центр «VN-Clinic «. Экспериментальные группы, в количестве трех, состояли из 10 человек в каждой. Это были группы клиентов центра, желающих снизить вес, уже снижающих, и тех, кто уже снизил вес. Если определить уровни тревожности количественными показателями как (низкая – 1, умеренная – 2, высокая – 3 и разделить полученный результат на количество тестируемых, вычисляя по формуле $\sum=(N*Q1)/Q2$, где N – показатель тре-

вожности, Q1 – количество людей по данному показателю, Q2 – общее количество людей в одной группе, то получаются следующие показатели.

У группы, желающих снизить вес, уровень как ситуативной, так и личностной тревожности остается в пределах умеренного показателя (∑=1.2 – ситуативная, ∑=1.4 – личностная). У группы снижающих вес личностная тревожность увеличивается и переходит в ранг высокой (∑=1.8), а ситуативная остается также умеренной (∑=1.6), но чуть выше, чем у группы желающих снизить вес (∑=1.4). У группы уже снизивших вес ситуативная тревожность преобладает в ранге умеренной (∑=1.4) и снижается в сравнении с теми, кто снижает вес (∑=1.6), а личностная тревожность также повышена (∑=1.2), но менее выражена, чем у предыдущей группы (∑=1.8).

Анализируя результаты данной методики (Ч. Спилбиргера) мы видим, что уровень тревожности как ситуационной, так и личностной преобладает на умеренном уровне у группы желающих снизить вес. Люди осознанно и обдуманно идут на этот шаг (снизить вес), веря в результативность метода (Вес-Норма) и проанализировав полученные отзывы.

На стадии снижения веса показатели группы на порядок меняются. Ситуативная тревожность остается на том же уровне умеренности, а вот личностная тревожность возрастает. Происходит серьезная психологическая работа клиентов, тенденция воспринимать широкий круг ситуаций как угрожающий увеличивается («а смогу ли я это сделать?»), огромное влияние может оказывать обстановка в доме и реакция близких и родственников, множество провоцирующих на данном этапе ситуаций, в том числе «пищевых» и т.д.

Аналогичная картина видна и у группы уже снизивших вес. Ситуация тревожности на умеренном уровне, а личностная снова выше. Человек, с трудом и упорством достигший результата (снижение веса), может переживать за сохранность наработанного («какой я была и какой стала»). Постоянно поддерживать достигнутый уровень также требует личностного и психологического напряжения.

Делая вывод из вышеизложенного, можно сказать, что гипотеза подтверждена, но частично. Уровень тревожности людей, снижающих вес, выше, чем у тех, кто хочет снизить или уже снизили, в показателях личностной тревожности, которые аналогичны показателям группы снизивших вес, но тем не менее на порядок выше. Личностная тревожность – это устойчивая индивидуальная характеристика, отражающая предрасположенность человека к тревоге и предполагающая наличие у него тенденции воспринимать достаточно широкий спектр ситуаций как угрожающие, отвечая на каждую из них определенной ре-

акцией. Как предрасположенность, личная тревожность активизируется при восприятии определенных стимулов, расцениваемых человеком как опасные для самооценки, самоуважения.

Необходимо научиться улавливать и понимать сигналы тела, быть к ним внимательными. Признать наличие тревоги очень важно. Приручение собственного беспокойства требует реальной работы над собой. Цель состоит в том, чтобы выбрать жизнь, а не страдания. Не бояться жизни, не позволить страхам и тревогам раздавить себя. Приручение тревожности требует большого личного участия. Самоанализ может быть долгим и сложным, но это необходимо. Лицам с высокой оценкой тревожности следует формировать чувство уверенности и успеха[3]. Им необходимо смещать акцент с внешней требовательности, категоричности, высокой значимости в постановке задач на содержательное осмысление деятельности и научиться разбивать большие задачи на более мелкие.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Батаршев А.В. Базовые психологические свойства и самоопределение личности: Практическое руководство по психологической диагностике / А.В. Батаршев. – СПб. : Речь, 2005. С. 44−49.
2. http://vsetesti.ru/228/ (дата обращения: 14.11.2016)
3. Родина Н. Преодоление и снятие тревожности: рекомендации [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://bodycamp.ru/wiki/psychology/preodolenie-i-snyatie-trevozhnosti-rekomendatsii/

ДИНАМИКА ОБРАЗА БУДУЩЕЙ РОЛИ ОТЦА У СТУДЕНТОВ ННГУ ИМ. Н.И. ЛОБАЧЕВСКОГО

Волкова Д.С.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Актуальность исследования обусловлена тем, что образ будущей роли отца влияет на то, как именно будут реализовываться родительские функции, а также на развитие будущих отношений отца с ребенком. Влияние отца на ребенка необходимо для его полноценного развития, формирования его будущей родительской роли и системы моральных ценностей.

Структура родительской семьи определяет степень готовности к родительству, что очень важно в условиях кризиса семьи и демографического кризиса в современном российском обществе [4].

Современные исследования семейных ролей говорят о том, что есть тенденция к узости представлений о своей будущей родительской роли у молодежи вместе с недостаточной готовностью к родительству [1, 2].

При этом современные исследователи, занимающиеся вопросами семейных отношений, отмечают, что феномен отцовства является менее разработанной темой по сравнению с материнством [3].

Образ будущей роли отца упоминается реже не только в научном сообществе, но и в других социальных институтах. Так, если мы обратимся к истории искусств, то увидим такие картины как: «Мадонна Литта» известного итальянского художника Леонардо да Винчи, «Мадонна и дитя» Тицианна Вечеллио и множество икон Пресвятой Богородицы, что говорит о том, что образ матери упоминается уже в 12-14 веке, если же говорить об образе отца, то он гораздо позже встречается в искусстве.

Цель – выявить динамику будущей роли отца у студентов ННГУ им. Н.И. Лобачевского.

Задачи:

1. Определить понятия «отцовство» и «образ будущей роли отца».
2. Выявить представления о будущей родительской роли у студентов ННГУ им. Н.И. Лобачевского.
3. Сравнить представления об образе будущей роли отца у студентов ННГУ им. Н.И. Лобачевского.

Методологическое обоснование работы составляют концепции ролевого взаимодействия в семье и возрастной периодизации. Западные концепции нам не подходят, так как мы изучаем российских студентов, поэтому мы основываемся на концепции ролевого детско-родительского взаимодействия Е.Н. Васильевой и А.В. Орлова и используем в работе разработанную ими методику «Социальные семейные роли» (вариант «Мои будущие роли»). Кроме этого, для своего исследования мы используем концепцию возрастной периодизации Л.С. Выготского. Из концепций возрастной периодизации современных авторов мы используем возрастную периодизацию Б.Н. Рыжова.

Новизна исследования заключается в том, что образ будущей роли отца у студентов исследуется впервые, а также в том, что используемая нами методика для изучения будущей роли отца у студентов используется впервые.

Для исследования динамики представлений о будущей родительской роли нами разработана выборка (см. табл. 1), где мы выбрали студентов разных курсов обучения, а именно: 1 курс, 3 курс и 5 курс, потому что нам необходимо выявить представления о будущей родительской роли у студентов разных возрастов.

Таблица 1 – Выборка исследования динамики образа будущей роли отца

Пол	**Возраст**	**Образование**	**Дети**
Мужчины	17-23	1 курс ВУЗа	Нет
		3 курс ВУЗа	
		5 курс ВУЗа	

Научная гипотеза, выдвинутая нами в работе, звучит следующим образом: существуют достоверные отличия между студентами разных возрастов по специфике будущей родительской роли.

Практическая ценность данного исследования заключается в том, что динамика представлений о будущей родительской роли может использоваться специалистами, занимающимися подготовкой молодежи к своей будущей родительской роли, а именно: преподавателями ВУЗов, организующими консультации по вопросам семьи и родительства, практикующими психологами, консультирующими молодые пары, а также всеми специалистами, интересующимися вопросами семьи и родительства.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Овчарова Р.В. Влияние структуры родительской семьи на психологическую готовность к юношей к отцовству / Р.В. Овчарова, Н.А. Демчук // II Межрегиональная конференция «Вызовы эпхи в аспекте психологической и психотерапевтической науки и практики». – Казань, 2006.
2. Овчарова Р.В. Научные предпосылки к анализу проблемы отцовства как воспитательной деятельности / Р.В. Овчарова, Ю.А. Токарева // Наука и образование Зауралья. – Курган, 2005. - № 1.
3. Калина О.Г. Значение отца для развития ребенка (на материале зарубежных исследований) / О.Г. Калина, А.Б. Холмогорова // Семейная психология и семейная терапия. 2006. № 1. С. 87–99.
4. Эксперты прогнозируют резкое снижение рождаемости в России в ближайшие годы. ИТАР-ТАСС (6 сентября 2015 года).

ВЛИЯНИЕ ПСИХОЛОГИЧЕСКИХ ОСОБЕННОСТЕЙ ЗАМУЖНИХ

И НЕЗАМУЖНИХ ЖЕНЩИН НА КАРЬЕРНЫЙ РОСТ НА ПРИМЕРЕ АО ФНЦП «Х»

Гапцова О.А.
Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Актуальность проблемы влияния психологических особенностей замужних и незамужних женщин на их карьерный рост обусловлена тем, что в связи с глобальной модернизацией российского общества, системы духовных ориентиров и изменения положения женщин произошли изменения в психическом мире современной женщины. В настоящее время достаточно распространенным является взгляд, что домашний труд и выполнение роли «хранительницы семьи и домашнего очага» являются непрестижными. В настоящее время считается, что работающая женщина обладает рядом преимуществ. Причем не столько даже материальных, но также и психологических [1].

В данном исследовании попытались подтвердить или опровергнуть гипотезу о том, что замужняя женщина либо не работает, либо пассивна на работе, т.к. её активность размещена в пространстве семьи, соответственно не наблюдается карьерного роста, а незамужняя женщина активна на работе, т.к. это основная сфера применения её активности из-за отсутствия семьи, поэтому наблюдается карьерный рост.

Соответственно целью данного исследования стало выявление зависимости или её отсутствия влияния психологических особенностей замужних и незамужних женщин на их карьерный рост.

В качестве показателей оценки карьерного роста и психологических особенностей женщин были приняты терминальные ценности, карьерные ценности и собственное восприятие [3].

В связи с этим для исследования были выбраны три методики:

- опросник терминальных ценностей И.Г. Сенина – для выявления ценностных ориентаций и значимости разных жизненных сфер;
- опросник «Якоря карьеры» Э. Шейна – для выявления карьерных ориентаций;
- тест «Кто Я?» М. Куна и Т. Макпартленда – для выявления доли семейных и профессиональных ролей в самоописаниях испытуемых [2].

Исследование проводилось на одном из ведущих предприятий России: Нижегородском НИИ «Х», которое является предприятием по разработке и производству радиолокационной техники. Данное предприятие характеризуется

высокой численностью кадров (около 4000 человек) и многоуровневой структурой подчинения. Соответственно, на данном предприятии большое количество женщин с разным семейным статусом и уровнем карьерного роста. В исследовании приняли участие 60 женщин в возрасте от 30 до 45 лет: из них 30 – замужние, 30 – незамужние, работающие по специальностям: бухгалтера, экономисты, инженеры, юристы, секретари и прочий административный персонал.

Основная обработка эмпирических данных сводилась к анализу различий выраженности исследованных показателей между выборками замужних и незамужних женщин, а также к анализу порядка распределения средних значений показателей жизненных сфер, ценностей и 24 карьерных ориентаций от наиболее к наименее предпочитаемым внутри выборок.

По оценкам степени важности жизненных сфер наибольшие различия касаются показателей семейной сферы. У замужних женщин эти показатели не только значительно выше, чем у незамужних, но и занимают первое место в иерархии жизненных сфер. Незамужние ставят семейную сферу на последнее место, ее показатели значимо ниже таковых в выборке незамужних.

В выборке незамужних женщин средние значения предпочтений всех жизненных сфер, кроме семейной, практически на одном уровне. Это значит, что общая тенденция в их предпочтении не выявляется.

В выборке замужних женщин различия средних значений оценок предпочтения жизненных сфер более ярко выражены. Предпочитаемые сферы – семейная и увлечения.

С точки зрения показателей терминальных ценностей выборки наиболее различаются по большей ориентации незамужних женщин на собственный престиж, достижения, духовное удовлетворение и сохранение собственной индивидуальности, а замужних – на высокое материальное положение.

В карьере замужние женщины более ориентированы на стабильность и профессиональную компетентность. Вероятно, профессиональная компетентность рассматривается ими как путь к достижению стабильности (быть хорошим и ценным специалистом, следовательно, прочно занять место в организации). Для незамужних стабильность менее важна, что логично дополняется более высоким стремлением к автономии – свободе и независимости.

Соотношение семейных, профессиональных ролей и остальных определений себя показывает, что у замужних женщин значимость профессиональной роли не уходит, однако к ней добавляются расширившиеся семейные роли. Это – свидетельство того, что замужние женщины не отказываются от самореализации в профессиональной сфере.

Таким образом, результаты исследования подтверждают, что вступление женщины в брак оказывает влияние на карьерные и ценностные ориентации современных женщин. Эти изменения связаны с согласованием самореализации в семье и в профессии, с повышением важности ценностей и потребностей семьи (в частности, материальных), со снижением значимости индивидуалистических ценностей, с компенсацией изменений социальной активности через самореализацию в области увлечений.

На основании этого можно сделать вывод о том, что поставленная гипотеза не подтверждается, так как замужняя женщина не пассивна на работе, а совмещает профессиональные и семейные функции, наблюдается карьерный рост со стремлением достижения профессиональной компетентности, а незамужняя женщина активна на работе, наблюдается карьерный рост со стремлением достижения свободы, автономии и независимости.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Алешина Ю.Е. Ролевой конфликт работающей женщины / Ю.Е. Алешина, Е.В. Лекторская // Вопросы психологии. – 2014. - № 5. - С.80-88.
2. Гурьянова А.П. Особенности ценностных и карьерных ориентаций замужних и незамужних женщин / А.П. Гурьянова, А.М. Шевелева // Профессиональные представления, 2016. - №8. – С. 18-25.
3. Шнейдер Л.Б. Профессиональная идентичность: теория, эксперимент, тренинг: учеб. пособие / Л.Б. Шнейдер. – М.: Изд-во Моск. психол.-соц. ин-та, 2014. – 330 с.

ЭТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

Гарнова Я.Ю.
Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Предпринимательство является одним из важнейших, динамичных и эффективных двигателей экономики. Именно благодаря предпринимателям создаются рабочие места, в производство внедряются новые технологии, которые заменяют старые; растет конкурентоспособность предприятий на рынке, которая нередко ведёт к повышению уровня жизни общества. Цивилизованный предприниматель осуществляет свою деятельность в соответствии с нормами деловой культуры, которая является особым регулятором межличностных и деловых отношений. В культуру предпринимательства входит соблюдение этико-правовых норм во взаимоотношениях с партнерами и внутри фирмы. К ним

можно отнести добросовестное соблюдение обязательств перед партнёрами, соблюдение условий, норм и принципов договора, доверие и уважение к партнеру. Именно деловая культура предпринимателя является фундаментом для формирования этики предпринимательства.

Под этикой предпринимателя понимают нормы поведения, соответствие стиля работы и социального облика предпринимателя общепринятым требованиям современного культурного общества. Этика предпринимательства важна как для отдельно взятой компании, так и для общества в целом. Соблюдение этических норм и правил создаёт благоприятные долгосрочные перспективы, формирует позитивный имидж фирмы, развивает корпоративную культуру. Этика хозяйственной деятельности рассматривает этические аспекты деятельности таких экономических единиц, как индивид, малая социальная группа, организация, корпорация и интегрирует их ценностно-нормативные стороны в жизнь социума. Хотелось бы обратить внимание на основные составляющие этики предпринимателя, где важнейшими компонентами процесса становления деловой этики бизнесмена, на наш взгляд, являются этические и моральные нормы, выстраивание отношений с конкурентами, честность и порядочность, справедливость, реализация предпринимателем собственного «я», своих индивидуально-личностных характеристик в этой деятельности. Эти основные элементы деловой культуры предпринимательства неразрывно связаны между собой.

Необходимым условием для осуществления предпринимательской деятельности является рыночная экономическая система – среда функционирования предпринимателя. Рынок – это не просто место купли-продажи товаров, услуг или продуктов, не просто совокупность производителей и покупателей, а прежде всего это особая психология. Рыночная среда влияет на эффективность производства, побуждает производителей повышать качество товаров и услуг. Одним из важнейших компонентов этики предпринимателя является выстраивание отношений с конкурентами. Этот процесс включает в себя такие принципы, как соблюдение законов рыночной конкуренции, уважительное отношение к своим соперникам, признание самой конкуренции и осознание всех положительных моментов сотрудничества. Конкуренция обеспечивает выживание прежде всего тем, кто умеет трудиться в соответствии с высшими, лучшими достижениями профессиональной трудовой культуры, от чего выигрывает и все общество в целом, так как повышается уровень жизни людей. В настоящие время российская конкуренция находится на этапе становления. И именно поэтому в ней ещё сохраняются частые нарушения этических норм и принципов.

К таким нарушениям можно отнести использование чужих товарных знаков для маркировки своей продукции, злоупотребление господствующими позициями на рынке, преднамеренный срыв сделок и соглашений, вымогательство и многое другое.

Рассмотрим историю возникновения и развития деловой этики, ее сущность для осознания природы этики предпринимательства. Купцы, торговцы, ремесленники представляли прототип современного предпринимателя. Зачастую, будучи собственниками, они сами трудились на своих заводах, мануфактурах и фабриках. Их деятельность осуществлялась по честным правилам, сделки совершались без каких-либо заверенных документов: купцы просто ударяли по рукам, «купеческое слово» являлось законом: если не сдержал его – теряешь репутацию и своё место в обществе. Уже с середины 16 века появляются акционерные общества; первые акционерные компании возникают в сфере международной торговли, а уже в конце 17 века возникают первые акционерные банки. В этот период распадаются крупные семейные фирмы на сотни мелких компаний. Именно в этот момент все больше расширяется пропасть между большим и малым бизнесом. После окончания Первой мировой войны были национализированы все крупные предприятия, государство присваивает имущество всех частных предпринимателей. Предпринимательство в России существует с давних времён, зародилось оно ещё в Киевской Руси в торговой форме и в виде промыслов. В 90-е годы в нашей стране окончательно сложилась индустриальная база предпринимательства. Именно в этот момент предприниматель формируется как собственник, хотя влияние государства остается значительным. Этика современного российского предпринимательства отстаёт от развития деловой этики на Западе. Для преодоления этой разницы нам следует соблюдать правила честной конкуренции и торговли, осознать, что получение максимальной прибыли не должно осуществляться за счёт разрушения окружающей среды. «Слово бизнесмена» должно ассоциироваться с абсолютной гарантией таких обязательств, как верность своему слову, выполнение своих обязательств, а также условий договора. Предприниматели России должны научиться вести доверительные отношения, создать бизнес-атмосферу, в которой было бы комфортно любым субъектам бизнеса, включая иностранных представителей.

Рассмотрев этапы развития деловой этики в России, хотелось бы обратить внимание на уровень деловой культуры предпринимательства в настоящее время. С моей точки зрения, можно выделить три основные проблемы культурно-этической стороны российского предпринимательства:

- проблема нарушения деловых обязательств, связанная с несоблюдением норм морали и предпринимательской этики;

- применение силовых действий, угроз и вымогательств в деловых взаимоотношениях, связанное с неэффективностью законодательного и с субъективностью судебных решений, а также с развитием криминального, теневого бизнеса, рэкета и организованного насилия в предпринимательстве;

- рост чиновнических вымогательств и создание искусственных преград для предпринимателей, преодоление которых возможно только через уплату взяток.

Деловая этика современного российского бизнеса – это основополагающие правила, без которых невозможно дальнейшее цивилизованное существование предпринимательской деятельности. Хотелось бы обратить ваше внимание на постулаты профессиональной этики современного предпринимателя. Цивилизованный предприниматель:

- относится к бизнесу как к творчеству;

- уважает себя как личность, а любую личность – как себя. Этот принцип особо актуален при наличии конкуренции;

- терпим к недостаткам других людей;

- соблюдает честные правила конкуренции, принимает ее, осознаёт все плюсы сотрудничества;

- никогда не прибегает к унижению, ущемлению прав и свобод других участников рыночных отношений.

Предпринимательская этика в России напрямую связана с культурно-этическими традициями, преобладающими в стране. Не всегда мы наблюдаем достаточный уровень деловой культуры предпринимательства в России, что указывает на культурно-этическую отсталость некоторых предпринимателей. Для того чтобы данная ситуация изменилась в лучшую сторону, необходимы существенные изменения не только в экономической культуре, но и в сфере государственного регулирования предпринимательской деятельности. Необходимо создать такую культурно-этическую базу, которая ориентировала бы предпринимателей не только на удовлетворение своих потребностей и определенной группы людей, но и на обеспечение долгосрочного благосостояния российского общества в целом.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Горнфинкель, В.Я. Малый бизнес: учеб. пособие. / В.Я. Горнфинкель . – М.: Кно-Рус, 2011. – 336 с.

2. Полетаев, В.Э. Государство и бизнес в России: инновации и перспективы: Монография / В.Э. Полетаев. – М.: Инфра-М, 2010. – 282 с.

3. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: http://www.aup.ru/books/m71/1_6.htm (дата обращения 20.10.2016).

4. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: http://web.snauka.ru/issues/2013/12/30352 (дата обращения 20.10.2016).

5. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: https://ru.m.wikipedia.org/wiki/Предпринимательство (дата обращения 20.10.2016).

ОСОБЕННОСТИ КОММУНИКАТИВНОЙ ТОЛЕРАНТНОСТИ В СТУДЕНЧЕСКОЙ ГРУППЕ

Горячева Е.А.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Коммуникативная толерантность, по мнению В.В. Бойко [1], является собирательной стержневой характеристикой личности, поскольку с ней согласуются и образуют некое психологическое единство многие другие качества индивида, в первую очередь, нравственные, характерологические и интеллектуальные. Поэтому данная личностная черта оказывает влияние на деятельность человека в различных сферах жизни.

В настоящей статье проблема коммуникативной толерантности рассмотрена на примере студенческой группы – магистрантов 2 курса направления «Психология» Института экономики и предпринимательства Нижегородского государственного университета им. Н.И. Лобачевского. Предполагаем, что коммуникативная толерантность способствует созданию благоприятного психологического климата в студенческой группе, который, в свою очередь, положительно влияет на учебный процесс. Коммуникативная толерантность рассматривается нами в качестве важнейшей профессиональной компетенции психологов.

Проведенное исследование было направлено на проверку гипотезы о том, что студенты-психологи дифференцируются по уровню сформированности коммуникативной толерантности в зависимости от пола и возраста. Также проверялась гипотеза, согласно которой наличие детей, мужа или жены, братьев и

сестер делает человека более толерантным. Помимо этого исследовалось предположение о влиянии личностных особенностей человека (умения слушать и сдержанности) на способность наладить отношения с собеседником.

Для определения уровня сформированности коммуникативной толерантности использовались методика «Агрессивное поведение» [2], тест «Взаимоотношения с собеседником» [3] и «Умение слушать» [4]. Опираясь на эти методики, мы предполагаем, что о нормальном уровне коммуникативной толерантности свидетельствует умение проявлять сдержанность при взаимодействии с другими людьми (нормой считается менее 20 баллов), умение наладить взаимоотношения с собеседником (нормой считается 21 балл и более), а также умение слушать собеседника (нормой считается 62 балла и более). О низком уровне коммуникативной толерантности можно говорить, когда вышеуказанные качества у человека не выражены или отсутствуют.

В ходе исследования студентам магистратуры также нужно было ответить на вопрос о степени удовлетворенности существующими межличностными взаимоотношениями в группе, а также о том, что необходимо (если необходимо) улучшить в этих взаимоотношениях.

Исследование было проведено в ноябре 2015 года. В опросе и тестировании приняло участие 12 человек, из них 83% – женщины и 17% – мужчины. Возраст опрошенных находится в диапазоне от 20 до 55 лет.

Исследование показало, что умение слушать развито в группе студентов выше нормы, при этом у мужчин больше, чем у женщин (рис.1). Развитое умение слушать может быть обусловлено как личностными особенностями, так и сферой профессиональной деятельности студентов-мужчин.

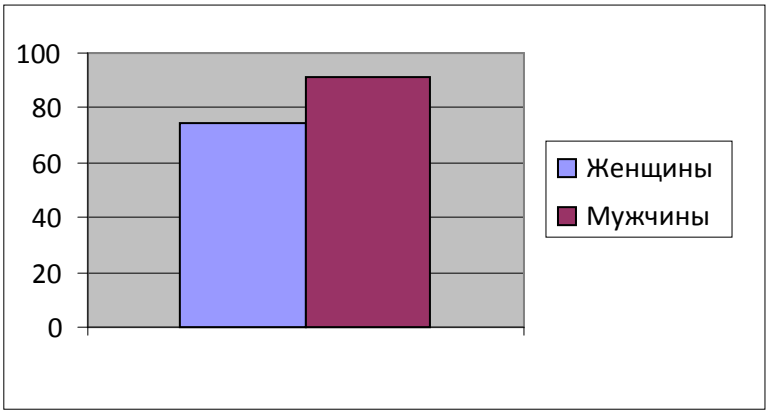


Рис. 1 – Умение слушать собеседника в зависимости от пола (в баллах)

Уровень несдержанности (агрессии) в группе студентов находится в пределах нормы, при этом у мужчин отмечается более высокий уровень агрессии, чем у женщин (рис. 2).

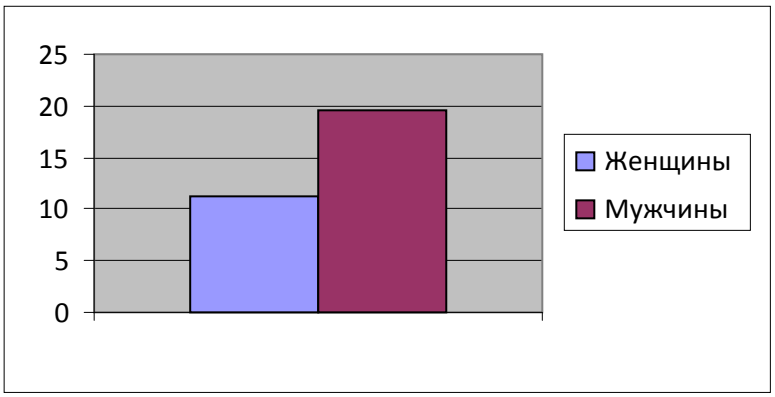


Рис. *2* – Уровень несдержанности при взаимодействии с другими людьми в зависимости от пола (в баллах)

Исследование подтвердило общепринятое представление о том, что мужчины в среднем более агрессивны, чем женщины. Гендерные различия в агрессии могут быть связаны как с биологическими факторами, так и с социальными ролями. В большинстве культур ожидается, что мужчины должны вести себя более агрессивно, чем женщины.

Умение наладить взаимоотношения с собеседниками в группе студентов находятся в пределах нормы и развито у студентов-мужчин и студентов-женщин примерно на одном уровне (средний показатель равняется 23 и 22 баллам, соответственно), при этом женщины продемонстрировали несколько меньшую способность к взаимной поддержке и большую конфликтность, чем мужчины.

Таким образом, при выявленном в целом нормальном уровне коммуникативной толерантности у мужчин уровень несдержанности (склонности к агрессивному поведению) при взаимодействии с другими людьми составил 20 бал-

лов и оказался на верхней границе нормативного уровня (норма – менее 20 баллов).

В ходе исследования было установлено, что уровень коммуникативной толерантности зависит от возраста студентов. Поскольку все студенты-мужчины относятся к возрастной категории от 30 до 39 лет, исследование проведено отдельно для женщин, возраст которых находится в диапазоне от 20 до 55 лет (рис. 3, 4).

Умение слушать собеседника в группе студентов-женщин варьируется в зависимости от возраста: наиболее развито в возрасте от 30 до 39 лет, а наименее – от 50 до 59 лет. Общий уровень умения слушать выше нормы.

Самыми несдержанными являются женщины в молодом возрасте (от 20 до 29 лет), а самыми сдержанными – в возрасте от 50 до 59 лет. При этом общий уровень несдержанности в студенческой группе в пределах нормы (рис. 3).

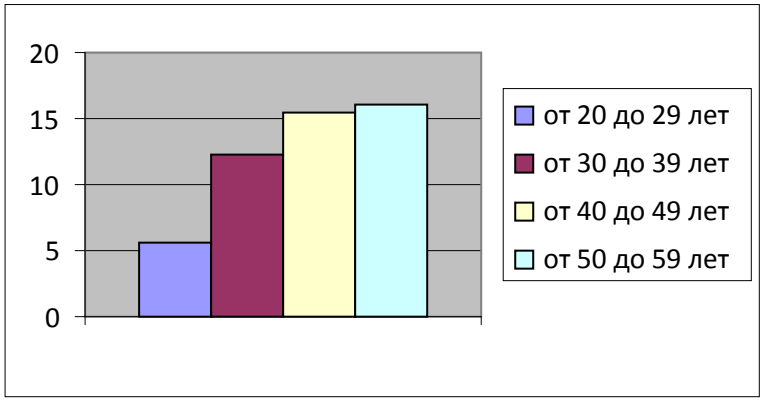


Рис. 3 – Уровень несдержанности в группе женщин в зависимости от возраста (в баллах)

Умение наладить взаимоотношения с собеседниками в группе студентов-женщин также меняется с возрастом. Женщины в возрасте от 20 до 29 лет показали меньшую способность к взаимной поддержке, слаженности в общении и большую конфликтность, чем в возрасте от 50 до 59 лет (рис.4).

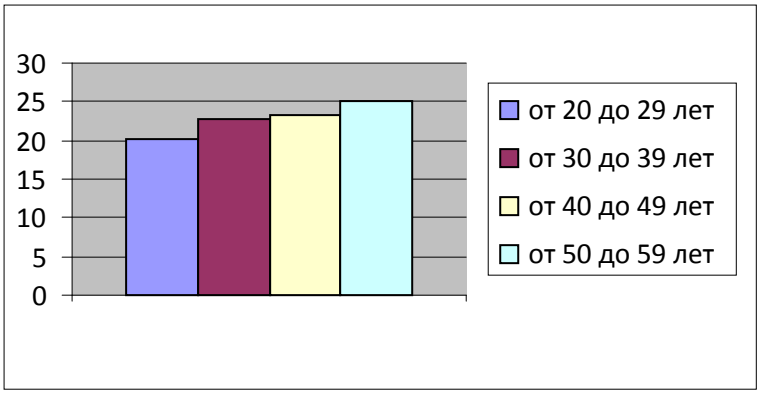


Рис. 4 – Умение наладить взаимоотношения с собеседником в группе женщин в зависимости от возраста (в баллах)

Мы видим, что у студентов-женщин 20-29 лет уровень развитости умения наладить взаимоотношения с другими людьми составляет 20 баллов, что несколько ниже нормативного (норма – 21 балл и выше). Большая степень развитости умения наладить отношения с другими людьми у женщин старшего возраста может быть объяснена накопленным жизненным опытом, связанным с пониманием, что толерантные модели взаимодействия являются более эффективными.

Анализ показал, что несдержанность при взаимодействии с другими людьми в меньшей степени демонстрируют опрошенные, состоящие в браке и имеющие братьев и сестер. Однако наличие детей отрицательным образом сказывается на этой составляющей коммуникативной толерантности: уровень несдержанности у бездетных ниже (9,7 балла), чем у имеющих детей (16,8 балла). Умение слушать больше развито у опрошенных, состоящих в браке (88 балла) в сравнении с теми, кто в браке не состоит (71,8 балла). Тогда как наличие детей, братьев и сестер практически не влияет на это умение (у имеющих детей – 76,4 балла, братьев и сестер – 76,5 балла, бездетных – 77,7 балла и у не имеющих братьев и сестер – 78,5 балла). Наконец, умение наладить отношения развито выше у студентов, которые имеют одного или более детей, братьев или сестер, а также состоящих в браке.

Исследование также показало, что личностные особенности студентов, такие как «умение слушать» и «склонность к агрессии», оказывают влияние на успешность коммуникативного взаимодействия в группе. Таким образом, все три гипотезы исследования в целом подтвердились.

В ходе анкетирования большинство студентов (67%) оценили существующие межличностные отношения в группе на высоком уровне, а каждый третий (33%) отметил, что отношения в группе их скорее удовлетворяют. Тем не менее студенты отметили необходимость улучшения взаимоотношений за счет

введения в практику общения совместных неформальных мероприятий и уменьшения излишней суеты, повышенной тревожности, а также принятия друг друга.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Бойко В. В. Энергия эмоций в общении: взгляд на себя и на других / В.В. Бойко. – М.: «Филинъ», 1996. – 472с.

2. Методика «Агрессивное поведение» (Е.П. Ильин, П.А. Ковалев) // Карелин А. Большая энциклопедия психологических тестов. – С. 614-616. [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.psylist.net/praktikum/ 00322.htm

3. Тест «Взаимоотношения с собеседником». [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://azps.ru/tests/stest/sobesednik.html

4. Тест «Умение слушать». [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://azps.ru/tests/stest/listen.html

ИССЛЕДОВАНИЕ СИНДРОМА ЭМОЦИОНАЛЬНОГО ВЫГОРАНИЯ У РАБОТНИКОВ БАНКОВСКОЙ СФЕРЫ

Горячева Е.А.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Синдром эмоционального выгорания – это специфический вид профессиональной деформации лиц, вынужденных во время выполнения своих обязанностей тесно общаться с людьми. Термин «эмоциональное выгорание» был предложен американским психиатром Г. Фрейденбергером в 1974 г.

Профессиональная деятельность может оказывать негативное влияние на личность. Человек начинает испытывать чувство внутренней эмоциональной опустошённости вследствие необходимости постоянных контактов с другими людьми.

Банковским работникам, как и другим специалистам, работающим в системе «человек - человек», присущ синдром эмоционального выгорания, который проявляется как состояние эмоционального, когнитивного и физического истощения, вызванного длительной перегрузкой в ходе интенсивного межличностного взаимодействия при работе с людьми.

В сфере банковской деятельности присутствуют разнообразные факторы, которые могут оказывать негативное влияние не только на самих работников, их деятельность и самочувствие, но и на тех, кто находится рядом с ними. По-

этому актуальными являются исследования, в рамках которых ведется разработка методик по профилактике выгорания у банковских работников.

Кроме того, актуальность данной проблемы обусловлена недостаточной теоретической проработкой вопроса возникновения синдрома эмоционального выгорания у работников банковской сферы.

Исследование синдрома эмоционального выгорания проводилось на базе головного офиса ПАО «НБД-Банк». В исследовании участвовало 30 человек (100%), из них 20 женщин (67%) и 10 мужчин (33%). Возраст участников исследования составил от 36 до 56 лет, что соответствует возрастному составу работников банка в целом.

Для исследования структуры эмоционального выгорания у работников банка в данной работе использовался опросник на выгорание (MBI) К. Маслач и С. Джексон в адаптации Н.Е. Водопьяновой [1].

Модель синдрома эмоционального выгорания включает в себя такие компоненты, как эмоциональное истощение (максимальная сумма баллов 54), деперсонализация (максимальная сумма баллов 30), редукция личных достижений (максимальная сумма баллов 48).

О тяжести «выгорания» в целом можно судить по сумме баллов всех шкал (132 балла).

В ходе исследования синдрома эмоционального выгорания у работников ПАО «НБД-Банк» были получены следующие результаты.

Анализ выгорания по компоненту «эмоциональное истощение» показал, что у 18 исследуемых (60%) низкая степень эмоционального истощения, у 10 работников (33%) средняя степень, у 2 работников (7%) высокая степень эмоционального истощения.

В целом по компоненту эмоциональное истощение установлена низкая степень выраженности выгорания.

Анализ выгорания по компоненту «деперсонализация» показал, что у 22 исследуемых (74%) низкая степень деперсонализации, у 7 работников (23%) средняя степень, а у 1 работника (3%) была определена высокая степень деперсонализации.

Степень выраженности выгорания по компоненту «деперсонализация» в целом также была определена как низкая.

Анализ выгорания по компоненту «редукция личных достижений» показал, что у 1 работника (3%) низкая степень редукции личных достижений, у 17 работников (57%) средняя степень, у 12 работников (40%) высокая степень ре-

дукции личных достижений. Степень выраженности выгорания по компоненту «редукция личных достижений» была в целом выше средней.

Общая степень эмоционального выгорания работников банка была определена на основании суммарного показателя, рассчитанного по результатам опросника на выгорание (MBI) (рис. 1).

Исследование показало, что у 5 работников (17%) эмоциональное выгорание слабо выражено, у 1 работника (3% от выборки) была установлена высокая степень эмоционального выгорания. При этом значительная часть исследуемых в количестве 24 человек (80%) подвержена эмоциональному выгоранию в средней степени. Таким образом, степень выраженности эмоционального выгорания работников банка можно в целом можно определить как среднюю.

Рис. 1 – Степень эмоционального выгорания у работников банка

Проведено исследование зависимости синдрома эмоционального выгорания от пола работников. Коэффициент корреляции Пирсона составил – 0,164. Корреляционная связь по шкале Чеддока определена как отрицательная и очень слабая (рис. 2).

Можно сделать вывод, что в целом степень эмоционального выгорания практически не зависит от пола.

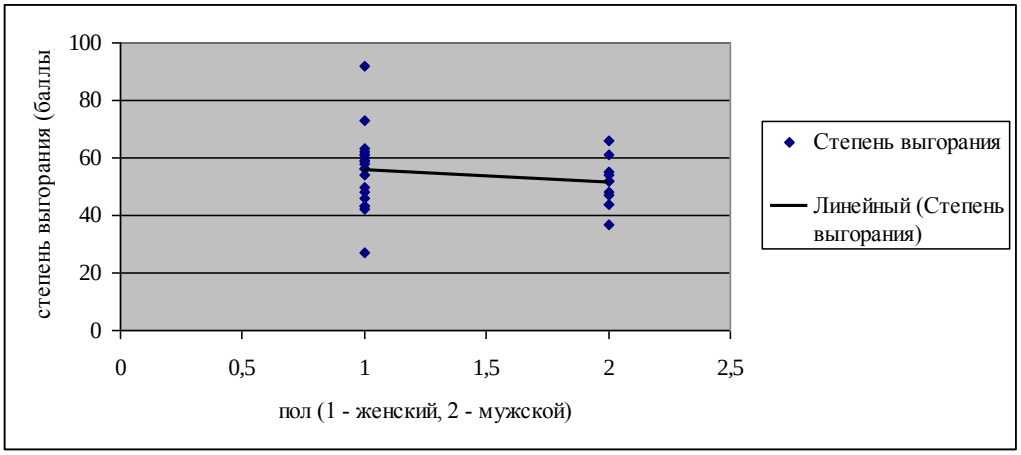


Рис. 2 – Корреляция между полом и эмоциональным выгоранием

Проведено исследование зависимости синдрома эмоционального выгорания от возраста работников (рис. 3). Коэффициент корреляции Пирсона составил 0,148. Корреляционная связь по шкале Чеддока очень слабая (от 0 до 0,3). Таким образом, выявлена очень слабая корреляция, которая позволяет сделать вывод, что в целом степень эмоционального выгорания практически не зависит от возраста.

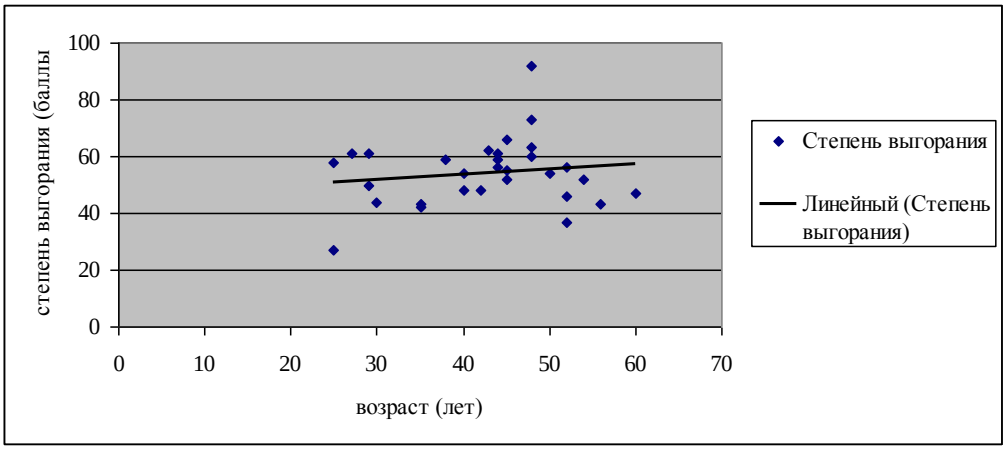


Рис. 3 – Корреляция между возрастом и эмоциональным выгоранием

Проведенное исследование подтвердило гипотезу о том, что такие социально-демографические характеристики работников банка, как пол и возраст, не оказывают существенного влияния на их эмоциональное выгорание.

Практическая значимость исследования заключается в выявлении факторов, влияющих на возникновение синдрома эмоционального выгорания с целью разработки мероприятий, направленных на сохранение здоровья работников ПАО «НБД-Банк» и оптимизацию их профессиональной деятельности.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Водопьянова Н.Е. Синдром выгорания: диагностика и профилактика / Н.Е. Водопьянова, Е.С. Старченкова. – СПб.: Питер, 2008. – 336 с.
2. Ронгинская Т.И. Синдром выгорания в социальных профессиях / Т.И. Ронгинская // Психологический журнал. – М.: Наука 2002. – Т. 23. – № 3. – С. 85–95.
3. Сидоренко Е.В. Методы математической обработки в психологии / Е.В. Сидоренко. – СПб.: Речь, 2003.

СЛАВНЫЙ РОД (ПРЕДПРИНИМАТЕЛИ СТРОГАНОВЫ)

Градов Е.С.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

«Отечеству – земные богатства, себе – имя» (Terram opes patriae, sibi nomen) – это девиз Нижегородских купцов Строгановых. Половину тысячелетия Строгановы неуклонно следовали ему, и их славная фамилия осталась в истории России.

Упоминание о них впервые встречается в середине XVI века. Родоначальником считается новгородец Спиридон, современник Дмитрия Донского из поморских крестьян.

Область коммерческих интересов семьи – солеваренный промысел, внешняя торговля, торговля пушниной.

Помимо чисто торговых дел Строгановы всегда верой и правдой служили Российскому государству. В 1557 году Аникий (Аника или Иоанникий) Федорович при дворе Ивана Грозного поведал о богатстве и возможностях торговли. Грозный за труды по разведыванию новых мест дал ему в награду земли по реке Каме, где Аникий следил по поручению государя за жизнью инородцев.

Приложили руку Строгановы и к походам Ермака Тимофеевича, которого они защитили от гнева государева. Два года укрывался Ермак у них и готовился к походу, начавшемуся 1 сентября 1581 года. Об успехах его действий Строгановы сообщили Ивану IV, который пожаловал им за службу селения Большая Соль и Малая Соль на Волге.

Возвышение рода продолжилось в царствование Алексея Михайловича «Тишайшего». В Соборном Уложении 1649 года особой строкой записано о вдвое большем денежном возмещении за оскорбление именитых купцов Строгоновых, чем за самых богатых купцов.

Григорий Дмитриевич Строганов оказал существенную поддержку Петру I во время Северной войны, давая ссуды на необходимое снаряжение и строительство флота.

В XVII веке он обосновался в Нижнем Новгороде, где возвел обширное подворье, а в 1697 году начал строить удивительную церковь, которую в народе называли Строгановской и восхищались ее красотой.

Храм в основном был построен к 1703 году, но отделочные работы затянулись на долгие годы. Это объясняется тем, что все лучшие мастера в это время были отправлены на строительство Санкт-Петербурга, к тому же тогда была введена государственная монополия на торговлю солью, и Григорий Строганов на несколько лет уехал из города. Он так и не дождался окончания строительства храма (умер в 1715 году) и работы по обустройству завершила его жена Мария Яковлевна. В 1719 году храм был освящен архиепископом Нижегородским Питиримом в честь Собора Богоматери.

Основу бизнеса Строгановых составляли соляные промыслы, однако с введением государственной монополии на соль Строгановы занимались добычей полезных ископаемых, в том числе железной и медной руды, и построили медноплавильные и железоплавильные заводы.

6 марта 1722 г. император Петр Алексеевич дал сыновьям Григория Александру, Николаю и Сергею титул барона. Теперь Строгановы не просто оказывали поддержку власти – они перешли на государственную службу, занимая самые высокие должности.

За службу императрице Екатерине II и ее наследнику императору Павлу Петровичу барон А.С. Строганов был удостоен многих почетных наград и званий, а в 1798 г. к титулу графа Римской империи ему было даровано звание графа Российской империи.

Прославились Строгановы и как меценаты – покровители искусств, дав своё имя стилям в архитектуре, живописи, золотом церковном шитье, и даже в кулинарии. До сих пор в мире известно блюдо под названием «бефстроганов».

Среди шедевров живописи им принадлежали полотна Рембрандта, Боттичелли, Бронзино, Тинторетто, Гвидо Рени, Рюйсдаля, Поттера, Ван Дейка, Рубенса, Пуссена, статуи и бюсты, изваянные европейскими и русскими скульпторами Донателло, Фальконе, Гудоном, Карло Растрелли, Козловским, Прокофьевым.

Почти 300 лет Строгановы собирали книги, картины, монеты, медали. Им принадлежали крупнейшие их собрания.

Ф.Б. Растрелли построил для них Санкт-Петербурге в середине XVIII в.

Строгановский дворец, который являет собой один из лучших образцов русского барокко. Сегодня здесь филиал Русского музея. «Строгановским письмом» называется лучшее направление в русской иконописи конца XVI – начала XVII вв. «Строгановским» зовётся один из архитектурных стилей московского барокко.

В Нижнем Новгороде расположен памятник архитектуры – усадьба (архитектор П.С. Садовников), которую возвела в 1826-1829 годах жена Павла Александровича, крупнейшего государственного и военного деятеля, члена «Негласного комитета» при императоре Александре I, графиня Софья Владимировна (урождённая Голицына). Дом – составная часть градостроительного комплекса исторической застройки улицы Рождественской.

Таким образом, с династией Строгановых связаны замечательные страницы русской истории. Породниться с ними считали за честь представители известнейших русских семейств – Бутурлины, Волконские, Голицыны, Долгоруковы, Салтыковы, Трубецкие, Шереметевы…

Изучение истории фамилий, составивших славу России, вызывает чувство гордости за нашу страну и заставляет задуматься о том вкладе, который и ты можешь внести в историю своей Родины.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Введенский А.А. Дом Строгановых в XVI–XVII веках: 1962 / А.А. Введенский – М.: Книга по Требованию, 2012. – 309 с.
2. Белавин А.М. Страницы истории земли Пермской: Учеб. пособие / А.М. Белавин. – Пермь: Изд-во “Кн. мир”, 1996.
3. Биографии знаменитых людей. Сергей Григорьевич Строганов. Электронный ресурс: http://biography-peoples.ru/index.php/s/item/697-stroganov-sergej-grigorevich
4. Капцугович И.С. История Урала. Т. 1/ И Капцугович. – Пермь: Кн. изд-во, 1976.
5. Купцов И. В. Род Строгановых / И.В. Купцов. – Челябинск: Изд-во «Каменный пояс», 2005. —224 с.
6. Люди Петербурга. Александр Сергеевич Строганов. Электронный ресурс: http://www.pershpektiva.ru
7. Мухин В.В. Строгановский регион. Из книги «Строгановы и Пермский край» / В.В. Мухин. – Пермь, 1992, С. 5-11. Электронный ресурс: http://northural.ru/article/stroganovy_region/
8. Новицкий А.П. История русского искусства / А.П. Новицкий, В.А. Никольский. – М.: Эксмо, 2007. – С. 247-263
9. Онучин А.Н. Род Строгановых / А.Н. Онучин. – Пермь, 1990
10. Палаты Строгановых. Электронный ресурс: http://www.zel-veter.ru/places/c/usolskii/usolie/info/The-Chamber-of-Stroganovs-

11. Преображенский А.А. История Урала с древнейших времён до 1861 г. - М.: Наука, 1989. - 608 с.

12. Силкин А.В. Строгановское лицевое шитье / А.В. Силкин. – М.: Прогресс-Традиция, 2002. – 432 с.

13. Строгановы – русские солепромышленники. Электронный ресурс: http://www.hrono.ru/biograf/bio_s/stroganovy.php

14. Строгановы в истории и культуре Русского Севера и Пермского края. Электронный ресурс: http://stroganovmuseum.ru/istoriya-roda-stroganovykh/vydayushchiesya-predstaviteli-roda

15. Сурмина И.О. Самые знаменитые династии России / И.О. Сурмина, Ю.В. Усова. – М.: «Вече», 2001. – 4 56 с.

ЭФФЕКТИВНОСТЬ ВНУТРЕННЕЙ КОММУНИКАЦИИ В ОРГАНИЗАЦИИ (НА ПРИМЕРЕ ООО «ГРУППА КОМПЛЕКСНЫХ РЕШЕНИЙ»)

Далдышкина Л.И.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Деятельность любой организации немыслима без общения работающих в ней сотрудников. От эффективности их взаимодействия во многом зависит успешность деятельности организации. Потенциальные источники роста организации можно выявить путем определения и устранения проблем в коммуникации. Поэтому оценка эффективности организационной коммуникации может рассматриваться в качестве способа, позволяющего найти адекватные меры для совершенствования деятельности компании в целом. Данный вопрос рассматривается на примере нижегородской компании ООО «Группа комплексных решений» (ГКР).

Основные направления деятельности ООО «ГКР» – разработка программного обеспечения, оценка недвижимости, а также поставка потребителям вычислительной техники, сетевого и телекоммуникационного оборудования [1]. В последнее время ООО «ГКР» столкнулось с уменьшением спроса на свою продукцию и услуги. В этой связи перед руководством компании стоит проблема поиска новых решений для своего бизнеса. Будучи знакома с ситуацией в ООО «ГКР» изнутри, предполагаю, что одним из способов повышения эффективности деятельности компании является устранение имеющихся проблем во внутренней коммуникации.

Для диагностики проблем во внутренней коммуникации ООО «ГКР» в октябре 2015 года был проведен анкетный опрос. Разработанная анкета была направлена на получение: (1) информации о существующих проблемах во внутренней коммуникации; (2) данных о возможных способах решения коммуникационных проблем; (3) информации о наиболее благоприятных для самих сотрудников организации стратегиях развития системы коммуникации.

Анкетный опрос был дополнен диагностикой психологического климата в коллективе с использованием теста В. В. Шпалинского и Э. Г. Шелест [2, с.285].

Характеристики опрошенных сотрудников

В опросе приняли участие 54 человека, что составляет 83,1% от общего числа сотрудников ООО «ГКР». Среди участников опроса – 44,4% мужчин и 55,6% женщин. Большая часть опрошенных сотрудников младше 30 лет (42,6%) или находится в возрасте от 30 до 40 лет (31,5%). 14,8% опрошенных – в возрасте от 40 до 50 лет и 11,1% – старше 50 лет. Большая часть сотрудников работают в организации от одного года до пяти лет (35,2%), от пяти до десяти лет (27,8%) или более десяти лет (29,6%). Менее одного года работают в организации около 7,4% опрошенных.

Информированность сотрудников, достоверность и своевременность получаемой информации

Для выявления степени информированности и оценки качества получаемой информации сотрудникам организации было предложено ответить на следующие вопросы:

– Согласны ли Вы со следующим утверждением: «Я достаточно осведомлен(а) о положении дел в нашей организации в целом»?

– Согласны ли Вы со следующим утверждением: «Я достаточно осведомлен(а) о положении дел в других отделах нашей организации»?

– Всегда ли Вы своевременно получаете необходимую для работы информацию?

– Всегда ли Вы получаете всю необходимую для работы информацию?

– Как часто Вы получаете недостоверную информацию?

Анализ результатов показал, что только 5,6% сотрудников полностью информированы относительно происходящего в организации, менее трети сотрудников (27,8%) всегда получают всю необходимую для работы информацию. Наконец, более 40% не всегда своевременно получают необходимую для работы информацию, а более половины сотрудников (57,4%) иногда получают недостоверную информацию.

Проблемы в коммуникации по деловым вопросам

Анализ ответов на вопросы о частоте получения информации по различным каналам связи позволил выявить, что самыми востребованными видами и каналами общения в ООО «ГКР» являются Skype, непосредственная беседа, электронная почта, Redmine. Относительно редко сотрудники получают информацию на собраниях, совещаниях, из официальных распоряжений, приказов, а также по телефону.

Часть вопросов анкеты была направлена непосредственно на выявление проблем в коммуникации (табл. 1). На вопрос о том, испытывают ли сотрудники проблемы в коммуникации по деловым вопросам, 40,9% ответили, что иногда испытывают трудности в коммуникации, тогда как 59% утверждают, что никогда не испытывают таких проблем.

Таблица 1 – Мнение сотрудников ООО «ГКР» о проблемах в коммуникации по деловым вопросам (в процентах, N=54)

(Часто ли Вас отвлекают от выполнения своей работы? в процентах от числа ответивших, N=54)			
Постоянно	Часто	Иногда	Никогда
1,9	24	59,3	14,8
Всегда ли Вы знаете имя сотрудника, к которому Вам необходимо обратиться по рабочему вопросу?			
Да, всегда	Практически всегда	Нет, далеко не всегда	Практически никогда
25,9	44,4	29,6	–
Всегда ли Вы можете обратиться напрямую к нужному сотруднику организации для получения необходимой информации?			
Я всегда могу обратиться к нужному сотруднику	Иногда бывают проблемы в обращении к нужному сотруднику	Практически никогда не могу это сделать	
72,2	27,8	–	
Были ли случаи выполнения Вами «ненужной» работы по причине недостаточной информированности?			
Регулярно	Часто	Иногда	Никогда
1,9	9,3	66,6	22,2
Испытываете ли Вы трудности в передаче нужной информации сотрудникам других отделов?			
Нет, не испытываю трудности	Иногда бывают трудности	Постоянно сталкиваюсь с трудностями	
85,2	14,8	–	

Как видно из табл., сотрудники ООО «ГКР» фиксируют проблемы в коммуникации. К числу основных проблем можно отнести (1) наличие отвлекающих моментов при выполнении работы; (2) недостаточная информированность части сотрудников о своих коллегах; (3) сложности с обращением к нужному сотруднику для получения необходимой информации; (4) выполнение ненужной работы из-за недостаточной информированности; (5) трудности в передаче нужной информации сотрудникам других отделов. Поэтому неудивительно, что более половины сотрудников (51,9%) считают, что необходимо развивать существующую систему коммуникации.

Таким образом, проведенное исследование позволило выявить проблемы во внутренней коммуникации: несвоевременность, неполнота и недостоверность информации, которая зачастую передается внутри организации. Кроме того, в организации наблюдаются проблемы при непосредственном взаимодействии сотрудников друг с другом. Одним из источников проблем, возможно, является относительная редкость традиционных видов организационных коммуникаций – собраний, совещаний, официальных распоряжений, приказов и т.п.

Причины коммуникационных проблем

Опрос показал, что проблемы в коммуникации в равной степени испытывают все сотрудники организации, независимо от стажа работы. На открытый вопрос о причинах фиксируемых проблем в деловой коммуникации сотрудники ООО «ГКР» назвали следующие:

1. недостаточное информирование о проектах в других отделах;
2. отсутствие, недостаточность или недостоверность информации;
3. неадекватная реакция со стороны коллег;
4. отсутствие нужного сотрудника на рабочем месте;
5. незнание нужного сотрудника;
6. незнание, к кому следует обратиться по тому или иному вопросу;
7. высокая занятость сотрудника, к которому необходимо обратиться;
8. субординация, необходимость получить разрешение на обращение к сотруднику у его начальника.

Чаще всего у сотрудников ООО «ГКР» возникают трудности в общении с коллегами из технического отдела, отдела разработки программного обеспечения, коммерческого отдела и отдела оценки.

Психологический климат в коллективе и коммуникация

Анализ результатов диагностики психологического климата в коллективе позволяет сделать вывод о его высокой благоприятности (это следует из оценки

различных сторон взаимодействия в коллективе 87% сотрудниками). Ответы 11% сотрудников свидетельствуют о средней благоприятности психологического климата в коллективе (4 сотрудника из этой группы работают в отделе оценки, 1 – в техническом отделе и 1 – в отделе разработки программного обеспечения). Наконец, ответы только одного сотрудника (начальника юридического отдела) свидетельствуют о незначительной благоприятности психологического климата в организации.

Несоответствие уровня развитости системы коммуникации степени благоприятности психологического климата в коллективе может быть объяснено сложившимися с момента основания компании установками на доброжелательно-дружеские отношения между коллегами. Следует отметить, что в фирме работает много сотрудников, являющихся родственниками или друзьями. Иными словами, людям нравится дружеская обстановка на рабочем месте, однако она, возможно, и является одной из причин неэффективности формальной коммуникации в организации.

Основные направления совершенствования системы коммуникации

По итогам проведенного исследования можно сделать вывод, что сотрудники ООО «ГКР» хотели бы получать более полную информацию относительно:

– проектов, перспектив организации, потенциально возможных направлений деятельности, возможностей переквалификации;

– разрабатываемых проектов в целом, а не только их отдельных частей, над которыми приходится работать отдельному сотруднику;

– постановки задач заказчиком и руководством организации;

– выхода новых версий, изменений программного обеспечения;

– деятельности организации в целом, готовящихся культурно-массовых мероприятий;

– различных бонусов для сотрудников;

– необходимости оснащения организации техникой и расходными материалами для реализации того или иного проекта (это касается деятельности коммерческого отдела).

В качестве мер по развитию системы коммуникации наиболее часто сотрудники ООО «ГКР» называли централизованную рассылку по электронной почте; более активное использование таких видов и каналов общения, как телефон, чат, совместные заседания разных отделов; размещение информации о сотрудниках (включая фото) в общедоступной корпоративной информационной системе Redmine; проведение корпоративных мероприятий в целях знакомства

и сплочения коллектива (командообразующие мероприятия, экскурсии, тренинги и др.). Наконец к этому списку можно добавить необходимость развития культуры грамотной и чёткой постановки задач для сотрудников со стороны руководства и устранение институциональных барьеров для общения сотрудников по деловым вопросам.

Подводя итог проведенному исследованию, следует отметить, что система внутренней коммуникации в ООО «ГКР» нуждается в усовершенствовании, предполагающем совместные усилия руководства и сотрудников организации.

Предпринятые меры

Результаты опроса, а также рекомендации по улучшению системы внутренней коммуникации в организации были представлены руководству, которое на основе них утвердило и внедрило в качестве обязательных следующие мероприятия и действия:

1. информирование сотрудников о деятельности организации и готовящихся культурно-массовых мероприятиях путём непосредственного оповещения сотрудников руководителями отделов, а также объявлений на доске информации;
2. проведение ежедневных совещаний внутри отделов с целью чёткой постановки и контроля исполнения рабочих задач;
3. оповещение сотрудников отдела оценки и отдела сопровождения сотрудниками отдела разработки ПО об изменениях и нововведениях в алгоритмах работы, выходе новых версий используемых и обслуживаемых программ;
4. регламентация чёткого распределения обязанностей и сфер ответственности между сотрудниками, а также порядка замещения коллег на время отсутствия;
5. организация и вовлечение сотрудников в творческую деятельность, не связанную с выполняемыми обязанностями (проведение мастер-классов по лепке из глины, шитью мягких игрушек, скрапбукингу и т.д.);
6. информирование сотрудников о днях рождениях коллег через внутрикорпоративную систему Redmine;
7. ежегодное проведение летнего и зимнего дней здоровья, на которых активно используются приёмы тимбилдинга, а также детского праздника в честь Дня защиты детей, на который приглашаются маленькие дети всех сотрудников.

Повторный опрос, проведённый в сентябре 2016 г., показал эффективность предпринятых мер, в частности высокий уровень удовлетворённости сотрудников системой коммуникации в организации, отсутствие проблем, свя-

занных с недостаточной информированностью, нечёткой постановкой задач, незнанием сотрудниками имён коллег и их компетенций. Дополнительным эффектом стало снижение количества увольнений сотрудников по собственному желанию на 70 % за период с ноября 2015 г. по сентябрь 2016 г. по сравнению с прошлыми годами (по данным отдела кадров). Кроме того, за указанный период ощутимо возросла экономическая эффективность деятельности организации, получено несколько крупных заказов, открыты новые проекты.

Таким образом, своевременный анализ эффективности внутренней коммуникации в рассматриваемой организации позволил выявить и устранить существующие проблемы взаимодействия сотрудников, что благоприятно сказалось как на их профессиональной деятельности, так и на успешности фирмы в целом.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Сайт компании ООО «Группа комплексных решений». [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.gkr.su
2. Истратова О.Н. Справочник психолога-консультанта организации / О.Н. Истратова, Т.В. Экстакусто. – 3-е изд. – Ростов н/Д: Феникс, 2010.

ОРГАНИЗАЦИЯ ПСИХОЛОГИЧЕСКОЙ ПОДДЕРЖКИ СТУДЕНТОВ-ПЕРВОКУРСНИКОВ С ЦЕЛЬЮ ИХ АДАПТАЦИИ К УЧЕБНОМУ ПРОЦЕССУ

Далдышкина Л.И.
Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Поступив в вуз, студенты неизбежно сталкиваются с проблемой адаптации к изменившимся условиям жизни и быта, новым правилам организации учебного процесса, а также с необходимостью построения взаимоотношений со сверстниками и преподавателями. К сожалению, процесс вхождения в студенческую среду не всегда проходит легко. В качестве отрицательных последствий неуспешной адаптации первокурсников психологи традиционно выделяют: депрессию, повышенную тревожность, заниженную самооценку, потерю интереса к учёбе и выбранной профессии, низкую успеваемость и так далее.

По мнению Селезневой Н.А., условиями успешной адаптации первокурсника могут быть: формирование у студентов адекватного представления о выбранной профессии; помощь в осознании общественной значимости профессии

и привитие любви к ней; формирование адекватной самооценки; повышение волевой активности; проведение психолого-педагогической диагностики процесса адаптации; деятельность психологической службы вуза, так как без профессиональной психологической поддержки процесс адаптации в полной мере невозможен [1].

Под «психологической поддержкой» понимается системно организованная и постоянно выполняемая работа психологической службы, направленная на личностно-профессиональное развитие будущего специалиста в период вузовского обучения, раскрытие потенциальных возможностей студента, его индивидуальности, а также коррекцию разного рода затруднений в его личностном развитии [2].

В ННГУ им. Н.И. Лобачевского при Институте экономики и предпринимательства функционирует Служба психологического сопровождения, одним из направлений деятельности которой является оказание психологической поддержки студентам-первокурсникам с целью их адаптации к учебному процессу.

Законодательную основу деятельности психологической службы вуза составляют Федеральный закон от 29.12.2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации», Приказ Минобразования РФ от 22.10.1999 г. № 636 «Об утверждении Положения о службе практической психологии в системе Министерства образования Российской Федерации». В настоящее время разработан и проходит общественную экспертизу закон «О психологической помощи в Российской Федерации».

Адаптация студента к обучению в вузе представляет собой сложный, многоплановый процесс, имеющий несколько стадий и обусловленный рядом факторов. Необходимым условием успешной адаптации студентов-первокурсников является своевременное оказание им психологической помощи, обычно реализуемое в рамках деятельности психологической службы вуза.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Селезнева Н. А. К вопросу о социально-психологической адаптации студентов к условиям учебной работы в вузе / Н.А. Селезнева // Ученые записки Казан. гос. акад. вет. мед. им. Н. Э. Баумана. –2010. – Т. 202. – С. 331–336.

2. Лилиенталь И.Е. Модель психолого-педагогической поддержки адаптации студентов на начальном этапе вузовского обучения / И.Е. Лилиенталь, И.А Колесникова // Вестник Северо-Кавказского федерального университета. – 2016. – № 1 (52). С. 139-144.

ОТНОШЕНИЕ СТУДЕНЧЕСКОЙ МОЛОДЕЖИ К ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВУ

Дорофеев Р.А.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

В России предпринимательство всегда было большим, чем просто коммерция. Промышленные и торговые люди осваивали новые земли, расширяли пределы российского государства, развивали его экономику.

Предпринимательство – инициативная самостоятельная деятельность юридических лиц (организаций) и физических лиц (граждан), направленная на получение прибыли и осуществляемая от своего имени, на свой риск и под свою имущественную ответственность. Предприниматель может заниматься любыми видами деятельности, если они не запрещены законом.

Законодательные основы предпринимательской деятельности установил Гражданский кодекс Российской Федерации. Он регламентирует механизм защиты экономических прав предпринимателей, формы договоров и т. д. Статус предпринимателя приобретается после государственной регистрации.

Предпринимательство представляет собой уникальный фактор производства, благодаря которому достигается оптимальное сочетание всех остальных факторов для организации эффективного производства, разработки инновационных продуктов, удовлетворения потребностей общества.

В настоящее время руководство нашей страны возлагает большие надежды на развитие малого и среднего бизнеса.

Люди занимаются бизнесом для того, чтобы быть экономически независимыми, реализовать свои возможности и способности, получать высокий доход.

Но предпринимательская деятельность нужна и обществу, т.к. она способствует укреплению экономики страны, выходу экономики на новый уровень, поступлению налогов в бюджет страны, увеличению рабочих мест и уменьшению безработицы.

Отношение в обществе к предпринимателям разное. Кто-то хвалит предпринимателей, другие считают их «зажиточными и скупыми», но эти люди зачастую не знают, каким трудом достаются эти деньги и как тяжело сохранить свой бизнес (2).

В рамках исследования отношения молодежи к предпринимательству и предпринимателям проведено исследование среди студентов ИЭП ННГУ.

Отношение к предпринимателям, по сравнению с девяностыми годами XX в. – более положительное. Люди, которые идут на риск и стремятся к чему-то большему, вызывают уважение. На вопрос «Считаете ли Вы, что обществу необходимы предприниматели» все 48 опрашиваемых студентов ответили утвердительно.

Как показало исследование, значительная часть студенческой молодежи хочет развивать свой бизнес в России (34 студента).

Препятствием для этого являются: отсутствие стартового капитала, недостаточность знаний, некоторых пугает риск вложения денег и возможность банкротств (1). На вопрос «Предполагаете ли Вы использовать получение кредита» только 24 студента ответили положительно, а 24 отметили нежелание переплачивать высокие проценты, опасения в возможности выплаты кредита в условиях нестабильной экономики. При этом стартовый капитал есть только у 8 опрошенных; 5 студентов надеются на помощь семьи.

«Отрицательным фактором студенты считают конкуренцию. В настоящее время придумать что-то новое, востребованное на рынке, становится все сложнее.

На вопрос «Считаете ли Вы, что сможете сами заниматься бизнесом» положительно ответили все опрашиваемые. Но при этом только 21 студент из 48 считает, что у него для занятий бизнесом есть способности. Скорее всего, далеко не все студенты понимают всю сложность этой деятельности и преувеличивают свои возможности. Но этот оптимизм может и оправдаться. Молодежь – это активная часть общества, которая обладает высоким предпринимательским потенциалом и способна внести свой вклад в развитие страны (2).

Государство начинает поддерживать молодых предпринимателей. В будущем, можно надеяться, помощь государства будет существенней.

Но чтобы добиться успеха, необходимо быть целеустремленным, внимательным, честным, трудолюбивым, пунктуальным. Это хорошо понимают студенты ИЭП. 35 опрошенных считают, что учеба в ИЭП может способствовать их становлению как предпринимателя, т. к. им нужны экономические и юридические знания, 22 студента отметили, что уже сейчас появляются связи с будущими предпринимателями, а ныне студентами ИЭП.

Таким образом, отношение к предпринимательству и предпринимателям изменилось. В корне неверно разделять общество и предпринимателей. Предприниматели – это часть общества, а бизнес – это экономическая основа общества.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Горшкова Е.Н. Отношение к предпринимательству в обществе / Е.Н. Горшкова // Вестник ПНИПУ. Социально-экономические науки. Социология. – 2015. – № 1.
2. http://pravorf.ru/analytics/otnoshenie_k_predprinimatelyam_v_rossii_stalo_bolee_loyalnym.php
3. Материалы социологического опроса студентов ИЭП ННГУ

РАЗВИТИЕ НАУЧНОГО МЫШЛЕНИЯ У СТУДЕНТОВ КАК ФАКТОР ГОТОВНОСТИ К ЗАКОНОТВОРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Дорофеева Е.А.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Современное российское законодательство, регламентирующее отношения в сфере предпринимательства, достаточно обширно и разрозненно, что требует высокого уровня подготовки будущих предпринимателей не только для правильного понимания ими действующих законодательных установлений, но и в целях развития научного мышления, позволяющего осуществлять на практике поиск наиболее эффективных способов преодоления пробелов и коллизий действующего законодательства.

Вместе с тем, по нашему мнению, современная система образования в большей степени ориентирована на приспособление будущего специалиста к работе в рамках действующего законодательства, нежели на формирование у студентов способностей к выработке самостоятельных законотворческих инициатив.

При этом ожидания населения от законотворческих инициатив становятся все более конкретными, а уровень одобрения деятельности законодательных органов власти остается стабильно невысоким. Так, согласно опросам Аналитического центра Юрия Левады уровень одобрения населением деятельности Государственной Думы Российской Федерации на протяжении 2016 года не превышает 45% от общего числа опрошенных [2].

В Российской Федерации наличие пассивного избирательного права (то есть права быть избранным) не ставится в зависимость от специфики полученного образования. В связи с изложенным приобретает особую актуальность проблема развития у студентов, обучающихся по направлениям подготовки, отличным от направления «Юриспруденция», ряда профессиональных качеств,

способствующих повышению эффективности их будущей профессиональной деятельности.

Полагаем, что на этапе подготовки в системе высшего профессионального образования важным фактором, формирующим профессиональные навыки студентов в сфере законотворчества, является, в частности, развитие специфического научного мышления.

В философии под научным стилем мышления (научным мышлением) понимаются «характерные черты мышления ученых, система ориентации на те или иные идеи, методы, образцы исследования, интерпретации и оценки; готовность к направленному восприятию и соответствующему пониманию того, что воспринято» [5].

Кроме того, под стилем научного мышления понимается «исторически сложившаяся совокупность методологических регулятивов, идеалов и норм науки, философских принципов, определяющих содержание и направленность изменений науки на исторически-конкретном этапе ее развития» [1].

С позиций психологии научное мышление часто ассоциируется с творческим мышлением и наделяется его специфическими атрибутами [6]. Среди основных черт творческого мышления выделяют: наличие временных рамок и определенных этапов мыслительного процесса, значительную роль бессознательного в мыслительном процессе, инсайт как ключевой момент творческого мышления [4].

При этом изучение научного мышления как фактора готовности к законотворческой деятельности тесно взаимосвязано с анализом особенностей правового мышления как особого явления правовой сферы духовного мира человека.

Так, согласно точке зрения А.И. Овчинникова, «правовое мышление представляет собой процесс понимания социально-правовой действительности. Повседневное правовое мышление, или «мышление в праве», составляет неотъемлемый элемент механизма социального действия права и лежит в основании профессионального и научно-теоретического правового мышления, или «мышления о праве», являясь скрытой предпосылкой объяснительных моделей в правоведении. Правовая традиция и культура того или иного общества формируют правовое мышление и вновь им конструируются» [3].

Проанализировав существующие определения понятий «научное мышление» и «правовое мышление», считаем возможным предложить следующее уточняющее определение данного феномена применительно к законотворческой деятельности. Научно-правовое мышление – это свойство личности, активизирующее когнитивные способности и способности к решению творческих

задач в условиях социально-правовой действительности, оперирующее научными понятиями, методологическими принципами и нормами науки и одновременно характеризуемое высокой вероятностью возникновения творческого озарения.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Новейший философский словарь / Под ред. А. А. Грицанова. - Минск: Книжный Дом, 1999.

2. Одобрение органов власти. Результаты опроса общественного мнения, проводимого Аналитическим центром Юрия Левады. 2002-2016. URL: http://www.levada.ru/indikatory/odobrenie-organov-vlasti (дата обращения: 10.11.2016).

3. Овчинников А.И. Автореферат дис… д-ра юрид. наук. Ростов-на-Дону, 2004. С. 4.

4. Ручкова Н.А. Определение понятия «Творческое мышление» в научной литературе по психологии / Н.А. Ручкова, И.А. Ледовских // Вестник Костромского государственного университета им. Н.А. Некрасова, 2010, № 3. URL: http://cyberleninka.ru/article/n/opredelenie-ponyatiya-tvorcheskoe-myshlenie-v-nauchnoy-literature-po-psihologii (дата обращения: 10.11.2016).

5. Флек Л. Возникновение и развитие научного факта: Введение в теорию стиля мышления и мыслительного коллектива / Л. Флек. – М.: 1999. С. 162.

6. Юревич А.В. Психологические механизмы научного мышления [Электронный ресурс] URL: http: // www.metodolog.ru/00175/00175.html (дата обращения: 10.11.2016).

ВОВЛЕЧЁННОСТЬ В РАБОТУ И ТРУДОГОЛИЗМ В ОРГАНИЗАЦИИ: ПРОБЛЕМА И ПУТИ РЕШЕНИЯ

Жегалова М.А.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

В современном обществе руководители компаний ждут от своих подчинённых инициативы, ответственности, возможности как можно больше времени проводить на работе. Становится привычным поведение сотрудников, когда они остаются на рабочем месте гораздо больше времени, чем это положено. Причинами данного поведения могут быть, например, организационная культура компании или личный выбор сотрудника. Большинство руководителей поощряют такое поведение, путая понятие вовлечённости сотрудника в работу с «трудоголизмом».

Термин «вовлечённость» было введено социальным психологом В. Каном в 1990 году. В. Кан определил вовлечённость как «освоение членами организа-

ции их рабочих ролей, будучи вовлечёнными, люди выражают себя в своей рабочей роли физически, эмоционально и когнитивно» [1,2].

Феномен вовлечённости в работу содержит три компонента: энергичность, включённость и профессиональную эффективность. У. Маккей и Б. Шнайдер выделили различные типы вовлечённости в работу: личностная вовлечённость, ситуативная вовлечённость и поведенческая вовлечённость [1].

Несмотря на то, что на данный момент нет единого мнения относительно определения понятия «вовлечённость», психологи полагают, что вовлечённость – это явление, которое положительно влияет на работу организации. Вовлечённость может проявляться, например, в энтузиазме сотрудников, в их готовности брать на себя ответственность. Вовлечённые сотрудники могут быстро и качественно выполнять поставленные задачи, находить лучшие решения, предлагать новые идеи. Они искренне переживают за свою работу.

Но в современном мире, при полной поглощённости профессиональной деятельностью, у сотрудников может развиться такое явление, как трудоголизм.

Термин трудоголизм (workaholism) ввел американский психолог У. Оутс, объединив слова «труд» (work) и «алкоголик» (alcoholic). Проблема трудоголизма является актуальной во многих странах мира [1;3].

Исследователи по-разному смотрят на определение самого понятия «трудоголизм». Так, канадский психолог Б. Киллинджер считает, что сотрудники, одержимые работой как единственной возможностью достижения признания и успеха в жизни, становятся более конфликтными и жестокими во взаимоотношениях [1]. Так же трудоголизм может рассматриваться как зависимость (М. Макмилан, О. Дрискол), как характерная личностная черта, как отношение к работе, как синдром, характеризующий дисбаланс «работа-жизнь» [1].

Трудоголизм, согласно исследованиям К. Скотта, М. Мицели, включает в себя такие характеристики, как трата большей части времени на работу, нежелание заканчивать рабочий день, постоянные мысли о работе вне рабочего времени [1;3]. В целом трудоголизм рассматривается как негативный процесс, оказывающий разрушающее воздействие на психику и поведение человека [1]. Это одна из зависимостей, наносящая ущерб личности, не меньший, чем такие зависимости, как наркомания и алкоголизм [1].

Таким образом, можно сделать вывод о том, что у сотрудников организаций можно наблюдать два взаимосвязанных процесса: вовлечённость и трудоголизм. Вовлечённость в работу является позитивным явлением как для сотрудника, так и для работодателя. Однако полная поглощённость работника

своей профессиональной деятельностью может стать причиной развития такого явления, как трудоголизм.

Безусловно, причины развития данного феномена различны, например, уход от проблем или желание быть признанным другими людьми, однако несоблюдение баланса работы и личной жизни из-за чрезмерной вовлечённости человека в свою профессиональную деятельность может привести к негативным последствиям.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Барабанщикова В.В. Представления о вовлечённости в работу и трудоголизме в современных психологических исследованиях / В.В. Барабанщикова, О.А. Климова // Национальный психологический журнал. – 2015. – № 1. – С. 52-60.
2. Чеглакова Л.М. Вовлеченность персонала: теоретические подходы, эмперические результы / Чеглакова Л.М., Кабалина В.И. // Вестник Нижегородского Университета им. Н.И.Лобачевского. – 2016. – № 1. – С. 121-128.
3. Ловаков А. В. Трудоголизм: понятие, методики измерения, предикторы и последствия / Ловаков А. В. // Организационная психология. – 2012. – №4. – С. 28-42.
4. Утлик Э.П. Личностные особенности организационного трудоголизма / Э.П. Утлик, О.К. Буйко // Вестник МГОУ. Серия: Психологические науки. – 2015. – № 3. – С. 112-124.
5. https://openedu.ru/course/hse/ORGBH/ (дата обращения 03.10.2016).

ДИНАСТИЯ НИЖЕГОРОДСКИХ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ РУКАВИШНИКОВЫХ

Зотов Е.М.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Фамилия Рукавишниковых к XIX веку была одной из самых уважаемых не только в Нижнем Новгороде, но и во всей России.

Родоначальником династии был Григорий Михайлович Рукавишников (1788-1874), кузнец из поселка Красная Рамень Макарьевского уезда Нижегородской губернии, который начальный капитал заработал на торговле железом.

В 1822 году у купца третьей гильдии Григория Михайловича Рукавишникова было уже шесть лавок, а на Нижегородской ярмарке и оптовая торговля. Так начиналась династия нижегородских «стальных королей».

Его дело успешно продолжил сын, Михаил Григорьевич (1811—1875), почетный гражданин Нижнего Новгорода, мануфактур-советник, член губерн-

ского попечительского о тюрьмах комитета, купец первой гильдии, который создал торгово-промышленную империю.

В историю он вошёл и как щедрый благотворитель с девизом: «Жертвую и попечительствую». В память после его кончины супруга построила богадельню и детскую больницу. Его дети продолжили благородное дело меценатства. В частности, они были основными жертвователями на постройку «домов трудолюбия». В 1896 году на XVI Всероссийской промышленно-художественной выставке продукция проживавших в Доме Трудолюбия получила золотую и бронзовую медали.

После пожара в 1899 году, уничтожившего здание, Рукавишниковы решили построить на его месте новое, каменное. Новый дом был открыт в 1905 году, здесь действовали церковно-приходская школа и библиотека, работали за малую плату более 200 человек бездомных. О благотворителях напоминала надпись на фасаде: «Дом трудолюбия имени Михаила и Любови Рукавишниковых». Советская власть дом ликвидировала. Сейчас там размещается типография «Нижполиграф».

57 тысяч рублей, немалую по тем временам сумму, вложили Рукавишниковы в больницу для душевнобольных в деревне Ляхово, где работал известный врач-психиатр Петр Петрович Кащенко.

Сын Михаила Григорьевича Рукавишникова, Владимир (1853 -1888), открыл музыкальную школу и хоровую капеллу. Несколько её выпускников стали в последствии певцами Большого театра.

Другой сын, Сергей (1852-1914), оставил память о себе строительством усадьбы на Верхневолжской набережной. Главный её дом – объект культурного наследия регионального значения (архитектор П. С. Бойцов). Ныне здесь расположен краеведческий музей – составная часть Нижегородского государственного историко-архитектурного музея-заповедника. Привлечение к работе знаменитых архитекторов и художников стало для Рукавишниковых традицией: выдающийся архитектор Федор Осипович Шехтель спроектировал и построил для Сергея Михайловича комплекс, который включал банк и доходный дом на улице Рождественской и Нижне-Волжской набережной.

Трудно просто перечислить деяния семьи на пользу нашему городу. Жизнь этой фамилии – пример служения обществу и государству. Среди них были предприниматели, банкиры, художники, литераторы.

Один из сыновей Сергея Михайловича – Иван, выучился на археолога, впоследствии стал писателем, поэтом-символистом, представителем поэзии Серебряного века, профессором Московского Литературно-художественного ин-

ститута имени В.Я. Брюсова, издал 20 томов своих сочинений. Другой – Митрофан (1887–1946), стал известным скульптором. После революции с 1918 года они вели работу по сохранению и популяризации художественного наследия. Братья безвозмездно передали городу особняк на Верхневолжской набережной и многие произведения искусства, а Митрофан Сергеевич стал первым директором Нижегородского государственного историко-архитектурного музея-заповедника.

Скульпторами стали его сын, внук и правнук. Иулиан Митрофанович (1922–2000) был членом-корреспондентом Академии художеств СССР, народным художником СССР. Работы Александра Иулиановича (1950) находятся в Третьяковской галерее. Он создал памятники Владимиру Высоцкому на Ваганьковском кладбище в Москве, Федору Достоевскому, Михаилу Шолохову, Муслиму Магомаеву, Мстиславу Ростроповичу, Константину Рокоссовскому, Юрию Никулину, Льву Яшину. Их совместная с отцом работа – памятник Петру Николаевичу Нестерову, установленный в 1987 году на Верхневолжской набережной.

Творческая династия продолжается в лице Филиппа Александровича Рукавишникова (1974), который окончил Московский художественный институт им. В.И. Сурикова. Получил диплом Римской академии искусств. Член союза художников. Отметился он и в кинематографе: в фильме «Мери Попинс, до свидания!» сыграл роль Майкла.

Изучение истории семей нижегородских предпринимателей убеждает в том, что нам необходимо как можно чаще обращаться к истории славных нижегородцев с тем, чтобы мы могли гордиться своей малой родиной.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Макаров И.А. Рукавишниковы / И.А. Макаров // Купеческий Нижний. – Н.Новгород: Книги, 2006. – С. 201-231.

2. Усадьба Рукавишниковых [Электронный ресурс]// Нижегородский государственный историко-архитектурный музей-заповедник. Режим доступа: http//www. ngiamz.ru/filialy/usadba

3. Шамшурин В.А. Карман России / В.А. Шамшурин // Возвращение в Нижний Новгород. – Н.Новгород: Литера, 2009. – С. 91-114.

4. Щедрые вклады Рукавишниковых // Наш край. - Н. Новгород: Книги, 2006. – С. 180-184.

ИНДИВИДУАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ЛИЧНОСТИ КАК ОСНОВОПОЛАГАЮЩИЙ ФАКТОР СТАНОВЛЕНИЯ И РАЗВИТИЯ СОЦИАЛЬНОГО ИНТЕЛЛЕКТА

Казаченко К.А.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Структура индивидуально-психологических свойств и качеств складывается из особенностей темперамента, качеств характера и способностей личности [1].

В нашем исследовании мы остановились на изучении одного из качеств характера (*эмоциональная чувствительность*) и одного из видов способностей (*творческие способности*) личности, поскольку именно они, на наш взгляд, претерпевают наибольшие качественные и количественные изменения в ходе социализации личности и её деятельности.

Социальный интеллект следует рассматривать как ведущий компонент успешности включения человека в социальную жизнь [2], одним из важных условий становления которого, на наш взгляд, является эмоциональная чувствительность.

Вместе с тем говорить об эмоциональной чувствительности без опоры на подходы к определению понятий *«эмоции»* и *«чувствительность»,* с нашей точки зрения не является правомерным.

Так, Джемс У. полагал, что «эмоция есть стремление к чувствованиям», в то же время «как чисто внутренние душевные состояния, эмоции совершенно не поддаются описанию... Мы можем только описать их отношение к вызывающим их объектам и реакции, сопровождающие их». [3]

Анохин П.К., давая определение понятию «эмоции», отмечает, что это физиологические состояния организма, которые имеют ярко выраженную субъективную окраску и охватывающие все виды чувствований и переживаний человека [4].

Рубинштейн С.Л. отмечает, что эмоции выражают состояние субъекта и его отношение к объекту [1].

Итак, изучив теоретические подходы к определению понятия «эмоции», мы делаем вывод, что это психические процессы, характеризующие субъективное переживание человеком действительности и отражающие отношение человека к тем или иным явлениям окружающей действительности.

Проанализировав подходы к определению понятия «чувствительность», мы пришли к выводу, что данный термин используется в различных областях научного знания (физика, математика, медицина, физиология, психология и пр.), что может свидетельствовать о широте, разносторонности и универсальности его применения.

Так, Анохин П.К. применял термин «чувствительность» в области медицинских исследований и отмечал, что благодаря ей «…человек чувствует, что живет» [5].

В психологической науке ученые отождествляют понятия «чувствительность» и «сенситивность». Так, Выготский Л.С. отмечает, что сенситивность - это особая чувствительность, восприимчивость [6].

По Бойко В.В. термины «эмоциональная чувствительность» и «эмоциональная отзывчивость» равны [7]. Так, данный исследователь отмечает, что *эмоциональная отзывчивость* – это устойчивое свойство индивида, которое проявляется в том, в какой степени он легко, быстро и гибко эмоционально реагирует на различные воздействия - социальные события, процесс общения, особенности партнеров и т.д. Бойко В.В. делает акцент на том, что эмоциональная отзывчивость – это готовность человека откликаться «на себя», «на других», «на дело», «на предметы», «на природу», «на произведения искусства» и т.д.

Итак, опираясь на теоретический анализ подходов к определению понятий «эмоциональная чувствительность» или «эмоциональная отзывчивость», мы делаем вывод о том, что это главная эмоциональная единица, компонент эмпатии, который проявляется в процессе общения и взаимодействия индивида с окружающими его людьми и определяет степень небезразличного отношения к переживаниям и чувствам оппонента по общению.

Вопросами *творческих способностей* занимались еще античные философы (Гераклит, Демокрит, Платон, Аристотель). Творческое мышление изучали многие психологи. Среди них такие видные исследователи, как Никитин Б.Н., Богоявленская Д.Б., Дружинин В.Н., Пономарев Я.А., Петровский А.В., Ярошевский М.Г., Анисимов О.С., Теплов Б.М. и другие.

Понятие «творческих способностей» интерпретируется учеными по-разному.

Так, Рубинштейн С.Л. указывает на характерные особенности изобретательского творчества: «Специфика изобретения, отличающая его от других форм творческой интеллектуальной деятельности, заключается в том, что оно должно создать вещь, реальный предмет, механизм или приём, который разрешает определенную проблему [8].

Доктор психологических наук, академик РАО Дубровина И.В. отмечает, что благодаря творческим способностям человек создаёт что-то новое, оригинальное [9].

В психологическом словаре понятие «творческие способности» трактуется следующим образом: «творческие способности – это индивидуальные особенности качеств человека, которые определяют успешность выполнения им творческой деятельности различного рода» [10].

М.С. Каган и А.М. Эткинд изучают общение как творческий процесс, что в рамках нашего исследования является актуальным [12].

Так же Е.Ю. Сидоркина полагает, что необходимо говорить о «творчестве в общении», под которым данный исследователь понимает гибкость тактик общения, проектирование, формирование и развитие отношений, рефлексию о людях и о себе в связи с общением. [13]

Обобщая рассмотренный теоретический материал по проблеме творческих способностей, следует сделать акцент на их индивидуальности. По данной проблеме проведено значительное количество исследований учеными отечественных (Анисимов О.С., Богоявленская Д.Б., Дружинин В.Н., Никитин Б.Н., Пономарев Я.А., Петровский А.В., Теплов Б.М., Ярошевский М.Г., и др.) и зарубежных школ (Айзенк Г.Ю., Воллах М., Гилфорд Дж., Стернберг Р. и др.).

Обобщив подходы к определению понятия «творческие способности», следует отметить, что в общем понимании данный термин определяется как индивидуальные врождённые способности человека, развивающиеся под воздействием социальной действительности, благодаря которым человек развивается сам, помогает развиваться окружающим и создаёт что-то новое.

Итак, в качестве условий, влияющих на развитие социального интеллекта, нами рассмотрены такие характеристики личности, как эмоциональная чувствительность и творческие способности.

Опираясь на теоретический анализ подходов к определению понятий «эмоциональная чувствительность» или «эмоциональная отзывчивость», мы делаем вывод о том, что это главная эмоциональная единица, компонент эмпатии, который проявляется в процессе общения и взаимодействия индивида с окружающими его людьми и определяет степень небезразличного отношения к переживаниям и чувствам оппонента по общению.

Обобщив подходы к определению понятия «творческие способности», следует отметить, что в общем понимании данный термин определяется как индивидуальные врожденные способности человека, развивающиеся под воз-

действием социальной действительности, благодаря которым человек развивается сам, помогает развиваться окружающим и создаёт что-то новое.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Рубинштейн С. Л. Основы общей психологии / С.Л. Рубинштейн. – СПб., 1998. – 638 с.
2. КуницынаВ.Н. Социальная компетентность и социальный интеллект: структура, функции, взаимоотношение / В.Н. Куницына // Теоретические и прикладные вопросы психологии. –, СПб.: СПбГУ, 1995(2). – 160 с.
3. Дружинин В. Н. Психология общих способностей / В.Н. Дружинин. – СПб.: Издательство «Питер», 1999. — 368 с.: (Серия «Мастера психологии») ISBN 5-314-00121-7
4. Анохин П.К. Эмоции. Психология эмоций / П.К. Анохин. – М.: Московский университет, 1993. – С 181–188.
5. Анохин П.К. Очерки по физиологии функциональных систем / П.К. Анохин. Издательство Медицина, 1975.
6. Выготский Л.С.Психология развития человека / Л.С. Выготский. — М.: Изд-во Смысл; Изд-во Эксмо, 2005. — 1136 с., ил. — (Библиотека всемирной психологии). ISBN 5-699-13728-9
7. Бойко В.В. Энергия эмоций в общении: взгляд на себя и на других/ В.В. Бойко. – М.: Филинъ, 1996.
8. Рубинштейн С.Л. Проблема способностей и вопросы психологической теории/ С.Л. Рубинштейн // Вопросы психологии. – М., 1960. № 3.
9. Дубровина И.В. и др. Психология: Учебник для студентов сред. пед. учеб. заведений / И.В. Дубровина. – 2-е изд., стер. – М.: Издательский центр «Академия», 2002. – 464 с.
10. Юрчук В.В. Современный словарь по психологии / В.В. Юрчук. – М.: Современное слово, 2001. – 768 с.
11. Каган М.С. Общение как ценность и как творчество / М.С. Каган, А.М. Эткинд // Вопросы психологии. 1986.
12. Сидоркина Е.Ю. Социально-психологические аспекты творчества в общении / Е.Ю. Сидоркина // Ананьевские чтения, 2000: Тезисы научно-практической конференции. СПб., 2000. С. 155-156.

МОДА В УСЛОВИЯХ НОВОГО СОЦИАЛЬНОГО ОПЫТА

Калистратова А.И.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Изучение культурного института моды экономикой в известном смысле оторвало моду от своего создателя – человека, так что в условиях современного общества можно наблюдать феномен деантропологизации моды. Как отмечает В.А.Кутырев: «объединение компьютерной графики, телевидения, объемного

звучания, специальных костюмов и перчаток, начиненных датчиками обратной связи – вместе это позволяет создавать целиком искусственные, вещественно не связанные с предметным миром среды. «Абсолютно внешнее». Сверхестественное» [1, с. 9].

Изменение общественных функций моды, обусловленных состоянием общества, уже достаточно давно стало объектом внимания социальной аналитики [2]. Но сегодня в условиях информационно-экономической глобализации в отечественной философии отмечается расширение представлений о многофакторности истоков моды, ее расслоении и редукции. Появились автократические (К.Белл), мотивационные (П.Нистром, Дж.Флюгель, Р.Барт), событийные, идеологические (Г.Тард) и многие другие теории моды, которые требуется перевести в экономические механизмы взаимодействия общества с этим институтом. При этом необходимо учитывать изменившуюся аксиоматику моды, вобравшую в себя не только процесс создания, но и опыт усвоения, преодоления, трансформации и трансляции, о котором пишут исследователи [3, с. 11].

Экономика вынуждена чутко реагировать на эти сигналы и все глубже проникать в философию моды как типа сознания различных слоев общества. Это обусловлена состоянием современного общества, которое постнеклассическая философия определяет термином «трансгрессия», означающим состояние переходности. Это базовое для сущности моды понятие сегодня широко употребляется по разным поводам. В рамках заявленной темы следует отдельно остановиться на молодежной среде, в которой специфика трансгрессии обусловлена возрастом, пространством большого мира, в которое вступает личность, возможностями, которые предоставляет для этого так называемый «модный облик». Иными словами, для поиска экономического влияния на этот процесс необходимо привлечение психологов, объединенных усилий с гуманитариями самого широкого профиля, философами и даже футурологами. Так мода преодолеет порог индивидуального выбора и станет общественным продуктом, получившим динамику переходных свойств. С.М.Каштанова называет трансгрессию основным двигателем культуры [4, с. 96], однако не следует забывать, что у культуры есть свой создатель и двигатель – человек, по воле которого культурные процессы теряют или приобретают свой динамизм, а вместе с ним способны разрешать противоречия и стимулировать творческую активность.

Экономической сфере, безусловно, выгодно стимулировать формы моды, поскольку символическое содержание дизайна давно является большой долей прибавочной стоимости [5]. Умение соответствовать моде и в то же время выглядеть уместно, проявлять культурную ассертивность в той или иной ситуа-

ции, также становится частью нематериального капитала работника и своего рода наглядным резюме. Однако в гонке за выпуском новых продуктов экономика стимулирует и поиск областей для творческой трансгрессии, а вместе с ним – и новое сознание, которое возникает только при тренировке культурной зоркости и символической деятельности, пусть даже это касается микрокосма индивидуального образа.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Кутырев В.А. Философия постмодернизма / В.А. Кутырев. – Н. Новгород: Издательство Волго-Вятской академии госслужбы. – 2006. – 95 с.

2. Архипова Л.В. Мода и ее влияние на спрос населения: автореферат…канд. экон. наук. Специальность 08.00.05. – М., 1977.

3. Фортунатова В.А. Аксиоматика моды как коммуникативная стратегия современности / В.А. Фортунатова // Вестник НГТУ им. Р.Е. Алексеева. Серия «Управление в социальных системах. Коммуникативные технологии». – 2016. – №1. – 11-16 с.

4. Каштанова С.М. Трансгрессия социальная и трансгрессия культурная /С.М. Каштанова // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. – 2002. - №11-2 (49). – с. 95-97.

5. Таксанов А. «Мода: человеческая слабость или мотор экономики?» http://www.centrasia.ru/newsA.php?st=1049970180

ПРОБЛЕМА ГЕНДЕРНОГО РАВЕНСТВА В СФЕРЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

Квашнина А. А.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Гендерное равенство – один из важнейших аспектов жизни в демократических странах, где женщины и мужчины получают равные возможности и обязанности в различных сферах жизни. Независимо от пола, гражданам предоставляются одинаковые права при трудоустройстве, они успешно сочетают семейную жизнь и карьеру. Понятие «гендерное равенство» появилось благодаря экспертам ООН, и сейчас его активно обсуждают не только в развитых странах, но и в развивающихся государствах третьего мира.

Сегодня во многих странах провозглашается равенство прав мужчин и женщин во всех сферах общественной жизни, в том числе при трудоустройстве и в предпринимательстве. Однако в силу разнообразных причин женщины продолжают подвергаться открытой или скрытой дискриминации, что представля-

ет собой реальную проблему и препятствует полному раскрытию потенциала половины человечества. Весьма остра и ощутима данная проблема в сфере труда и предпринимательства. Хотелось бы поразмышлять над вопросами о том, каковы причины и сущность данной проблемы, каким образом с ней осуществляется борьба в России и других странах, а также какие перспективы откроет ее решение.

Адаптация женщин в профессиональной сфере России сопряжена с определенными социальными и правовыми трудностями. По своему умственному и физическому развитию современные женщины не уступают мужчинам. Для них не существует принципиально закрытых, недоступных сфер труда. Однако, несмотря на официальное провозглашение гендерного равенства, в менталитете большинства россиян продолжают существовать патриархальные взгляды на роль женщины в обществе, что препятствует широкому вовлечению женщин в профессиональную сферу. Существующие национальные механизмы пока не способны обеспечить равные шансы для женщин и мужчин во всех сферах жизни. Несмотря на масштабные демократические изменения конца XX – начала XXI века в России, существующие национальные механизмы пока не способны обеспечить равные шансы для женщин и мужчин во всех сферах жизни. «Традиционные» проблемы женщин – сочетание семейных и внесемейных, материнских и трудовых обязанностей, их активное участие в политической и социальной жизни остаются нерешенными.

Таким образом, главные причины гендерного неравенства объясняются такими факторами, как:

- Уровень развития общества (социально-экономического, демографического, технологического).
- Система социальных норм, сложившихся традиций и общественного мнения
- Действия государства в отношении данной проблемы.

Актуальность рассматриваемой проблемы в России и в мире иллюстрирует статистика. Две трети всей работы в мире осуществляется женщинами. При этом женщины зарабатывают всего лишь 10% мировых доходов и владеют одним процентом мировых активов. Ущемление прав женщин приводит к ощутимым потерям экономического потенциала.

Россия занимает очень низкое место в мире по гендерному равенству. Позиции России в рейтинге Gender Gap Index, который отражает дисбаланс общественных возможностей и прав мужчин и женщин, серьезно ухудшились еще в 2014 году (Россия переместилась с 61-й строчки на 75-ю).

В настоящее время наблюдаются многочисленные нарушения ряда прав женщин – это нарушения на рынке труда, снижение профессионального статуса женщин, маленькое количество женщин на постах руководителей. Женщины продолжают сталкиваться с насилием в том числе и в производственной сфере. У россиянок отсутствует доступ к 456 видам работы. Ограничения касаются тяжелых видов работы – добыча сырья, производство и строительство. В России женщины не могут работать машинистами поездов, водителями сельскохозяйственной техники, управлять отдельными видами стройтехники и оборудованием по добыче сырья. В большинстве развитых стран такие ограничения отсутствуют. Портал Superjob выяснил, что из 100 тысяч человек лишь на 4 из 25 руководящих постов женщины претендуют чаще мужчин. На топ-позициях кадровой сферы и бухгалтерии женщины обосновались хорошо, составляя 78% и 93% соискателей соответственно. А вот на такие «мужские» должности, как начальник службы безопасности и технический директор остаются принципиально «мужскими» должностями, на которые претендует лишь 1% женщин.

На международном уровне принят целый рад документов, направленный на закрепление равенства мужчин и женщин: Конвенция ООН о ликвидации всех форм дискриминации в отношении женщин, Декларация ООН об искоренении насилия в отношении женщин, Конвенция ЮНЕСКО о борьбе с дискриминацией в области образования, Конвенции и рекомендации МОТ, Конвенция ООН о борьбе с транснациональной организованной преступностью, Декларация и Платформа действий IV Всемирной конференции ООН по положению женщин. Аспектами содействия гендерному равенству занимаются ОЭСР, ООН, Всемирный банк, МВФ, ЮНЕСКО, МОТ; в рамках ЕС созданы Европейская комиссия по вопросам гендерного равенства и Европейский институт гендерного равенства.

Одной из целей G20 является развитие гендерного равенства в сфере труда как одного из ключевых инструментов привлечения рабочей силы и обеспечения экономического роста.

Демографические прогнозы ОЭСР показывают, что если уровень занятости мужчин и женщин останется на нынешнем уровне, то показатели работающего населения в Германии, Японии, Испании и России снизятся к 2025 г. почти на 10%.

Во множестве стран разрабатываются разнообразные стратегии для реализации гендерного равенства в том числе: возложение бремени доказывания факта, что причины увольнения не имеют отношения к материнству, на работодателя (Аргентина, Германия, Турция); предоставление свободного времени с

сохранением заработной платы на предродовые медицинские осмотры (Ю. Корея, Турция); внедрение институциональных механизмов, упрощающих переход на неполный рабочий день по семейным обстоятельствам (Франция, Германия); реализация программ, направленных на продвижение гендерного равенства и ослабление стереотипов в сфере образования (Франция) и др.

Что касается России, то в ее Конституции, а также различных актах и соглашениях, в которых она принимала участие, провозглашается равенство мужчины и женщины во всех сферах общества. Однако в общем ряду стратегических задач государства гендерная стратегия не занимает большого места. К примеру, закон «О государственных гарантиях равных прав и равных возможностей для мужчин и женщин» 2005 г., который воспроизводит формулировку Конституции РФ, до сих пор не прошел второе чтение в Государственной Думе.

В то же время положительные стороны полового равенства в сфере труда и предпринимательства очевидны. По прогнозам экспертов, увеличение занятости женщин до уровня, равного занятости мужчин, гарантирует увеличение ВВП к 2030 г. на 12% (по странам ОЭСР).

Россией необходимо признать существование данной проблемы, более активно включаться в мировую борьбу за равенство полов; уделять больше внимания удовлетворению интересов всех социальных групп; прибегать к бюджетному планированию, направленному на сокращение гендерного разрыва. Эти меры повысят конкурентоспособность российской экономики и будут стимулировать экономический рост.

ТОРГОВЛЯ В ДРЕВНЕЙ РУСИ

Кириллов Н.М.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Торговля и предпринимательство занимают важное место в развитии экономики нашей страны. Поэтому понятен интерес к появлению и развитию торговли как виду предпринимательской деятельности в Древней Руси.

С момента образования в IX веке древнерусского государства, торговля имела большое значение в экономической политике древнерусских князей. Первое упоминание о купцах содержатся в древнерусских летописях и относятся к X веку. Изначально купцы были странствующими, но с течением времени стали оседать в городах, где происходил наибольший товарооборот.

Древнюю Русь называли страной городов. Города возникали из крепостей-замков и из торгово-ремесленных поселков. Город был связан с ближайшей сельской округой, продуктами которой он жил и население которого обслуживал ремесленными изделиями [6]. На городских рынках продавались продукты питания и ремесленные изделия, туда привозили товары иноземные купцы. В торговле были заняты различные слои городского населения, она связывала между собой ремесло, сельское хозяйство и промыслы. Именно города были оплотом предпринимательства, где сосредоточивались массы товаров, продаваемых как у себя в стране, так и за рубеж.

Развитие внутренней торговли обусловливалось ростом городов, общественным разделением труда, выделением ремесел, возникновением и накоплением излишков продукции. В Киевской Руси существовали две ранних формы внутренней торговли – это ярмарки и торговища. В каждом крупном городе действовали торги или торговища – предшественники ныне существующих рынков. Например, в 1017 г. в Киеве действовало восемь рынков, специализировавшихся на продаже отдельных видов товаров. Торговля велась в основном продуктами натурального хозяйства и была как оптовая, так и розничная.

Ярмарки отличались от торгов и торговищ своей относительно редкой периодичностью, большим стечением народа, наличием не только местных, но и привозных товаров, сопровождением торговли увеселительными мероприятиями.

Внешняя торговля по водным торговым путям с Волжской Булгарией, Хазарским каганатом, Азией, Арабским халифатом и с Константинополем была главным источником дохода купечества. Главным считался великий торговый путь «из варяг в греки», который связывал Балтийское и Чёрное море, скандинавские и восточные центры с Византией [2, с. 468-470].

Из Северной и Южной Руси купцы скупали льняные ткани, лес, мёд, воск, кованую и керамическую утварь, оружие, кожи, меха, а взамен получали моржовую кость, вина, пряности, ювелирные и стеклянные изделия, дорогие ткани, иконы, книги.

Великокняжеская власть прилагала немало усилий с целью защиты торговых интересов купечества. Отношения между русскими и иностранными купцами регулировались рядом международных торговых договоров и соглашений, первым из которых был договор Олега с греками.

Благодаря походам князя Олега в 907 и 911 г на Византию были заключены договоры с греками, составленные, как записал летописец, «на двое харатьи», то есть в двух экземплярах на русском и греческом языках [3].

Договор Олега с греками позволял русским купцам месяц жить за счет греков в Константинополе, но они должны были ходить по городу без оружия. А также иметь при себе письменные документы и заранее предупреждать императора Византии о намерении посетить его владения. Одним из самых важных пунктов договора был пункт о продаже в Византии собираемой на Руси дани, так как дань на Руси собиралась не драгоценными металлами, а натуральным налогом. Договор Олега с греками имел большое значение для торговли и предпринимательства древней Руси, для выхода древнерусского государства на мировой рынок.

В период XI–XII веков были заключены торговые соглашения между Русью и Волжской Булгарией, а также мирные и торговые договоры с хазарами [1, с. 139].

В 1195 г. Новгородская республика заключила торговый договор с городами Северной Европы. Ещё более детальный договор был подписан в1229 г. между Смоленском, Ригой, Готландом и рядом немецких городов Померанского побережья. Оба договора содержат как торговые статьи, так и нормы, предусматривающие наказание в случае нанесения увечий или убийства русских иностранцами и наоборот. Равенство сторон, по мнению Г. В. Вернадского, стало особенной чертой этих документов [1, с. 139].

Деятельность купцов была довольно опасной, известны неоднократные случаи нападения на купеческие караваны степняков на суше и пиратов на море. Именно поэтому нередки случаи объединения купцов в купеческие товарищества. Это доказывает деловая переписка новгородского купца (на берестяных грамотах). Он продает олово, свинец, покупает воск, совершает торговые поездки в Суздаль, но чаще совершает там сделки через своих комиссаров – суздальских купцов. Он член «складников» – объединения купцов, которые ведут совместные торговые операции, «складывая» капиталы и товары [4]. Такие товарищества, судя по всему, были обычной формой организации торговли.

Таким образом, поддержка княжеской власти и создание купеческих товариществ способствовали выделению торгового люда в отдельное сословие – купечество и развитию торгово-предпринимательской деятельности Древней Руси.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Вернадский Г.В. Золотой век Киевской Руси / Г.В. Вернадский. – М.: Алгоритм, 2012. –С. 139.

2. Карамзин Н.М. История Государства Российского. Том 3 /Н.М. Карамзин. – М.: Изд-во «Наука», 1991. –С. 468-470.

3. http://rushist.com/index.php/russia/245-oleg
4. http://www.studfiles.ru/preview/1639495/page:2/
5. http://www.twirpx.com/file/115535/ Рыбаков Б.А. Древняя Русь. Город, замок, село. Серия «Археология СССР». Том 6 (ред.). 1985

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СДЕЛКА В РАКУРСЕ КУЛЬТУРНОЙ ИГРОЛОГИИ

Клюев А.А.

Нижегородский государственный педагогический университет им. К. Минина

Заключение сделки в экономических отношениях является ключевым моментом деятельности любого субъекта. Сделки могут быть письменными или устными, они выполняют разные функции и несут в себе совершенно разные цели и ценности. Это различие обусловлено, в частности, разным воплощением в них атрибутов игровой деятельности, частью которой и является какое-либо заключение сделки. Для прояснения особенностей того и другого типа сделок необходимо определить, каким образом в них проявляются эти атрибуты.

Договоренности в разных сферах деятельности часто, если не всегда носят демонстративный характер. Это является той особенностью, которая досталась любому виду договора, существующего сейчас, от его генетических предшественников из глубочайшего прошлого человечества. Оттуда, где мифомагические сакральные ритуалы совместного принесения клятв сопутствовали и выступали в качестве необходимого элемента, поддерживающего социальную структуру в едином целом [1].

Времена принесения торжественных, наделенных глубочайшим духовным и символическим смыслом, клятв и обещаний осталось далеко в прошлом, за тем небольшим исключением, где они выполняют выхолощенную, чисто внешнюю функцию, как, например, клятвы, произносимые во время бракосочетания. Однако в некоторых сферах деятельности человека отголоски древнего взаимного клятвоприношения остаются сильны, переродившись и утратив видимое сакральное значение [2].

Заключение сделки в экономических отношениях есть не что иное, как согласие обеих сторон исполнить друг перед другом взаимные обязательства. Эти обязательства и то, как они должны быть выполнены, могут быть записаны в виде договора, то есть записаны и закреплены в документе или произнесены

устно, так, чтобы о факте сделки знали окружающие или чтобы возможно было доказать факт неисполнения обязательств.

В наиболее общем виде между двумя равными по статусу и роли участниками сделки можно выделить два вида соглашений: письменный и устный. Кроме различия в форме, они несут в себе глубинное отличие. Оно выражается в том, каким образом осуществляется репрезентация самого факта сделки, как и кем, устанавливаются правила, в том числе конкретные правила достижения результата сделки для каждого участника и метаправила соблюдения всякого соглашения вообще, в том, на чем покоится глубинная мотивация участников соблюдать или нет соглашение.

Подчиняясь законам всякого сакрального акта, а именно игровым законам, в этом вполне можно согласиться с Й. Хейзинга [3], заключение сделки, как было сказано, может следовать двум специфическим и обособленным друг от друга сценариям. Правила и особенности этих сценариев будут различаться по тем основным атрибутам, из которых состоит всякая игровая деятельность. Место, т.е. специально отведенное для этого пространство; особые правила или законы, вступающие в силу исключительно на время действия договоренности; участники как самого события заключения сделки, так и процесса исполнения ее условий; использование особых символических приемов и фигур. Для понимания сущностного различия при заключении сделки посредством устной договоренности или подписания договора необходимо рассмотреть, в чем именно проявляются в наиболее общих чертах их атрибутивные различия как игровых процессов.

Место, как первый из атрибутов, предполагает, что заключение сделки происходит не просто в пространстве, как оно есть само по себе, но в ***особом*** пространстве, которое предстает в ином свете уже в результате только того, что в нем совершается значимое событие. Также различие стоит проводить и по критерию открытости (публичности) или приватности этого места. Для письменного типа сделки характерно приватное, закрытое пространство с ограниченным доступом. При этом детали сделки остаются между сторонами договора и нотариусом или адвокатом, иными словами, специалистом, задача которого подтвердить правомерность договора и выступать в качестве независимого наблюдателя. Детали соглашения всегда остаются прописанными в договоре, который является закрытой территорией для сторонних людей. В то же время для устного сценария предполагается наличие зрителей и свидетелей, которые бы, в свою очередь, играли роль непредвзятого судьи. Отдельно стоит заметить, что подписание публичного договора на глазах массовой аудитории на самом

деле представляет собой устную договоренность, потому что является символическим жестом воли.

Правила и законы, вступающие в силу в результате заключения сделки, существенно отличаются друг от друга в разных сценариях. Так, во-первых, имеют разный уровень детализации, во-вторых, в письменном договоре требуется согласие и активное участие обеих сторон договора, в устном варианте нет необходимости, чтобы вторая сторона как-то реагировала на обязательства, взятые первой стороной, в силу уже того, что такие обязательства могут носить демонстративный или риторический характер.

Количество и качество участников также может различаться в этих типах сделок по публичности и приватности, где публичность характерна для устного типа, а приватность – для письменного. Этот критерий показывает, насколько активно событие заключения сделки и процесс ее исполнения привлекают дополнительных участников количественно, поскольку качественно в ней всегда присутствуют трое: двое заключающих сделку и независимый наблюдатель-судья. Специальная квалификация третьего заключается в способности третейского судьи принимать решение исходя из юридических оснований или внутреннего чувства справедливости. Склонность к юридической, рациональной оценке характерна для письменного договора, а этическая или основанная на внутреннем чувстве справедливости оценка – для устного.

Оба типа сделок различаются между собой и особыми символическими атрибутами. Так, для письменной сделки необходимыми являются подтверждения согласия сторон в виде подписей и печатей, прения − явные или неявные в процессе составления договора, получение сторонами копий документов. Для устной – заявление о намерениях, клятва или обещание, произнесенное во всеуслышание, публичное гарантирование исполнения обязательств своей честью или иными важными для сторон ценностями.

Таким образом, суммируя все вышесказанное, можно увидеть, что экономические сделки можно рассматривать как вариант игровой деятельности человека, воплощенный в экономической сфере. Но, несмотря на общую родовую принадлежность, устные и письменные сделки отличаются не только формально, но и по своей символической и смысловой наполненности. Что является важным фактором для понимания психологии и культуры экономических отношений.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Леви-Брюль Л. Первобытное мышление / Л. Леви-Брюль; Пер. с фр. Б.И. Шаревской. − М.: Академический проект, 2015. − 430 с.

2. Кайуа Р. Игры и люди; Статьи и эссе по социологии культуры / Р. Кайуа.; пер. с фр. и вступ. ст. С.Н. Зенкина. − М.: ОГИ, 2007. − 304 с.

3. Хейзинга Й. Homo ludens. Человек играющий / Сост., предисл. и пер. с нидерл. Д.В. Сильвестрова; Коммент., указатель Д.Э. Харитоновича. – СПб.: Издательство Ивана Лимбаха, 2015. – 416 с.

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ОБЩЕСТВА И КУЛЬТУРА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА НА ПРИМЕРЕ ЧАСТНОГО ДЕТСКОГО САДА

Князева Н.М.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Развитие и воспитание детей – одна из главных функций семьи, общества, государства. От подрастающего поколения зависит, каким будет наше общество через десяток лет. Поэтому так важно обеспечить правильное, всестороннее и гармоничное развитие детей с самого детства. Данную функцию, безусловно, должны выполнять семья и детские сады. Однако в России остро стоит проблема нехватки детских садов, группы детских садов переполнены, в связи с чем не представляется возможным уделить индивидуальное внимание каждому ребёнку. Существует проблема нехватки высококвалифицированных кадров в детских садахиз-за с низкой оплаты труда, недостаток учебных материалов, развивающих и дидактических игр, организационной среды [1]. В связи с перечисленными проблемами популярность частных детских садов сейчас достаточно высока. Однако конкуренция в данном виде бизнеса заставляет предпринимателя искать новые пути управления, создавать востребованные и креативные услуги для воспитания и развития детей.

Современные родители с большой ответственностью выбирают дошкольные учреждения для своего ребёнка. Их интересует в первую очередь качество предоставляемых услуг, уровень развивающей деятельности, наличие секций, кружков, возможность полноценного и всестороннего развития ребёнка. К требованиям родителей относятся и такие условия, как уменьшение количества детей в группе, оснащение помещения соответствующими возрасту детей играми и дидактическими материалами, улучшение питания и присмотра за детьми. Повышенные требования родители выдвигают и к педагогическому составу. Педагоги должны быть высококвалифицированными, профессиональными и ответственными в своей работе.

Все перечисленные выше условия может обеспечить сегодня частный детский садик. При этом частный детский сад будет конкурентоспособным, если им будет управлять человек, который разбирается не только в бизнесе, но и в психолого-педагогических вопросах развития дошкольника, и культуре предпринимательства.

Одной из актуальных проблем психолого-педагогической сферы является формирование коммуникативной успешности дошкольников и развитие эмоциональной устойчивости. Сюда относятся такие важные навыки, как умение общаться, положительное и уважительное отношение к сверстникам, к людям старшего возраста, навыки по самостоятельному решению конфликтных ситуаций, по выражению эмоций, чувств, пониманию эмоций других людей, навыки по управлению своим поведением в ситуациях разного рода. В современном обществе данные навыки приобретают особую важность [2]. Для формирования и развития таких навыков необходимо разрабатывать новые современны технологии. Отличительной чертой частного детского сада при всех его преимуществах может стать наличие сенсорной комнаты.

Сенсорная комната – это комната, которая оснащена специальным оборудованием для создания организованной особым образом среды, состоящей из различных стимуляторов для психологической разгрузки. Сенсорная комната оказывает воздействие на эмоциональное и психическое состояние ребёнка, она призвана успокаивать, расслаблять, а также стимулировать, тонизировать, восстанавливать. Сенсорные комнаты применяются в основном в медицинских учреждениях, однако использование их в детских садах было бы, на наш взгляд, эффективным.

Наряду с решением психолого-педагогических проблем дошкольника перед управленцем частным детским садиком стоит и другая важная проблема – культура предпринимательства. Культура предпринимательства обеспечивает высокий уровень организации, способствует повышению эффективности труда, улучшает качество предлагаемых услуг и, соответственно, ведёт к увеличению прибыли. Культура предпринимательства в частном детском саду определяет стиль взаимоотношений, климат, ценности детского сада. Культуру частного детского сада можно считать сильной, если имеется ясное понимание системы ценностей и средств достижения цели, имеются стратегические и тактические цели, имеется общее согласие, работа руководителей направлена на развитие общего понимания ценностей, общих убеждений [3].

Одним из важнейших условий успеха частного детского сада является трудолюбие сотрудников, профессиональное мастерство и талант. Чтобы акти-

визировать перечисленные качества, необходим нравственный подход. Важным в культуре предпринимательства является доброжелательное отношение к профессиональному умению и мнению коллег, объективное к ним отношение. Культура невозможна без честности, профессиональной порядочности – единства слова и дела.

В заключении статьи следует сказать о том, что предприниматель, который открывает бизнес для решения актуальных общественных проблем, является более успешным. Создавая культурные, благоприятные условия для профессиональных высококвалифицированных сотрудников, которые в спокойной психологически устойчивой среде могут раскрыть свои творческие способности, бесспорно выигрывает на высоко конкурентном рынке детского образования. Предлагая креативные, нестандартные, актуальные методы обучения и психологического развития детей, управленец частным детским садом имеет все возможности занять лидирующее место в данном виде бизнеса.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. https://www.gazeta.ru/science/2012/02/29_a_4013325.shtml(дата обращения 08.11.2016)
2. Актуальные проблемы психологии образования сборник научно-исследовательских работ студентов. – Уральский государственный педагогический университет институт психологии, 2015. – 253 с.
3. Организация предпринимательской деятельности: Учебное пособие / Н. У. Казачун, С. М. Хаирова, В. Л. Рачек, Г. А. Дрёмина. – Омский государственный институт сервиса, 2002. – 266 с.

ПСИХОЛОГИЧЕСКАЯ ГОТОВНОСТЬ К БРАКУ СОВРЕМЕННОЙ МОЛОДЕЖИ

Коломоец А.А.
Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Стойкость семейных взаимоотношений зависит от подготовленности современной молодежи к созданию семьи. Именно «готовность к браку» рассматривается исследователями как совокупность социальных и психологических установок. При этом очень важно уделять достаточное внимание эмоциональному расположению и отношению личности к совместной жизни.

Не в таком далеком прошлом вступление в брак рассматривалось как серьезное, ответственное решение с точным осознанием того, что в дальнейшем необходимо пройти через всю жизнь с одним человеком – это высшее проявление любви, уважения и доверия к партнеру. С приобретением независимости поток новых взглядов на брак его ценность в современном обществе со стороны Запада разрушило устойчивое представление о «позитивном союзе». По сегодняшний день продолжается разрушение старых традиционных установок на брак, при этом новые еще не сформировались. Распространение случаев создания ранних браков и наряду с этим увеличение количества разводов обусловили наш интерес к изучению проблемы формирования психологической готовности юношей к созданию собственной семьи.

Существуют некоторые фундаментальные духовные и нравственные опоры человеческих ценностей, которые возникли в социальной и культурной жизни общества. Именно эти ценности помогают личности выстоять в сложных жизненных ситуациях, справиться с образовавшимися испытаниями. Одной из важных характеристик, которой обладают личностные ценности, является возможность структурирования действительности, при этом придавая ей рациональный характер. Благодаря огромному спектру жизненных ценностей мы можем соотносить свое поведение с принятыми нормами и идеалами, которые выступают в качестве эталона, регулируя собственное поведение. Важно отметить, что ценности продиктованы практической деятельностью, а также связаны с ней. Именно в социуме реальность, опосредованная осознанной деятельностью, приобретает ценностный характер.

Проблемам психологии юношей, в частности их готовности к браку, посвящено немало исследований психологов, педагогов и социологов. Теоретической основой данной работы выступили труды отечественных и зарубежных психологов: М.К. Ахимовой, Р. Бенедикт, Л.И. Бершедовой, Л.И. Божович, В. Бондаровской, М. Боришевского, Ф. Бейлса, С. Дроздовой, И.С. Кона, М. Мид, Т. Парсонса.

Главным психическим новообразованием юношеского возраста принято считать профессиональное самоопределение и построение жизненных планов на будущее [1, с.539]. В этот период происходит вступления его-идентичности, развитие самосознания, полоролевого самоопределения личности (Л.Божович, М.Боришевский, И. Кон).

Непосредственно степень формирования полового сознания и самосознания устанавливает потребности, ценностные ориентации, мотивы поведения человека как полового существа [3, с.34].

По мнению психологов С.М. Емельянова, В. И. Зацепина, Е.С. Калмыковой, морально- психологическая готовность человека к семейной жизни обозначает восприятие им полного комплекса условий, обязательств и общественных стереотипов действия, стабилизирующих семейную жизнь [цит. 5].

К таким требованиям относятся:

- готовность взять на себя новую систему обязанностей относительно своего брачного партнера, будущих детей и поручительство за их поведение (С.М. Емельянов) [цит. 5];

- умение приспосабливаться к привычкам и чертам характера другого человека и понимать ее психические состояния [2].

Таким образом, мы можем сделать вывод, что создание семьи, а именно подготовленность молодежи к вступлению в брак – достаточно сложный процесс, при этом имеет многофакторную структуру. К ней относится различная форма зрелости, а именно физическая, социальная, экономическая, юридическая, а также психологическая. При этом не следует забывать про важнейшие навыки личности в детской психологии, знания основ медицины: одна из немаловажных основ – это культура половых отношений и т.д. Человек, вступающий в брак, должен обладать установками, которые направлены на сохранение супружеской верности в браке. Также следует помнить, что готовность к созданию новой ячейки общества является интегральной категорией. Вступая в брак, личность должна быть готова к выполнению комплекса немаловажных требований, обязанностей и социальных норм поведения. Вышеупомянутые требования связанны с семейной жизнью, они формируют моральные эталоны семьи, а также определяют позитивное эмоциональное отношение к семейной жизни, при этом не следует забывать ценности супружества.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Абрамова Г.С. Возрастная психология /Г.С. Абрамова. – М.: Наука, 1997. – 662 с.
2. Возрастная психология: детство, отрочество, юность / Под ред. Мухина В.С. – М.: «Академия», 1999. – 624 с.
3. Загальна, вікова і педагогічна психологія: практикум: навч.посібник для студ.пед.ін-тів / Под ред.Д.Ф.Ніколенка. – К.:Вища школа, 1980. – 208с.
4. Торохтий В.С. Психология социальной роботы с семьей /В.С. Трохтий. – М.: 1996. – 218 с.

ПРОБЛЕМЫ МАНИПУЛИРОВАНИЯ В ПЕДАГОГИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Корнилова А.В.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

В последнее время сфера образования претерпевает значительные изменения. Делается акцент на индивидуализацию и гуманизацию процесса образования. Гуманистический и индивидуалистический подход к образовательному процессу непосредственно реализуется педагогом. При этом стоит отметить, что педагогические ориентиры, которыми он должен руководствоваться, на практике далеки от реальной жизни. Ведь педагог должен прежде всего учитывать своеобразие личности учащегося, выявлять основное направление его интересов и анализировать его возможности и способности, что требует высокого профессионализма. При несоблюдении этих условий возникают барьеры в общении между педагогом и учащимся.

Все многообразие педагогического общения можно определить двумя типами:

– реальное общение, в котором и педагог и учащийся выступают субъектами действия. Взаимодествие строится таким образом: преподаватель обосновывает свои требования, держится демократично, учащийся выступает равноправным собеседником;

– педагогическое манипупулирование, в котором педагог выступает как субъект, а учащийся как объект действия. В этом случае педагог не учитывает возрастные особенности и индивидуальность учащихся [4].

Е.Л. Доценко определяет манипуляцию как психологическое воздействие, искусное исполнение которого ведет к скрытому возбуждению у другого человека намерений, не совпадающих с его актуально существующими желаниями [2].

Цель манипулятивных приемов одна – достижение выполнения педагогических требований, но их мотивы могут быть разными. Обобщая их, можно выделить две группы: к первой относятся желание укрепить свой престиж и подчеркнуть свою значимость; ко второй – желание убедить учащихся в объективности педагогических требований [8].

Педагог прибегает к манипулятивным действиям по ряду причин, и прежде всего из страха (страх равнодушия аудитории, негативного её отношения, боязнь осуждения и оценки).

Развитие СМИ, а также компьютерных технологий, как считают некоторые аналитики, уменьшает роль педагога в образовательном процессе, снижает воздействие учителя на учащихся, подрывает его авторитет. Манипулирование в таком случае применяется обучающими как способ избегания подобных проблем.

Э.А. Щеглова делает вывод, что молодые педагоги, наблюдая за более опытными коллегами-манипуляторами, приходят к неверному выводу: что гораздо проще и быстрее достичь желаемого результата с помощью манипуляций. Помимо этого, во многих случаях уловки и скрытое принуждение считаются более приемлемыми, чем открытое, грубое принуждение. С годами настоящий педагог накапливает опыт, зарабатывает авторитет. Он получает определенный имидж, который позволяет ему желаемого результата достигать личным влиянием, а не манипуляциями [7].

Проблема манипуляции в педагогической сфере усложняется еще и тем, что педагог напрямую участвует в формировании личности учащегося, который воспринимает модель поведения педагога как правильную. Человек-манипулятор – это результат взаимодействия со средой.

Манипулятивные приемы, вызванные второй группой мотивов, выражают профессиональное мастерство педагога [4]. Я.С. Трубовским подчеркивается значимость подобных манипулятивных действий. Он говорит о том, что воспитательная цель при этом скрыта. Ребенок встречается не с волей другого человека, а с требованиями жизни. Он отмечает, что к подобному методу опытный воспитатель прибегает не от беспомощности, а от осознания возможностей косвенного влияния [6].

М.В. Богуславский также считает, что манипулятивная педагогика может быть конструктивным способом ведения учебно-воспитательного процесса. Он полагает, что педагогика манипуляции не подразумевает, что ребенком манипулируют вопреки его интересам, а наоборот, рассматривается как действенное средство развития ребенка, которое помогает ему глубже осознавать свое «Я». При подобного рода манипуляции педагог должен максимально учитывать потребности и возможности ребенка, помимо этого он должен сделать все для реализации его активности и научить его пользоваться свободой [1].

Таким образом, некоторые ученые на сегодняшний момент рассматривают манипулятивную педагогику как альтернативу педагогике авторитета (Я.С. Турбовский, Н.Н. Михайлова, С.М. Юсфин).

Н.Н. Михалова и С.М. Юсфин так говрят о манипулятивной педагогике:

«Конструктивная манипуляция в образовании становится позитивным средством развития, причем развития значительно более продуктивного и интенсивного, позволяющего ребенку с большей глубиной осознавать свое «Я», чем обеспечивает педагогика авторитета» [3, с. 57]. При этом ими рассматривается более сложная модель манипуляции, при которой учащийся рассматривается и как объект педагогического воздействия, т.к. цель и средства его обучения разрабатываются педагогом, и как субъект, т.к. действует учащийся самостоятельно. Н.Н. Михайлова и С.М. Юсфин отмечают, что такая манипуляция возможна только, если воспитатель обладает реальным авторитетом [3].

В своей статье А.И. Тарелкин рассматривает возможность приравнивания манипуляции ко лжи и задается моральным вопросом о ее допустимости [5]. И если все-таки такую возможность допустить, то остро встает морально-нравственная проблема использования манипулятивных приемов в процессе обучения, т.к. учащийся воспринимает модель поведения своего педагога как истинную, а незрелая личность еще не способна определить релевантность манипуляций в конкретных ситуациях.

Таким образом, к проблеме манипулирования в педагогической сфере нельзя относиться однозначно, т.к. помимо бытующего негативного отношения к манипуляциям, некоторые авторы выделяют и положительное ее воздействие (М. Битянова, А.Б. Добрович, Е.Л. Доценко, Я.С. Турбовский), эту точку зрения также нельзя игнорировать. Причины манипулятивного поведения педагога могут быть разными. В связи с этим круг проблем, связанный с манипуляциями в педагогической сфере, достаточно широкий. И главная проблема в нем – это морально-нравственная допустимость использования манипуляции в педагогической практике, которая еще требует изучения.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Богуславский М.В. Лабиринты манипулятивной педагогики / М.В. Богуслваский // Директор школы. – 2002. – № 9. – С. 35-38.

2. Доценко Е.Л. Психология манипуляции: феномены, механизмы и защита / Е.Л. Доценко. – М.: ЧеРо, Издательство МГУ, 1997.

3. Михайлова Н.Н. Педагогика поддержки: Учебно-методическое пособие / Н.Н. Михайлова, С.М. Юсфин. – М.: МИРОС, 2001.

4. Самаль Е.В. От манипуляций к самоактуализации – путь к психологическому здоровью педагога / Е.В. Самаль// Здоровье педагога: проблемы и пути решения: Сб. Науч. Статей заочной Всерос. Научно-практ. Интернет-конф. Омск, июнь-сентябрь 2010 г. – Омск: Полиграфический центр «КАН». – С. 37–43.

5. Тарелкин А.И. Морально-нравственный аспекты проблемы межличностного

манипулирования в педагогическом общении / А.И. Тарелкин // Психология обучения. – 2013. – №3. – С. 97-109.

6. Турбовский Я.С. Средства и методы педагогического воздействия / Я.С Турбовский. – М.: Знание, 1980.

7. Щеглова Э.А. Влияние стажа профессиональной деятельности на уровень макиавеллизма педагогов / Э.А. Щеглова // Сибирский психологический журнал. – 2009. – № 33. – С. 42-43.

8. Щеглова Э.А. Склонность к манипулированию и формы ее проявления в профессионально-педагогической деятельности: Автореф. дис…. канд. наук/ Э.А. Щеглова. – Томск: Том. Гос. ун-т, 2009.

РОЛЬ ХРИСТИАНСКИХ ПРИНЦИПОВ В РАЗВИТИИ ДЕЛОВОЙ КУЛЬТУРЫ РОССИИ НА ПРИМЕРЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КУПЦОВ БУГРОВЫХ

Кузьмина А.М.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Предпринимательская деятельность России богата многовековыми традициями. На становление деловой культуры нашей страны оказывали влияние различные факторы: историческое развитие, географическое положение и другие. В данной статье мы подробнее рассмотрим влияние религиозных основ поведения купечества на процесс формирования русской культуры предпринимательства.

Важно отметить тот факт, что большинство основателей и наследников известных купеческих фамилий – Морозовы, Рябушинские, Прохоровы, Носовы, Бугровы – являлись представителями старообрядчества, поэтому имеет смысл обратиться к этико-религиозному кодексу старообрядцев, который стал универсальной духовной основой формирования деловой этики периода раскола русской церкви.

Одним из основных принципов кодекса являлся аскетизм, предполагавший самодисциплину, которая достигалась за счет жесткой упорядоченности, как повседневной жизни, так и предпринимательской деятельности. Аскетизм способствовал также поддержанию добросовестного отношения к труду, умеренности при пользовании богатством, трезвости. Для представителей старообрядческих родов важную роль играл принцип ведения честного бизнеса, стремление сохранить собственное лицо, свою деловую репутацию, поэтому нередки были сделки «под честное слово», которые совершались без опасений наруше-

ния её условий. А сам честный труд становился частью духовной жизни, воспринимался как способ служения Богу и духовного самосовершенствования [1, 2]. И именно купцы-старообрядцы задавали тон в предпринимательской среде. На примере деловой империи Бугровых это видно особенно ясно.

Малоизвестным фактом является то, что основатель империи, Пётр Егорович, поднялся с самых низов общества, и путь его был очень сложен: в 16 лет мальчик работал пастухом, затем подрабатывал в сапожной мастерской, приторговывал мясом, занимался даже бурлачеством на Волге [3]. Но он всегда отличался особым трудолюбием, терпением, смирением, как и все старообрядцы, был абсолютно трезв. Все эти качества вместе с рассудительностью и бойким нравом обеспечивали ведущее положение Петра Егоровича в любой жизненной ситуации, помогали добиваться различных успехов, подниматься по социальной лестнице.

Для Бугрова, глубоко верующего человека, богатство никогда не являлось самоцелью. На своем мужицком уровне он сформулировал глубокое обоснование социальной значимости капитализма: «Деньгу грешно держать в сундуке, надо пускать её, чтобы народ ею кормился. Она в один день семерых обойдет и выручит, а в сундуке она тлен». Именно этого принципа всю жизнь придерживался Бугров, а также передал его сыновьям и внукам [3, 4].

Для следующего представителя рода Бугровых, Алексея Петровича, также характерен аскетизм, выражавшийся в форме самоограничений в самом образе жизни. Миллионера-старообрядца легко можно было узнать по хорошему, но скромному костюму, отсутствию дорогих украшений. Он отличался умеренностью в употреблении пищи и часто избегал шумных светских увеселений. На что же тратилось огромное состояние? Бугров никогда не жалел денег на совершенствование своего бизнеса и, конечно, на благие дела.

После смерти Бугрова-старшего к ведению дел перешел его сын. Николай Александрович смог не только еще больше расширить семейное дело, но и стать одним из крупнейших благотворителей России. Помимо этого, он много времени и средств уделял строительству богаделен, ночлежных домов и т.п. Немалая ежегодная прибыль предприятия Бугрова делилась в следующей пропорции: 45% на нужды города, 45% на развитие фирмы, оставшиеся средства по его усмотрению.

Сохранилась оценка деловых и нравственных качеств Бугрова, данная его земляком крестьянином Иовом Ивановичем Сентяловым. Он отмечал, что Николай Александрович «превыше всего ставил религиозное мировоззрение, собственную совесть. Слово его никогда не расходилось с делом. Эта цельность

натуры накладывала печать на весь его нравственный облик и всю его деятельность» [3].

Подведя итоги, можно сказать, что сложившаяся в XIX-XX вв. среда купцов-старообрядцев с ее религиозностью, нравственными устоями благоприятно повлияла на развитие деловой культуры страны в целом. Благодаря этому этапу деловая история нашей страны обогатилась опытом ведения социально ответственного бизнеса, колоссальной благотворительной и меценатской деятельности. Безусловно, возврат к прошлому невозможен. Зато возможно и нужно имеющийся опыт осмыслить, дополнить и внедрить в современные организации.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. http://opora-sozidanie.ru/?p=4515.html
2. http://www.starover.religare.ru/print6369.html
3. Седов А.В. Кержаки. История трех поколений купцов Бугровых URL: http://ekskursiyann.ru/index.php/istoriya-trekh-pokolenij-kuptsov-bugrovykh/kak-bednyak-v-bogachi-vybilsya/kak-petr-egorov-bugrovym-stal
4. Литературно-художественный журнал «Нижний Новгород». Н. Новгород, 1998. № 2. – С. 15-38.

ПСИХОЛОГИЧЕСКОЕ СОПРОВОЖДЕНИЕ ПРОЦЕССА РАЗВИТИЯ АДАПТИВНЫХ КОПИНГ-СТРАТЕГИЙ БУДУЩИХ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ

Кузьмина Е.В.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

В настоящее время в психологии все больше внимания уделяется изучению совладающего поведения. По мнению В.М. Ялтонского, адаптивные стратегии поведения в стрессовых ситуациях снижают риск профессионального выгорания. Особенно актуально проблема использования конструктивных поведенческих стратегий представляется в подготовке будущих предпринимателей, ведь современная экономика требует от руководителя умения принимать разнообразные изменяющиеся условия и адекватно реагировать на них в условиях социального взаимодействия. Р. Лазарус дает следующее определение совладающего поведения – стремление к решению проблем, которое предпринимает индивид, если требования имеют огромное значение для его хорошего само-

чувствия, поскольку эти требования активируют адаптивные возможности. Развитие эффективных стратегий совладания в условиях вуза может быть осуществлено посредством психологического сопровождения.

Каким же должен быть процесс психологического сопровождения процесса развития стратегий совладания у будущих предпринимателей?

По мнению Ю.В. Щербатых, в формировании совладающего поведения ведущая роль отводится следующим компонентам: личностному, поведенческому и эмоциональному. Компоненты эти находятся в тесной взаимосвязи и позволяют конкретным стратегиям быть эффективными в зависимости от ситуации [1].

В результате теоретического анализа литературы (Т. Г. Мухина [2; 3], Р.Р. Набиуллина [4] и др.) представляется возможным предложить теоретическую модель по развитию у будущих предпринимателей эффективных копинг-стратегий, с учетом компонентов совладающего поведения.

На наш взгляд, процесс развития конструктивных стратегий возможно разделить на следующие этапы в соответствии с особенностями психологического сопровождения: диагностический, этап психологического информирования и развивающий этап.

На этапе диагностики необходима работа по направлениям:

– изучение специфики копинг-стратегий (поведенческий компонент);

– изучение характеристик личности студента (личностный и эмоциональный компоненты);

– формирование рекомендаций на основе полученных данных (см. рис.1).

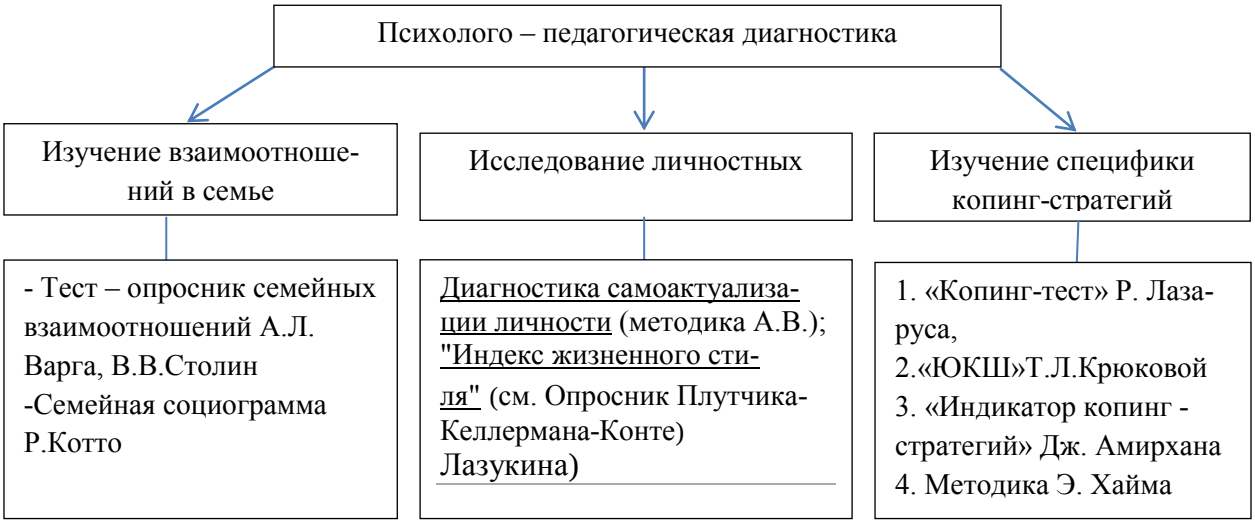


Рис. 1 – Особенности психолого-педагогической диагностики в процессе развития копинг-стратегий будущих предпринимателей

По мнению В.М. Ялтонского [5], результаты диагностики в конкретной ситуации позволяют разработать развивающий комплекс в зависимости от актуальных потребностей респондентов. Нами выделены основные направления, характеризующие деятельность на других этапах: развитие адаптивных копинг-стратегий, формирование умений снятия психоэмоционального напряжения, а также развитие личностных качеств.

На этапе психологического информирования представляется необходимым:

– расширение знаний студентов о способах выхода из стрессовой ситуации (эмоциональный и личностный компоненты);

– разъяснение специфики адаптивных копинг-стратегий (эмоциональный и поведенческий компоненты).

Особенности работы на этом этапе обуславливают выделенные нами конкретные составляющие информирования: о способах выхода из стрессовых ситуаций, о специфике адаптивных копинг-стратегий и о способах снятия психоэмоционального напряжения.

Рис. 2 – Этапы психологического информирования

Предлагаемая нами структура развивающей работы имеет в своей основе три блока, которые выделены нами на основе данных диагностики: развитие адаптивных копинг-стратегий, формирование умений снятия психоэмоционального напряжения, а также развитие личностных качеств. По каждому блоку представлены возможные направления деятельности.

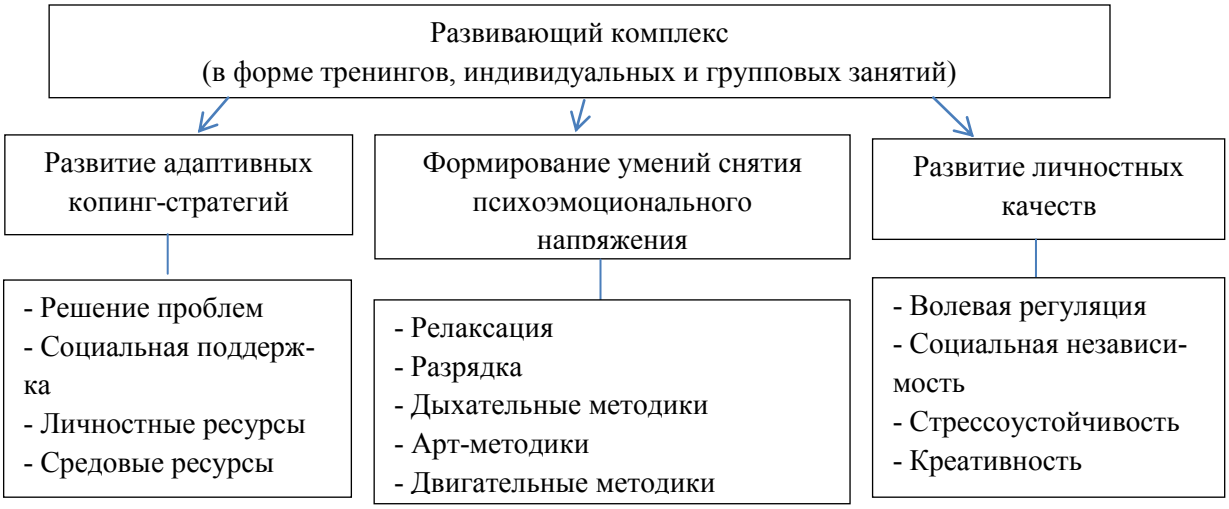


Рис. 3 – Возможные направления работы в развивающем блоке

Таким образом, представленная структура психологического сопровождения процесса развития адаптивных копинг-стратегий будущих предпринимателей для оптимального развития конструктивных поведенческих стратегий в стрессовых ситуациях с учетом различных факторов и позволяет будущим предпринимателям эффективнее справляться со стрессом.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Щербатых Ю.В. Психология стресса и методы коррекции / Ю. В. Щербатых. – СПб.: ПИТЕР, 2006. 255 с.
2. Мухина Т. Г. Психолого-педагогическое сопровождение профильного обучения. Практико ориентированная технология: учебное пособие для вузов / Т.Г. Мухина. – Н. Новгород: НГАСУ. – 2015. – 221 с.
3. Мухина Т. Г. Психолого-педагогическое сопровождение профессионального становления личности студента в техническом вузе // Великие реки. – 2015. – С. 283-285.
4. Набиуллина Р. Р. Механизмы психологической защиты и совладания со стрессом (определение, структура, функции, виды, психотерапевтическая коррекция)/ Р.Р. Набиуллина. – Казань: Изд-во ИП Тухтаров В. Н., 2013. – 99 с.
5. Ялтонский В. М. Профилактика и психотерапия нарушений психосоциальной адаптации у подростков / В.М. Ялтонский // Не будь зависим. – 2013. – № 5. – С. 7–14.

ДЕЛОВАЯ ЭЛЕКТРОННАЯ ПЕРЕПИСКА: ЭТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ

Куликова Е.И.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Деловое общение, переговоры, телефонные коммуникации, совещания – все эти повседневные рабочие ситуации подчинены определённым регламентам, которые формируют наше поведение. Есть ещё один коммуникационный

инструмент, который прочно вошёл в нашу жизнь сравнительно недавно, – это электронная переписка. Каждый день мы получаем и отправляем письма, а все ли знают, как правильно оформить письмо, прежде, чем нажать кнопку «отправить»? Существует ли этика деловой электронной переписки? И нужна ли она для успешного ведения бизнеса? Именно этому мы бы хотела посвятить своё выступление.

Каждое электронное письмо – это визитная карточка человека и отражение его деловой позиции. И если для вас важно, чтобы эта визитная карточка выглядела респектабельно, а деловая позиция способствовала результативности общения, тогда знание ключевых этических правил и следование им в электронной переписке – это важнейшее условие успеха.

В каждой фирме или организации существует единый стандарт оформления электронных писем. Он включает в себя: структуру самого письма; правила обращения к адресату; реквизиты и подписи; ФИО; должность; рабочие телефоны; адрес электронной почты; ссылку на сайт компании.

На наш взгляд, этика деловой переписки по электронной почте базируется на нескольких правилах:

1. Смайлы и другие подобные знаки в официальной переписке неуместны.

2. В обязательном порядке нужно заполнять поле «Тема», иначе ваше письмо вероятно может оказаться в папке «Спам».

3. Если вы отвечаете на чьё-то письмо, но при этом меняется главная мысль диалога, соответственно нужно изменить тему, а ещё лучше – начать обсуждение нового вопроса созданием нового письма. Тема письма – это смысл всего сообщения, поэтому изменение поля обсуждения без изменения темы может привести к путанице и препятствиям.

4. В почтовых программах можно указывать степень важности сообщения, это неизбежно, если адресат каждый день получает огромное количество писем. С отметкой «важное» письмо получает преимущество при проверке почты.

5. Так же, как и онлайн-беседу, электронное письмо надо начинать с приветствия и обращения (Здравствуйте, добрый день + имя отчество адресата), и только после этого следует переходить к цели вашего обращения.

Теперь рассмотрим правила обращения к адресату и важную часть письма – подпись. Обязательно нужно начинать предложения с прописной буквы и ставить точки. Текст, написанный только строчными буквами, без точек и других знаков препинания, трудно читать. Электронное деловое письмо должно быть

написано в деловом стиле. При составлении электронных писем необходимо соблюдать принцип грамотности и логичности. Электронная подпись – это специальный файл, который представляет собой текстовую надпись. Наличие подписи в электронном письме говорит о пригодном тоне деловой переписки.

Одним из преимуществ электронного письма перед телефонным звонком или беседой является то, что у вас есть время обдумать ответ: собраться с мыслями, уточнить данные, но с этим затягивать всё-таки не стоит. По правилам этикета, на электронные письма требуется отвечать в течение 24-48 часов. Если вы не можете ответить в этот срок, стоит объяснить причину задержки. Нужно иметь в виду, если вы не отвечаете на электронное письмо в течение пяти рабочих дней – это видимый отказ от общения.

Стало понятно, что у электронной переписки есть свои специфические нормы, но, тем не менее, правила вежливости присущи всем способам коммуникации. Если вы просите что-либо, не забывайте говорить «пожалуйста», «будьте добры» и прочее, даже если ваша просьба не выходит за рамки служебных обязанностей вашего адресата. Не забывайте благодарить своего партнёра и извиняться, если по вашей вине возникли какие-либо недоразумения. По правилам заканчивает переписку тот, кто её начал.

Современному миру предпринимательства и бизнеса стоит повысить уровень этикета, соблюдаемый при составлении электронного письма, и уровень корпоративной культуры. Согласитесь, что именно эти два показателя являются источниками успешной работы в коллективе и с партнерами других фирм. Конечно, многое зависит от руководителя компании. Если он изначально показал себя как профессионал своего дела, как лидирующая личность и как личность, которая ставит деловую этику и культуру на пьедестал, то и от сотрудников стоит ждать положительных результатов, оправдывающих ожидания руководителя.

Правила деловой этики в электронной переписке довольно логичны и рациональны. Эффект их применения в деловом общении не заставит себя ждать и скажется на его результативности.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Шеламова Г.М. Этикет делового общения: Учеб.пос. для нач. проф. образов. / Г.М. Шеламова. М.: Издат.центр, 2005. – 192 с.

2. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: https://www.training-partner.ru/staty/etika-elektronnoj-delovoj-perepiski.html (дата обращения 22.10.2016).

3. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: http://proprof.ru/stati/career/delovoy-etiket/etika-delovogo-pisma
(дата обращения 22.10.2016).

ОСОБЕННОСТИ САМОРЕГУЛЯЦИИ АКТИВНОСТИ ЖУРНАЛИСТОВ ГТРК «НИЖНИЙ НОВГОРОД» В ПРЯМОМ ЭФИРЕ

Локтева Т.В.
Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Современное телевидение отличает оперативность выдачи информации в эфир. Каналы соревнуются в скорости передачи новостей. Проводником между произошедшим событием и зрителями выступает журналист. От того, как он преподнесет информацию, зависит ее восприятие людьми, сидящими по ту сторону экрана. А значит, у него нет права на ошибку, искажение информации.

Большое значение при работе в стрессовых условиях прямого эфира имеет уровень саморегуляции. В современной психологии существует множество трактовок этого понятия, которые делают акцент на разных составляющих процесса сохранения психической и эмоциональной стабильности личности (О.А. Конопкин, Б.В. Зейгарник, И.С. Кон и др.). Наше исследование базируется на теории В.И. Моросановой, которая говорит о влиянии личностных особенностей на деятельность через сложившиеся индивидуальные способы саморегуляции активности. Иными словами, то, как человек планирует и программирует достижение цели, учитывает значимые условия окружающей действительности, оценивает собственную активность, стремясь получить субъективно приемлемые результаты, находит отражение в индивидуальных особенностях саморегулирования [1].

Цель, гипотезы и метод исследования

Цель исследования – выявить особенности саморегуляции журналистов, работающих в прямом эфире. В ходе исследования рассматривались структура и сформированность компонентов индивидуальной системы психической регуляции поведения и деятельности сотрудников редакции ГТРК «Нижний Новгород» [2].

Субъект – в нашем случае журналист – инициирует и выдвигает себе цели, а также управляет их достижением. Мы предположили, что успешные, так называемые «топовые» журналисты, которые часто работают в прямом эфире, имеют высокий общий уровень саморегуляции, а также должны обладать более высоким развитием процессов планирования целей и программирования действий, чем их менее успешные в профессиональном плане коллеги. Такую же закономерность, по нашей гипотезе, можно проследить и у сотрудников, работающих в эфире больше года относительно профилей их менее опытных коллег.

Для проверки перечисленных гипотез нами был использован опросник «Стиль саморегуляции поведения» (ССПМ) [3], созданный в 1988 году в Психологическом институте РАО в лаборатории психологии саморегуляции, заведующей которой тогда была В.И. Моросанова. Он позволяет продиагностировать развитие индивидуальной саморегуляции, включающей показатели планирования (Пл), моделирования (М), программирования (Пр), оценки результатов (ОР), гибкость (Г), самостоятельность (С) и общий уровень саморегуляции (ОУ).

При сопоставлении процессов саморегуляции в различных группах нами использованы данные об опыте работы, регулярности выхода в эфир, возрасте и половой принадлежности испытуемых, которые мы получили по результатам дополнительного опроса сотрудников компании по разработанной нами анкете, направленной на определение психологических особенностей работы в прямом эфире. Ввиду ограниченности объема статьи здесь приводятся результаты исследования только по саморегуляции личности, полученные по методике В.И. Моросановой.

Выборка и процедура исследования

В проведенном нами исследовании приняли участие 36 сотрудников ГТРК “Нижний Новгород”, что составляет 95% от числа выходящих в прямой эфир. Остальные 5% отказались принять участие в опросе, объясняя это опасением, что результаты исследования станут известны руководству и могут повлиять на их имидж и дальнейшую работу.

Возраст опрошенных условно можно поделить на две группы: молодые люди – 20-30 лет и зрелые – 30-43 лет. 72% из них составляют женщины и 28% мужчины.

В своем исследовании мы использовали деление по опыту работы в прямом эфире: до одного года (группа 1, в нее вошли 14 человек) и больше года (группа 2, в нее вошли 22 человека). Такое деление связано со спецификой журналистской работы, когда сотрудник считается опытным после года работы в режиме онлайн, обычно за это время у него вырабатывается свой собственный стиль подачи информации и реагирования на внешние раздражители.

По регулярности выхода в эфир мы также сформировали две группы: в группу 3 вошли работники (14 человек), регулярно выходящие в эфир, что на ГТРК «Нижний Новгород» составляет два-три раза в неделю, и нерегулярно – один раз в неделю и реже – в группу 4 (22 человека).

При сборе материала испытуемым предлагалось ответить на вопросы теста и дополнительной анкеты на своем рабочем месте, были даны гарантии анонимности. Опрос журналистов был проведен в августе 2016 года.

Результаты исследования и их интерпретация

В целом общий уровень саморегуляции опрошенных сотрудников находится на **высоком уровне** и составляет 33 балла по ССПМ. Но значения отдельно каждой из шести шкал соответствуют **среднему уровню** саморегуляции (рис. 1).

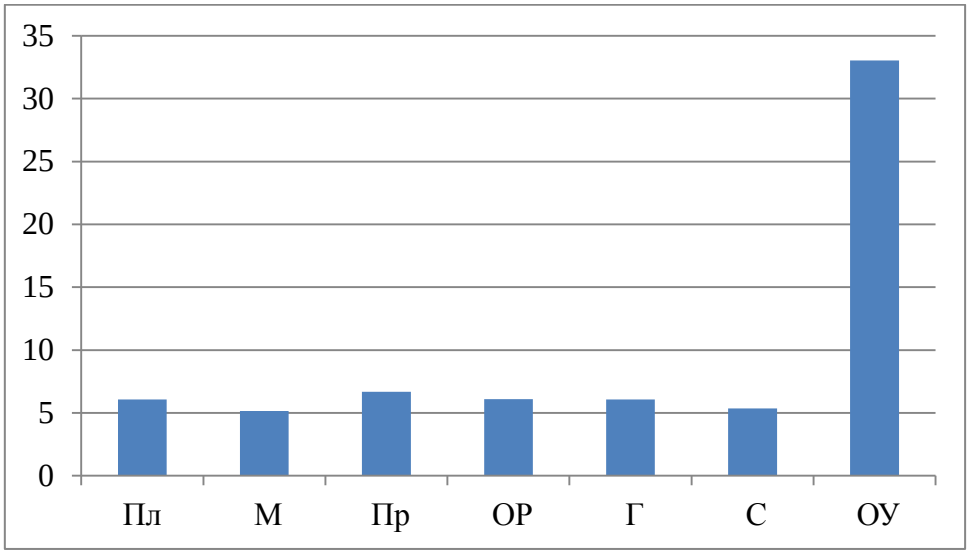


Рис. 1 – Шкала уровня саморегуляции сотрудников ГТРК “Нижний Новгород” (среднее баллов)

При этом больше всего у испытуемых развито осознанное программирование своих действий, т.е. при выходе в эфир они чаще всего тщательно продумывают способы своих действий и поведения. Журналисты заостряют внимание на деталях. А при несоответствии условий намеченным целям могут легко скорректировать их, проявляя гибкость. По нашему мнению, это является неотъемлемой частью профессиональных качеств работников эфира, когда существует необходимость детализировать последовательность своих действий. В этом случае тактика “проб и ошибок” недопустима в поведении так же, как и высокая степень импульсивности работника.

Сотрудники организации тяготеют к шестому индивидуально-типическому профилю саморегуляции (рис. 2), предложенному Моросановой. В частности, обладателям данного профиля присуща высокая степень интроверсии. Неожиданный для нас результат, так как журналистской деятельностью занимаются преимущественно экстраверты, которые отлично умеют приспосабливаться к обстоятельствам, что подтверждают психологические исследования [4, с. 137]. Возможно, интроверсия сотрудников проявляется скорее в рефлексии, чем в замкнутости и излишних переживаниях. Это говорит, о необходимости дополнительных исследований в этом вопросе.

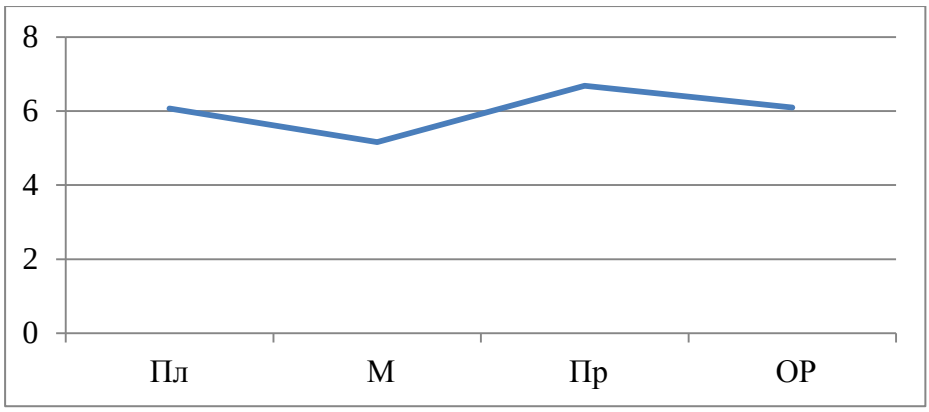


Рис. 2 – Индивидуально-типический профиль саморегуляции сотрудников ГТРК “Нижний Новгород”

Когда мы сравнили профили сотрудников, работающих в эфире меньше года (группа 1), с профилями более опытных коллег (группа 2), оказалось, что последние превосходят более молодых не по всем параметрам, как нами ожидалось (рис. 3). Несмотря на то, что нами не выявлены статистически значимые различия между группами, общий уровень саморегуляции, действительно, у второй группы испытуемых был высокий (34 балла), а у первой – средний (32 балла). Стаж работы в прямом эфире предсказывает 12.9% различий в общем уровне саморегуляции журналистов прямого эфира (γ=0.129). Лучший результат по сравнению с группой 1 показали опытные журналисты и по шкалам моделирования и программирования. Но у давно работающих журналистов значительно ниже, чем у менее опытных сотрудников, показатели по шкалам планирования (на 1.68 балла) и самостоятельности (на 1.8 балла). Это можно объяснить большим опытом корреспондентской работы, когда по должностным обязанностям функции планирования берет на себя продюсер. Тогда через определенный промежуток времени психика журналистов привыкает, что выполнение этой функции не так важно и не влияет на конечный результат их деятельности.

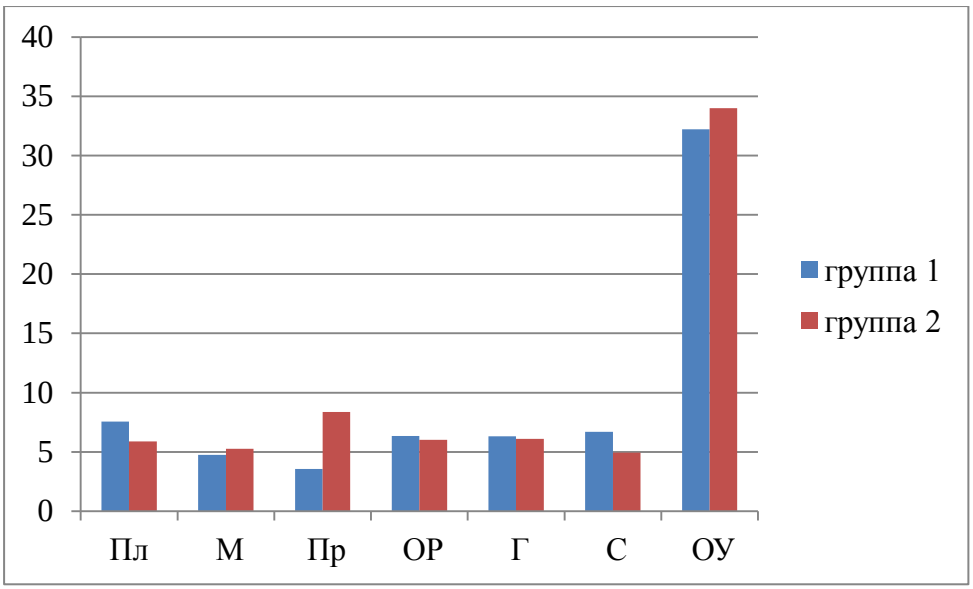


Рис. 3 – Показатели саморегуляции у начинающих (группа 1) и опытных журналистов (группа 2) ГТРК «Нижний Новгород» (среднее баллов)

Похожий результат мы получили, сравнив опросники корреспондентов, которые регулярно выходят в самое рейтинговое время – прайм-тайм, и тех, кто крайне редко, только по мере производственной необходимости, работает в прямом эфире (рис. 4).

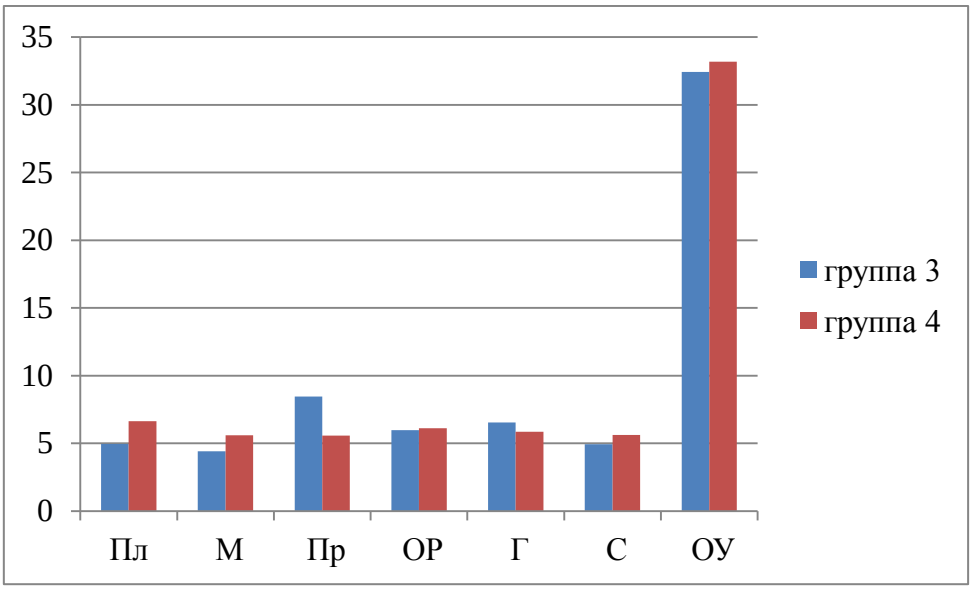


Рис. 4 – Показатели саморегуляции у сотрудников, выходящих в эфир регулярно (группа 3) и редко (группа 4) ГТРК Нижний Новгород (среднее баллов)

Навык планирования у “топовых” корреспондентов оказался гораздо ниже (на 1.7 балла), чем у их менее успешных коллег, как и показатель по шкале моделирования оказался меньше (на 1.2 балла). Этот недостаток частично компенсируется развитым регуляторно-личностным свойством – гибкостью. Обла-

дателей таких типичных профилей отличает потребность разработки программ своих действий с целью сосредоточения на выполнении своей работы, несмотря на любые внешние помехи. Они хороши в оперативной работе, достаточно работоспособны и энергичны. Анализ с использованием U-критерия Манна-Уитни выявил статистически значимые различия между исследуемыми группами только по показателю «программирование» ($p<0.01$). Регулярность выхода в эфир предсказывает до 29% различий в общем уровне саморегуляции сотрудников ($\gamma=-0.292$).

Вообще, обобщенный профиль сотрудников, регулярно выходящих в эфир (рис. 4), повторяет общую статистику по всей выборке, когда мы не делили ее на подгруппы (рис.1). За значимым исключением – общий уровень саморегуляции у топ-корров ниже и соответствует среднему (32 балла), а не высокому показателю этого параметра (>33баллов). Мы объясняем это тем, что чем чаще человек работает в условиях прямого эфира, тем привычнее для него эти условия, а значит, он уже не испытывает сильного эмоционального потрясения при включениях и воспринимает их как привычный вид деятельности. Соответственно, показатель общего уровня саморегуляции может снижаться.

Для выравнивания ситуации предлагается повысить уровень показателей по шкалам планирования и моделирования**.** В условиях работы ГТРК «Нижний Новгород» это может быть редакционное задание на ежедневный самостоятельный поиск и разработку тем будущих сюжетов, введение требований регулярного планирования на неделю вперед и долгосрочного планирования на месяц, три месяца и год вперед. Также предлагается перед каждой съемкой ввести обязательное заполнение съемочного листа, где указываются место съемки, главные герои, антураж, прописывается примерный план будущего сюжета. Таким образом, будут вырабатываться навыки планирования и моделирования у сотрудников.

Таким образом, наша гипотеза, что выходящие в эфир в прайм-тайм сотрудники имеют более высокий общий уровень саморегуляции, не подтвердилась. Они, также как и опытные журналисты (группа 2), в отличие от своих молодых коллег (группа 1), обладают меньшим уровнем показателя шкалы планирования, однако хороши в программировании своих действий. При достижении высоких результатов деятельности, чтобы как можно дольше удерживать столь высокую планку, важно не снижать уровень показателей таких основных регуляторных процессов, как оценка результата и программирование, сохранять уровень регуляторно-личностного свойства – гибкости. Она обеспечивает пластичность всех регуляторных процессов, позволяет адекватно реагировать на изменение событий и помогает уверенно себя чувствовать в любой обстановке.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Моросанова В.И. Стилевая саморегуляция поведения человека / В.И. Моросанова Е.М. Коноз// Вопросы психологии. – 2000. – №2. – С. 118–127.

2. ГТРК «Нижний Новгород». URL: http://vestinn.ru/ (дата обращения: 28.10.2016)

3. Моросанова В.И. Опросник «Стиль саморегуляции поведения» (ССПМ): Руководство. – М., 2004.

4. Маркелов К.В. Карьера журналиста: к вершинам профессии / К.В. Маркелов. – М., 1999.

КОНТЕКСТНОСТЬ КАК ГЛАВНАЯ ОСОБЕННОСТЬ И ЗАЛОГ УСПЕХА ИНТЕРНЕТ-РЕКЛАМЫ В СОВРЕМЕННОМ ОНЛАЙН-ПРОСТРАНСТВЕ

Лощилова А.А.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Можно ли считать Интернет местом, где работают совершенно отличные от общепринятых психологические законы рекламы? В целом — да, реклама в Сети работает по тем принципам, что и ее оффлайн-вариант, тогда в чем же причина того, что рекламодатели и их клиенты совершают на порядок больше ошибок именно в цифровой рекламе, нежели в других ее эквивалентах? На наш взгляд, причина проста: нечеткое представление о том, как же верно перенести одинаковые для любой рекламы законы психологии в новую среду.

К сожалению, несмотря на высокий уровень развития интернет-технологий, Сеть до сих пор остается не до конца освоенной потенциальными рекламодателями, хотя, несомненно, нельзя не отметить то, что это одна из наиболее перспективных площадок настоящего и будущего рекламного мира. Так, например, многие предприниматели и компании оценили удобство виртуальной площадки для своей рекламы: руководитель компании «Россия без наркотиков» Владимир Иванов говорит, что «95% звонков в офис поступают благодаря рекламе в Интернете», а Руководитель Департамента создания салонов красоты консалтинговой группы «Бизнес Рич» Надежда Салапина сообщает в своем интервью, что «проанализировав результаты от размещения различных видов рекламы, мы решили использовать лишь три площадки для продвижения своих услуг – отраслевые выставки, промо-семинары и Интернет. При этом 90% клиентов приходят к нам именно благодаря рекламе в сети» [2].

Так если предприниматели говорят, что этот вид рекламы так эффективен, в чем же может заключается проблема? Ответ прост: в психологических аспектах восприятия контента рекламы целевой аудиторией (ЦА) в рамках ее контекстности. Рассмотрим подробнее.

Приведем пример. Возьмем как площадку для рекламы билборды на проспекте Гагарина в нашем городе и разместим на них рекламу стройматериалов, и получим почти максимальный результат – в том направлении проходит большой поток садоводов, а также жителей частного сектора, что за городом. Но где искать эту аудиторию в Интернете, когда все возвращаются в город? Об этом и идет речь.

Рассмотрим подробнее: каждый день потенциальный покупатель стройматериалов заходит на портал деловых новостей, чтобы узнать последние рабочие новости, и там его встречает реклама материалов для дома. Вероятность того, что человек обратит на нее внимание, поглощенный работой, крайне мала, и пусть даже он и остается той ЦА, на которую баннер рассчитан, пользы от прокрутки рекламы, сжигающей вложенные в нее средства, может не быть вообще, хотя площадка считается перспективной.

Каков дальнейший алгоритм интернет-активности? Как правило, после рабочих вопросов пользователь отправляется на развлекательные порталы, однако в большинстве своем они по какой-то причине не рассматриваются рекламодателями как потенциально приносящие прибыль (хотя имеют более демократичные расценки относительно рекламных мест) или хотя бы «серьезные», и поэтому, когда потребитель расположен воспринимать информацию о предлагаемом продукте, воспринять ее ему просто неоткуда.

Здесь мы и возвращаемся к тому, с чего начали — к контекстности рекламы в Интернете, то есть к одной из главных особенностей ее восприятия. И в данном случае речь не о формате и внешнем виде рекламы (расположение, цвет, размер, статика/анимация), а в том, на подходящем ли сайте она расположена, чтобы превратить потенциального потребителя в реального.

Поэтому-то и важно понимать, в чем различие Интернет-среды и ее оффлайнового аналога, а для этого нужно знать особенности и преимущества Интернет-рекламы, которыми порой пренебрегают рекламодатели:

1. «Цена вопроса». Согласно данным, на данный момент онлайн-реклама стоит дешевле, но при этом потенциально имеет более высокий отклик аудитории.

2. Доверие ЦА. Из данных соцопросов видно, что около двух третей рецензентов доверяют информации в Сети.

3. Направленность (таргетированность). Как правило, всегда можно составить примерный портрет посетителя того или иногда сайта, что позволяет составить представление о наличии или отсутствии ЦА.

4. Высокая интерактивность. В онлайн-режиме существует возможность «заставить» рекламу «реагировать» на пользователя, что привлекает дополнительное внимание, которого невозможно добиться в оффлайн-рекламе.

5. Уровень политической свободы. В Интернете «свобода слова» не безгранична, однако более гибкая и вариабельная, нежели в оффлайновых медиа, и устанавливается преимущественно администрацией сайта, пусть и с опорой на существующие законы.

6. Контроль результатов. В цифровом режиме гораздо проще посчитать результативность рекламы, количество откликнувшихся и так далее, причем для этого нет нужды в диагностических исследованиях – достаточно разработанного алгоритма или программы.

7. Глобальность. Абсолютная доступность информации как для потребителя, так и для рекламодателя.

8. Лояльность к рекламе. Интернет-реклама воспринимается более положительно за счет ее разнообразия, нежели привычная оффлайновая (хотя первая также может быть навязчива).

9. «Обратная связь» с ЦА. С помощью прописанных алгоритмов «отслеживания» взаимодействия с рекламой рекламодатель имеет возможность получиться информацию о географии расположения и косвенно даже об интересах и пристрастиях потребителя, что может быть использовано в дальнейшем как раз для повышения контекстности рекламных акций [1].

Таким образом, можно сделать вывод, что по многим причинам, в том числе высокого уровня интерактивности, Интернет по праву можно назвать самой перспективной площадкой для рекламных медиа, однако, чтобы добиться этой перспективной эффективности, необходимо четко понимать особенности, отличающие Сеть от оффлайн-среды, и, что самое главное, знать, каким образом контекстность рекламы влияет на спрос со стороны ЦА.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. http://www.ideaura.com/psychology/internet_advertising_2.php (дата обращения: 19.09.2016)

2. Кеглер Т. Реклама и маркетинг в интернете / Т. Кеглер, П. Доулинг, Б. Тейлор, . Тестерман. – 2003.

3. http://www.nensi.ru/article/140706.htm (дата обращения: 20.09.2016)

ГЕНДЕРНЫЕ ОСОБЕННОСТИ МОТИВАЦИИ ТРУДОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Манцурова Ю.А.
Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Основной потенциал любой организации заключается в ее сотрудниках.

«Успешный высокоэффективный труд начинается, прежде всего, с человека, с его профессиональной заинтересованности, мотивированности и желания достичь высоких результатов своей деятельности» [2, с.24].

Мотивы, мотивация – объект пристального внимания многих исследователей. Исследованием гендерного аспекта трудовой мотивации занимались такие ученые, как А. Маслоу, Ф. Герцберг, В. Врум, Дж. С. Адамс, Т.В. Бендас, И. Гущина и др.

Существует многочисленная литература, сложился ряд подходов в исследовании мотивации. Так, у Хекхаузена мотивация представляется как побуждение к действию определенным мотивом. Ядов В.Я. и Здравомыслов А.Г. рассматривают мотивацию как иерархию и механизм взаимосвязи обобщенных мотивов, ценностных ориентаций, социальных установок.

Немало исследований посвящено типам мотивации. Ряд данных показывают различия в ценностях мужчин и женщин: и мужчины, и женщины сходятся во мнении о роли заработка, отношений с руководством, коллегами по работе, общественного признания труда, в то же время для них значимы различия в отношении реализации способностей (она преобладает у мужчин) и возможности общения (у женщин) [6]. Основные различия в социальном поведении заключаются в том, что мужчины более ориентированы на решение проблем, а женщины склонны к переживаниям по поводу проблемы [1].

Согласно результатам теста мотивации достижения А. Мехрабиана, «у женщин мотивация избегания неудач встречается чаще, чем у мужчин, которые нацелены больше на достижение успеха» [5, с. 180] .

Е.П. Ильин отмечает, что для мужчин более важны содержание труда, разнообразие работы, творческие возможности, тип выпускаемой продукции. Кроме того, мужчины в большей степени осознают социальную значимость труда. Для женщин важнее взаимоотношения в коллективе, условия труда, размер заработной платы [4].

Отсюда видны противоречия во мнениях исследователей и результатах исследований. Неоднозначны результаты по определению значимости размера заработной платы, социальной значимости или общественном признании труда.

Цель данного исследования – выявить различия в мотивационных аспектах трудовой деятельности у мужчин и женщин. Объект – мотивация трудовой деятельности сотрудников. Предмет: гендерные различия в мотивации трудовой деятельности.

Для диагностики мотивации использовалась методика К.Замфир в модификации А.Реана «Мотивация профессиональной деятельности». В основу методики положена концепция о внутренней и внешней мотивации. Внутренняя мотивация возникает из потребностей человека, и такой работник трудится с удовольствием, без внешнего стимулирования. Внешняя же мотивация находится вне пределов трудовой деятельности и даже вне личности работника. Положительные мотивы порождаются стимулами, ради которых человек сам считает нужным приложить усилия. К отрицательной мотивации относятся система наказаний, критика, осуждение [3, с. 69].

Установлено, что чем моложе работник, тем эффективнее у него соотношение внутренней и внешней мотивации. Согласно исследованию М.В. Прохоровой и В.М. Прохорова, в возрасте до 50 лет соотношение мотивационных комплексов оптимально. «Вместе с тем у работников, обследованных на завершающем этапе карьеры, выявляется неблагоприятный мотивационный комплекс» [7, с. 62].

Считается, что в оптимальном варианте мотивационного комплекса внутренняя мотивация имеет наибольшее значение, при этом показатели внешней положительной мотивации выше, чем у внешней отрицательной (ВМ>ВПМ>ВОМ).

В исследовании приняли участие 120 испытуемых в возрасте от 20 до 65 лет. Среди участников исследования равное количество мужчин и женщин. И женщины, и мужчины были разделены на 4 группы по возрастам (до 30, 30-40, 40-50, старше 50 лет). Каждая группа включала 15 человек. Трудовой стаж испытуемых превышает 3 месяца. По итогам проведенного исследования были получены следующие результаты.

Оптимальный мотивационный комплекс у 40% женщин (24 из 60) и у 43.3% мужчин (26 из 60). Для женщин всех возрастов характерна внутренняя мотивация (60% опрошенных женщин). Для них имеет значение деятельность сама по себе, удовлетворение от процесса и результата работы, возможность самореализации. Также распространена внешняя отрицательная мотивация

(стремление избежать критики и неприятностей) (26.7% женщин) (наиболее распространена среди женщин до 30 лет и после 50 лет).

Для большинства мужчин также характерна внутренняя мотивация, т.е. удовлетворение от работы и возможность самореализоваться (55% всех опрошенных мужчин). Для 21.7% мужчин характерна внешняя отрицательная мотивация. Т.е. стремление избежать критики и возможных наказаний или неприятностей. Для мужчин старше 30 лет (31.7% всех опрошенных мужчин) внешняя положительная мотивация, т.е. заработок и уважение со стороны других.

Размер денежного заработка значимее для женщин (78.3% опрошенных женщин), чем для мужчин (66.7%). Стремление к продвижению в работе, карьере больше выражено у мужчин (60%), чем у женщин (46.7%). Потребность в достижении социального престижа и уважения со стороны других более значима для мужчин (65% - 39 из 60 мужчин), чем для женщин (48.3% - 29 из 60 женщин). Стремление избежать критики со стороны руководителя или коллег является важным мотивом профессиональной деятельности для 40% женщин и 31.7% мужчин. Стремление избежать возможных наказаний или неприятностей – важный мотив для 65% женщин и 43.3% мужчин. Удовлетворение от самого процесса и результата работы важно для 83.3% женщин и 66.7% мужчин, а возможность наиболее полной самореализации именно в данной деятельности для 60% женщин и для 75% мужчин.

В заключение стоит отметить, что эффективная работа организации зависит, в первую очередь, от ее сотрудников. Руководство предприятия интересует получение оптимальных экономических показателей, что невозможно без грамотного управления трудовой мотивацией сотрудников. Формирование и дальнейшее поддержание благоприятной атмосферы и совершенствование системы стимулирования должно стать одной из приоритетных задач для руководства компаний.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Бендас Т.В. Гендерная психология / Т.В. Бендас. – СПб.: Питер, 2007. – 431 с.

2. Гусева А.С. Акмеологические основы индивидуальной работы с персоналом / А.С. Гусева, М.А. Ковалёва // Акмеология. – 2002. – № 3(4). – С. 24-27.

3. Замфир К. Удовлетворенность трудом / К. Земфир. – М.: Политиздат, 1983. – С. 67.

4. Костюнина А.А. Гендерные аспекты профессиональной и трудовой мотивации личности / А.А. Костюнина // Электронный научно-образовательный журнал ВГПУ «Грани познания». – 2010. – № 2(7).

5. Малиборская И.Л. Гендерные особенности мотивации персонала на разных этапах трудовой деятельности / И.Л. Малиборская // Вестник Воронежского государственного технического университета. – 2012. – №10-2.

6. Патрушев В.Д. Динамика основных ценностей повседневной деятельности и мотивов труда московских рабочих / В.Д. Патрушев, Г.П. Бессокирная // Социологические исследования. – 2003. – № 5. – С. 72-84.

7. Прохорова М.В. Возрастная динамика внутренней и внешней мотивации трудовой деятельности / М.В. Прохорова, В.М. Прохоров // Вестник Южно-Уральского государственного университета. Серия: Психология. – 2015. – Т. 8. – № 3. – С. 57-64.

БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТЬ: ИСТОРИЯ И СОВРЕМЕННОСТЬ

Масленникова Ю.В.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

В настоящее время вопросы благотворительности, как и прежде, являются важнейшими для решения многих проблем, с которыми изо дня в день сталкивается современное общество.

Благотворительность на Руси появилась еще с принятия христианства. В 966 году, Киевский князь Владимир обязал служителей церкви заниматься помощью нуждающимся и назначил десятину на содержание монастырей. История российского общества хранит многие факты о благодеянии таких аристократических семей, как Шереметьевы, купцов и заводчиков, как Третьяков, Бахрушин. В дальнейшем благотворительностью на Руси занималось как государство, так и частные лица.

И сегодня служат жителям нашей страны зданиея Московской медицинской академии, которое было построено на средства московского купечества.

Позже появились общественные организации, которые объединяли усилия добровольцев, координирующих благотворительную деятельность

В начале XIX века возникло общество императрицы Марии Федоровны. Местные отделения этого общества и другие самостоятельные общественные организации ставили перед собой цель решения отдельных благотворительных задач [1, с. 32–45].

В советское время решение всех социальных проблем взяло на себя государство, которое поддерживало создание таких обществ, как общество Красного Креста и Красного Полумесяца, Детский фонд им. В.И. Ленина.

В период Великой Отечественной войны формой благотворительности стали добровольные пожертвования на нужды обороны граждан нашей страны. Эти средства шли на создание танковых колонн, эскадрилий и.т.д. Например, горьковчане собрали средства на 48 танков, 6 самолетов, 3 бронепоезда.

В середине 80-х годов, во время перестройки, руководство нашего государства стало поощрять создание благотворительных фондов, спонсорство организаций. Это давало возможность частично освободить государственный бюджет от расходов на социальные нужды и способствовать формированию гражданского общества (Детский фонд, фонд культуры)

Согласно исследованию, проведенному проектом Добро Mail.ru и Всероссийским центром изучения общественного мнения (ВЦИОМ) в сентябре 2013 года, благотворительная деятельность набирает популярность среди российских граждан. 76% наших соотечественников когда-либо занимались благотворительностью и 21% из них считают эту деятельность важной для себя. Интересно, что препятствием для осуществления благотворительности явилось для граждан в большей степени отсутствие удобного ресурса с информацией о благотворительных проектах, чем отсутствие денежных средств (30% против 12%).

Основными преградами для тех, кто не занимается благотворительностью, являются недоверие к благотворительным организациям (49%) [источником данных сведений послужил сайт, указанный в пункте 2].

Поэтому можно предложить усилить информирование частных лиц и предпринимателей о необходимости поддержки того или иного человека, дела, мероприятия, проводимого в интересах общества. Для стимулирования благотворительной деятельности было бы целесообразным использовать различные виды поощрения благотворителей, прежде всего морального поощрения через СМИ, благодарственных писем и.т.д.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Годунский Ю.В. Откуда есть пошла благотворительность на Руси / Ю.В. Годунский // Наука и жизнь. – 2006. – № 10. – С. 32-45.

2. https://corp.imgsmail.ru/media/files/issledovanie-o-blagotvoritelnosti-2013.pdf (дата обращения: 12.02.2016)

3. http://gov.cap.ru/spec/SiteMap.aspx?gov_id=578&id=442544 (дата обращения: 20.02.2016)

ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ СТАРООБРЯДЦЕВ

Метёлкин А.В.
Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

В условиях современного развития бизнеса повышается интерес к истокам, формам и историческим особенностям российского предпринимательства.

Старообрядческое движение в России возникло после реформы православной церкви, проведенной патриархом Никоном в 1653–1656 гг. Однако эта реформа против воли ее инициаторов вызвала широкий протест ряда слоев населения. Являясь широким общественным движением, старообрядчество, устояв, несмотря на различные виды репрессий, стало оказывать большое влияние на другие сферы общественного развития, в частности на экономику и культуру.

Среди старообрядцев был особенно силен дух предпринимательства. Многие представители российского старообрядчества из Москвы, Санкт-Петербурга, Нижнего Новгорода и других городов активно занимались торговлей и другими видами предпринимательства.

В московской промышленной элите в конце XIX в. старообрядцы составляли более двух третей. Некоторые купеческие династии, например Рябушинские, принадлежали сначала к «официальному православию», а затем перешли к староверчеству.

В н. XX в. Макс Вебер отметил, что в ходе европейской реформации появился особый «дух капитализма». Именно он стал одним из факторов становления буржуазных отношений [7, с. 4]. Первые протестанты были аскетами в быту, считали труд главной целью человеческой жизни, себя называли «Божьими доверенными по управлению богатством». Впоследствии аскетизм протестантов сменился роскошью и стремлением к наслаждениям, а целью труда стало стремление к наживе.

На Руси веками складывалось иное отношение к бедности и богатству. Бедность в России никогда не считалась свидетельством неугодности Богу. В нашей стране бедных, убогих всегда привечали и считали долгом им помочь. Этому типу соответствовали психология и взгляды приверженцев старой веры Они считали богатство божественным благословением, которое должно приносить пользу как его владельцам, так и обществу.

Хорошо передает смысл благотворительной и коллекционной деятельности русского старообрядческого стих об Иоанне Крестителе: «Сослал Господь

четыре дара». Первому дару – кресту и молитве служила церковь. Поэтому, как указывает В.П.Рябушинский, русский хозяйственный мужик и покровитель церкви- почти синонимы [8, с. 2].

Второму дару – любви и милостыни, – служила благотворительность. Третий дар, – ночное моление – это коллекционирование икон, получившее широкое распространение среди старообрядцев. Четвертый дар – читательская книга - создание библиотек многими старообрядцами.

Одни купцы-старообрядцы самостоятельно выбились в предприниматели, начав с торговли (И.И. Хлудов, М.Я. Рябушинский).

Особо талантливых и предприимчивых людей старообрядческая община выбирала из своей среды, снабжая их начальным капиталом (династия Гучковых).

Ещё одно направление предпринимательской деятельности - откупное дело, например, на продажу спиртного (В.А. Кокорев).

Купцы-старообрядцы развертывали свою деятельность в различных отраслях экономики: (текстильная промышленность – И.И. Хлудов, М.Я. Рябушинский; производство фарфора – М.С.Кузнецов; ямской промысел, содержание гостиниц и постоялых дворов, нефтепереработка – В.А. Кокорев; торговля чаем – семейство Боткиных)

Успешно занимались старообрядцы и банковским делом (Рябушинские) [3, с. 263].

Рябушинские инвестировали средства в железнодорожный транспорт, а во времена Первой мировой войны одними из первых занимались автомобилестроением.

Характерно, что предприниматели-старообрядцы стремились к созданию крупных предприятий, ибо почитали труд главной целью бытия. Этому способствовало и то, что многие предприниматели-староверы имели возможность рассчитывать на помощь общины с ее целой сетью посредников: извозчиков, хозяев постоялых дворов и т.д.

Таким образом, деятельность предпринимателей-старообрядцев можно считать одним из важнейших факторов развития не только предпринимательства, как вида хозяйственной деятельности, но и всей экономики России в целом.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Аксенов А.И. Генеалогия московского купечества XVIII в. Из истории формирования русской буржуазии / А.И. Аксенов. – М., 1988.

2. Балдин К.Е. Развитие текстильной промышленности Ивановского края в 60-е гг. XIX начале XX в. / К.Е. Балдин, С.В. Мокеев. – Иваново: Ивановский государственный университет, 2006.

3. Барышников М.Н. 1000 лет русского предпринимательства: из истории купеческих родов / М.Н. Барышников. – М., 1995. – С. 263.

4. Глебов Б.Ф., Соколов В.М. История фабрики Большой Ивановской мануфактуры / Б.Ф. Глебов В.М. , Соколов. – Иваново, 1952.

5. Зеньковский С.А. Русское старообрядчество. Т.2. / С.А. Зеньковский. – М., 2006.

6. Морозовы: Династия фабрикантов и меценатов. Опыт родословия. – Ногинск. 1990.

7. http://chri-soc.narod.ru/posobie_10.htm Лекция 10, Протестантизм. С.4

8. http://cyberleninka.ru/article/n/filosofiya-staroobryadchestva-v-p-ryabushinskiy - Философия старообрядчества: В. П. Рябушинский. С. 2.

АНОМИЯ КАК ПРОБЛЕМА СОВРЕМЕННОЙ ПСИХОЛОГИИ

Молостова Ю.В.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

В последнее время в психологических исследованиях все больше стали уделять внимания проблемам аномии. Это и понятно. Ведь проблемы аномии обусловлены состоянием различных сфер современного общества и отношением индивидов к сложившейся ситуации. А современная ситуация такова, что люди находятся в условиях постоянного реформирования социальных сфер, ежедневно сталкиваются с экономическими трудностями, сокращением рабочих мест в государственных структурах. Это не может не рождать обеспокоенность, чувство неуверенности в завтрашнем дне. Как следствие, это ведёт к деградации трудовых и семейных ценностей, углублению депрессивных состояний у людей [1]. Кроме того, массовая компьютеризация, широкое использование интернета и мобильной связи лишают людей возможности «живого» контакта друг с другом, реальной помощи близким людям и содействуют расширению аномии в обществе. Причем негативному влиянию со стороны СМИ наиболее подвержено молодое поколение. В силу этого представляется необходимым рассмотреть особенности аномии сквозь призму психологии, обратив внимание на методики, помогающие понять суть происходящих процессов

Аномия – это состояние общественного или индивидуального нравственно-психического сознания, которое характеризуется отходом от нравственных норм, распадом морально-ценностной системы [2].

В психологии аномия связана с именем американского психолога Лео Сроула, который первым стал широко использовать данный термин. В его основе лежит негативная идея, которая зарождается в сознании индивида, об отсутствии социальной сплоченности с другими индивидами. Стремление к взаимодействию с обществом представляется или минимальным, критически ослабленным, или отсутствует у индивида вовсе. Аномия в психологии – это отчуждение человека от других людей, общества в целом.

Лео Сроул предлагает свою методику, обеспечивающую индивидуальное измерение аномии как психологического чувства. Он выделяет пять параметров аномии и демонстрирует их на шкале из пяти пунктов, включающей политические, культурные, экономические, социально-нормативные сферы, а также сферы «первичного» отношения к окружающим[3]:

1. Ощущение индивидом того, что общественные лидеры далеки от него и равнодушны к его нуждам
2. Пессимистическое восприятие индивидом социального строя как преимущественно непрочного и непредсказуемого
3. Взгляд индивида, согласно которому он и ему подобные отступают назад от уже достигнутых целей
4. Ощущение индивидом бесцельности жизни
5. Ощущение, что сеть отношений личности не подлежит предвидению и не имеет поддержки

На основе исследований, проведённых латвийскими психологами, можно дополнительно охарактеризовать аномию в рамках индивидуального переживания. Каждый человек, пребывая в ситуации общественных перемен, индивидуально переживает «критическую ситуацию». В связи с этим латвийские ученые выделяют тройку ключевых моментов в психологических реакциях личности [2]:

Безнорменность	Закрепление в сознании индивида идеи о невозможности доверия социуму и возрастание склонности к нарушению порядка, ввиду того что новые правила не позволяют адаптироваться.
Бессмысленность	Утрачивание актуальности ранее сформированных целей и представлений. Отсутствие новых целей и представлений ввиду низкого уровня (или полного отсутствия) адаптации к изменившимся условиям. Возникновение состояния апатии, скуки, ощущения бессмысленности и бесполезности не только в действиях, но и в жизни в целом.
Социальная изоляция	Отшельничество, нарастающее одиночество, осознание оторванности от людей и невозможность наладить межличностные связи, чувство пустоты или ненужности.

Таким образом, классификация позволяет понять особенности аномии в психологическом аспекте. Что важно: аномия может проявляться у всех людей, независимо от их пола, возраста и профессии. Наиболее тяжело подобное состояние протекает у людей, не умеющих и не стремящихся к адаптации в условиях высоких темпов общественного развития.

Нет сомнений в том, что эта проблема носит комплексный характер и ее следует решать как на социальном, так и психологическом уровне. При этом в социальном плане необходим комплекс мероприятий со стороны государства, в психологическом отношении целесообразна индивидуальная работа с людьми, подверженными аномии. Понятно, что в решении последней задачи должны участвовать специалисты через различные психологические службы.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Мягков А.Ю. Структура и динамика незавершенных самоубийств: региональное исследование / А.Ю. Мягков, Е.Ю. Смирнова // СОЦИС. – 2007. – № 3.

2. http://psihomed.com/anomiya/ - Сайт психологии и психиатрии

3. Туркиашвили Ш.А. Понятие аномии и попытки его модификации / Ш.А. Туркиашвили, В.Е. Горозия // Человек: соотношение национального и общечеловеческого. Вып. 2 // Сб. материалов международного симпозиума (г. Зугдиди, Грузия, 19–20 мая 2004 г.) Под ред. В.В. Парцвания. – СПб.: Санкт-Петербургское философское общество, 2004. С. 249-258.

ОДАРЁННОСТЬ КАК ФАКТОР ФОРМИРОВАНИЯ ЛИЧНОСТИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЯ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Назарова Ю.В.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Современный мир становится всё более сложным, динамичным и противоречивым. В современном предпринимательском сообществе важную роль имеет высокий интеллект личности, поскольку от наличия высокоинтеллектуальных, креативных личностей зависит благосостояние и успешное развитие общества в целом, а также уровень качества жизни. В настоящих условиях при переходе общества к инновационному предпринимательству возникает потребность в «выращивании интеллектуальной предпринимательской элиты». В этой связи актуальным является вопрос развития у одарённых школьников интеллектуальных и креативных возможностей для их самореализации в творческой и будущей профессиональной сфере деятельности. Поэтому установление и

развитие одарённости обучающихся, изучение условий и параметров, оказывающих влияние на формирование интеллектуальных и творческих личностей, является одной из актуальных проблем в российском образовании. Изучение психологических особенностей категории детей среднего школьного возраста является основной целью исследования вопросов формирования и развития умственной одарённости и креативности [1].

Большая часть специалистов-психологов оперирует понятиями: «одарённые дети» и «детская одарённость». Под термином «одарённые дети» понимается особая группа детей, опережающих сверстников в развитии. Одарённый ребёнок – это ребёнок, выделяющийся очевидными, иногда выдающимися достижениями в том или ином виде деятельности, или же имеет предпосылки для таких достижений. «Детская одарённость», наоборот, указывает на то, что каждый индивид имеет определённый интеллектуально-творческий потенциал.

Одарённость представляет собой достаточно сложное психическое явление, в котором тесно соединены познавательные, мотивационные, волевые, психофизиологические, эмоциональные и другие сферы психики. Признаки одарённости личности могут быть постоянными, но могут быть представлены и в скрытой форме. Также проявления одарённости могут характеризоваться высоким уровнем развития как общих, так и специфических способностей личности [2,3].

В развитии одарённости обучающихся особое внимание следует уделять личностным факторам. Одарённость формирует целостную личность человека, включая интересы, мотивационные факторы, креативность, волевые качества. Для формирования и развития одарённости личности на протяжении многих лет необходимо проводить различного рода тренинги, профориентационное тестирование, что позволит выявить потенциал каждого ребёнка и склонности к той или иной сфере предпринимательства. Несмотря на то, что в России достаточно большое количество людей занимается предпринимательской деятельностью, стоит отметить, что заметна нехватка кадров в сфере производства креативных товаров и различных новшеств. Именно поэтому так важно раскрывать таланты конкретно взятого ребёнка на стадии становления его как личности, чтобы в дальнейшем развивать эти способности и качества, которые необходимы для его формирования и совершенствования как лучшего предпринимателя в своем сегменте.

Таким образом, развитие одарённости детей является одним из важных направлений работы образовательных учреждений. Развитие одарённости должно рассматриваться с учётом внутренних и внешних факторов среды, прежде

всего взаимодействия развивающейся личности с её социальным окружением. Определение параметров образовательной деятельности, значимых для процессов развития интеллектуальной предпринимательской одарённости, создание условий для развития познавательного интереса и формирования персонального пространства личности как креативной индивидуальности являются наиболее значимыми в вопросах развития одарённости будущих предпринимателей, что в конечном итоге способствует решению задач современного общества.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Ильясов Д. Ф. Особенности развития одарённости учащихся / Д. Ф. Ильясов, Н.Ю. Андреева // Современные проблемы науки и образования. – 2012. – №3. – С. 206.
2. Андреева Н.Ю. Одарённость учащихся и её развитие в условиях образовательного процесса / Н.Ю. Андреева // Научное обеспечение системы повышения квалификации кадров. – 2011. – №3 (8). – С. 104-108.
3. Шевчук С.И. Интеллектуальная одарённость старшеклассников и готовность педагогов к её развитию во внешкольных и общеобразовательных учебных заведениях / С.И. Шевчук // Вектор науки Тольяттинского государственного университета. Серия: Педагогика, Психология. – 2013. – № 2 (13). – С. 303-306.

РЕКЛАМА И ЕЁ ВЛИЯНИЕ НА РУССКИЙ ЯЗЫК

Нелюбова И.А.
Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

На сегодняшний день специализированные термины многих сфер встречаются в средствах массовой информации, интернете, их употребляют люди в повседневной жизни. Одной из таких сфер является реклама.

Слово реклама произошло от латинского “reclamare”, что означает выкрикивать. Главной функцией рекламы является предоставление потребителю информации о товарах и услугах. Рекламная деятельность, как правило, имеет убеждающий и информационный характер. Её главная задача – оказать влияние на потребительское поведение и мнение общественности. Таким образом, каждый из нас в той или иной степени находится под влиянием рекламы. Мы часто покупаем то, что нам говорят или «советуют». Таким образом, реклама имеет огромное влияние на нашу жизнь. Она в значительной степени оказывает воздействие на наш образ и стиль жизни, на наши взгляды, языковое сознание, отношение к себе и окружающему миру.

Основной целью нашей работы является рассмотрение влияния рекламы на русский язык. Многие ученые-лингвисты занимались изучением данного вопроса, так как жизнь современного человека неразрывно связанна с рекламой. Далее мы рассмотрим одно из исследований. Оно было проведено в феврале-мае 2012 года, в рамках данного исследования был проведен анкетный опрос молодежной аудитории Москвы и Московской области. В моей работе представлен анализ результатов опроса среди учащейся и работающей молодёжи. В проекте были задействованы вузы, работающая молодёжь, учащиеся общеобразовательных учебных заведений. Всего для обработки отобрали около 3 тыс. анкет.

Изучение влияния рекламы на языковое сознание объясняется тем, что последние десятилетия происходят постоянные изменения в национальном речевом сознании. Они находят свое отражение в рекламе. Например: выйдя на улицу, мы повсюду видим баннеры, в транспорте – стикеры, на остановках – постеры. Все эти слова стали для нас привычными, и мы не задумываемся, что всего лет 7-8 назад таких слов в нашем языке не было.

Реклама оказывает влияние на языковое сознание молодежи и формирует так называемое «клиповое сознание». Термин «клиповое мышление» отсылает нас к принципам построения музыкальных клипов. Точнее к тем их разновидностям, где видеоряд представляет собой слабо связанный между собой набор образов. При клиповом мышлении, мир, окружающий человека, превращается в мозаику разрозненных и почти не связанных между собой фактов. Ряд западных исследователей утверждает, что такой вид мышления характерен для американской молодежи. Результаты проведенного исследования не дают оснований для утверждений, что среди российской молодежи распространен такой вид сознания.

Полученные в ходе опроса данные позволяют сделать ряд выводов о том, что язык рекламы не считается каким-то особым языком (30%), так же он представляет собой часть современного языка (51%). Несмотря на то, что данный вид языка влияет на речевую культуру молодёжи, он не считается образцовым.

Любая из разновидностей языка – это особый инструментарий для познания окружающей действительности и возможность ещё одного взгляда на мир. Молодежь интуитивно чувствует это и признает влияние рекламы на формирование языкового сознания человека.

Однако значительная часть молодых людей считает, что они не испытывают прямого рекламного влияния (40,7%) или не хотят его признавать.

Те же, кто допускает влияние рекламы, расценивают его как положительное (44%) и отрицательное (40%). Молодежь, позитивно оценивающая влияние

рекламы, считает, что в плане соблюдения норм русского языка необходимо предъявлять к ней более жесткие требования(60%).

Большая часть опрошенных считают необходимым следовать нормам русского языка(88%), отмечая сложность его восприятия. Одновременно подчёркивается значимость грамотного в языковом плане общения для достижения высокого социального статуса.

В тех случаях, когда речь идёт об определённом «рекламном влиянии», молодёжная аудитория указывает на самые важные, с ее точки зрения, характерные черты рекламы, способствующие формированию: умения сосредоточиться на главном; умения кратко выразить мысль; умения оригинально выразить мысль; умения быть убедительным.

Хотя уровень речевой культуры современной молодёжной аудитории несколько недооценён с позиций создателей рекламы, в целом можно констатировать снижение общего уровня речевой культуры всего общества, так как молодёжь сегодня не видит разницы между тем как говорят их родители и тем языком, на котором «говорит» реклама. В некоторой степени это связано с тем, что старшие поколения также подвержены влиянию рекламы.

Вопреки распространенному мнению рекламистов, создающих рекламу для молодежной целевой аудитории и считающих, что жаргонные и нецензурные слова импонируют молодёжному языковому сознанию, данные исследования показывают, что всего 6% опрошенных считают допустимым в рекламе вульгаризмы, 12% допускают использование нецензурных слов и выражений.

Реклама прочно вошла в жизнь современного человека. Она оказывает заметное влияние на модели поведения и формы общения. Главной целью рекламы является привлечение внимания аудитории. В этих целях в рекламе часто применяются игровые приемы, в том числе и языковая игра, поскольку она основана на нарушении общепринятых языковых и речевых норм, а необычное люди замечают быстрее и охотнее, чем обычное. Наибольший интерес формируют те игровые приемы, используемые в рекламе, на основе которых возникают остроумные высказывания. Они придают рекламному тексту эстетическую ценность и наиболее привлекательны для молодежи. Зачастую реклама привлекает внимание молодых людей не столько содержанием рекламного сообщения, сколько оригинальным слоганом, образом, формой изложения. Так, характеризуя язык рекламы, многие респонденты отметили его современность (53.58%), оригинальность (48,58%), динамизм (40,60%), образность (31,79%), конкретность (24,78%), то есть черты, свойственные самой молодежи. При этом молодые люди недооценивают ее влияние на выбор средств повседневного об-

щения. Всего 48% опрошенных считают, что рекламные тексты влияют на выбор средств повседневного общения.

Влияние рекламы, тем не менее, часто определяет предпочтения молодых людей при выборе наиболее «удобных», понятных многим и популярных у молодежи средств речевого общения. Среди наиболее распространенных способов повседневного общения выделяю тот факт, что многие слова и выражения замещаются отдельными словами из рекламных текстов, общение происходит посредством рекламных слоганов и фраз и коротких SMS-сообщений, а также общения в интернете.

На основании данного исследования можно отметить ряд тенденций, которые, прежде всего, заключаются в том, что у молодежи формируется достаточно терпимое отношение к рекламе, и она рассматривается как объективно существующий феномен, выполняющий определенные функции, используя при этом образцы вербальной составляющей рекламного творчества в качестве инструмента общения. Однако, чем старше возрастная группа молодых людей, тем менее привлекательными становятся рекламные речевые приемы и снижается частота их употребления.

В целом исследование подтвердило сформированность у молодёжи определённого языкового чутья, вкуса, творческих, языковых умений и навыков, наличие позитивного отношения к русскому литературному языку как к национальному достоянию.

В заключение хотелось бы сказать, реклама – важная часть нашей жизни, и с этим не поспоришь. Но все же давайте стараться использовать для общения наш богатый русский язык, а не различные короткие рекламные фразы и слова, которых в русском языке никогда не было. Наш язык богат и красив, так давайте будем гордиться тем, что являемся носителями одного из величайших языков мира!

СИСТЕМА УПРАВЛЕНИЯ КАРЬЕРНЫМ РОСТОМ ПЕРСОНАЛА НА ПРИМЕРЕ ООО «ЗУМ»

Немудряк И.О.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Исследуемая типография работает на рынке производства полиграфической продукции с 2006 года. За это время компанией был пройден путь от орга-

низации-посредника, в которой все задачи решались двумя сотрудниками – ее основателями, до полноценной типографии полного цикла с количеством работающего персонала более 100 человек. На данный момент типография ООО «ЗУМ» входит в десятку крупнейших типографий Нижнего Новгорода. В процессе своего развития организация столкнулась с рядом ключевых проблем, которые условно можно разделить на производственные, административные и кадровые. И если первые две были решены относительно быстро, посредством уже существующих инструментов, то ответы на важнейшие кадровые вопросы до сих пор остаются открытыми.

Роберт Кальвин в своем труде «Как отобрать, обучить, оценить продавцов» [1, с. 5] говорит о том, что американская компания «Hewitt Associates LLC» [2], в начале 2000-х годов провела исследование, опросив 118 менеджеров по продажам и руководителей отдела кадров крупных компаний, входящих в «Fortune 100» [3]. В ходе опроса необходимо было указать основные проблемы и самые сложные задачи, с которыми респонденты, по их мнению, столкнулись в прошлом и столкнутся в будущем. 80% из них сошлись во мнении, что самой важной проблемой управления было и остается удержание в организации высокоэффективных специалистов.

Это полностью соответствует ключевой проблеме, с которой столкнулось руководство ООО «ЗУМ». Постоянная «текучка кадров» заставила компанию остановиться в своем развитии, так как это напрямую сказалось на невозможности накопления знаний, связанных с основным направлением деятельности, и лишило организацию такого необходимого конкурентного преимущества на современном рынке, как высокая квалификация персонала. Создание стабильного, профессионального коллектива с высокой степенью ответственности на основе внутренней корпоративной культуры, призванной аккумулировать полученные в процессе деятельности знания и нормы поведения, способствующие динамичному и постоянному развитию организации и передавать эти знания от опытных сотрудников к новым – такую стратегическую задачу поставило себе руководство компании.

Проанализировав прошлый опыт развития, было принято решение начать с построение системы карьерного роста. Это было обусловлено следующими факторами:

1. Острая необходимость удержания квалифицированных кадров в компании.

2. Зачастую сотрудники – замечательные, усердные и ответственные люди, но находятся «не на своем месте», что очень сильно снижает эффектив-

ность работы. Навыки, опыт и личностные характеристики таковы, что им лучше работать на других должностях. Опытный и грамотный руководитель должен отслеживать такие проявления и обеспечивать сотрудникам горизонтальные карьерные перемещения внутри компании.

3. Система карьерного роста, перемещение по которой зависит от выполнения определенных качественных и количественных показателей, является дополнительной стимуляцией профессионального роста сотрудника. Помогает правильно определить уровень личностного и профессионального развития и своевременно применять разработанные методы корпоративного обучения.

4. Должности, которые подразумевают под собой сколь-либо продолжительное обучение внутри организации, воспринимаются изначально отрицательно. Это обусловлено нежеланием кандидатов тратить время на получение знаний, которые могут не пригодиться. Кандидаты склонны не заканчивать обучение, если сочтут, что затраченные время и усилия не соответствуют их перспективам в компании. Отсутствие возможности или желания терпеть финансовые неудобства во время длительного обучения могут являться демотивирующим фактором в том числе.

С помощью разрабатываемой системы карьерного роста необходимо решить следующие задачи: правильный подбор кандидатов на этапе найма, тестирование и отбор; обучение кандидатов; адаптация кандидатов в компании; построение и организация их работы; финансовая мотивация персонала; нефинансовая мотивация персонала; оценка эффективности персонала; удержание квалифицированного персонала в компании; частичная автоматизация управления персоналом, за счёт интеграции разработанной системы в управление экономикой предприятия.

В конечном итоге необходимость создания подобной системы переросла в осознание того, что это поможет решить многие проблемы оперативного управления персоналом, и в какой-то степени автоматизировать их. Разложив кадровую проблему на ряд задач, становится понятно, что начиная от найма и заканчивая оценкой эффективности уже высококвалифицированного персонала, система карьерного роста позволит показать потенциальному и действующему сотруднику прозрачную, понятную и честную картину, в которой он четко будет осознавать свое место и время перехода с одной ступени на другую. В условиях высокой динамики рынка, стремительного развития информационных технологий общения и желания людей получать все здесь и сейчас такой подход станет отличным способом мотивации и весомым преимуществом в борьбе за качественный административный ресурс.

Безусловно, этот вопрос рассматривается не впервые. Новизна нашего исследования заключается в узкой специфике полиграфического производства. Актуальность этой проблемы обусловлена отсутствием подготовки квалифицированных кадров в учебных заведениях.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Robert J.CALVIN // SALES MANAGEMENT The McGraw-Hill Companies, Inc., 2001 / Кальвин, Роберт Дж. // Как отобрать, обучить, оценить продавцов [Пер. с англ. ООО «Пароль»].-М.:ГИППО, 2009 С. 5.
2. http://www.aon.com/ (дата обращения: 26.10.2016 г.)
3. http://www.wageproject.org/files/fortune.php (дата обращения: 26.10.2016 г.)
4. Мухина Т. Г. Дополнительное профессиональное образование в зарубежных странах в условиях единого образовательного пространства / Т.Г. Мухина // Приволжский научный журнал Н. Новгород, ННГАСУ, 2011. – № 1(17). – С.153-157.
5. Мухина Т. Г. Дополнительное профессиональное образование в условиях единого образовательного пространства / Т.Г. Мухина // Труды Нижегородского государственного технического университета им. Р.Е. Алексеева. – Н.Новгород: НГТУ им. Р.Е. Алексеева. 2013. – № 1(98). – С. 299-308.

РОЛЬ ЛИЧНОСТНЫХ КАЧЕСТВ РУКОВОДИТЕЛЯ В ПСИХОЛОГИИ ПРЕДПРИНЕМАТЕЛЬСТВА

Никитин С.И.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Тема культуры и психологии предпринимательства актуальна в современной России. Обратим внимание на роль личности предпринимателя и её направленность, на личностные качества руководителя организации. Не лишнее заметить, что личность объединяет все характеристики индивида в одну структуру, которая сохраняет постоянство, но меняется в процессе адаптации к внешнем и внутренним условиям (среде обитания) [3]. Следует обратить внимание ,что предприниматель и его социальная направленность непосредственно зависят от половой принадлежности: у женщин, связанных с бизнесом, немаловажную роль играют гармоничность отношений с близкими и семейные ценности, а у мужчин-бизнесменов ориентирована на внешние признаки богатства и престижа. Важно отметить, что у всех предпринимателей отмечаются личностные качества как настойчивость, трудолюбие, активность и т.д., в независимости от возраста и пола, которые позволяют компенсировать недостатки их лич-

ности из-за биологической подструктуры. Не лишне заметить, что предприниматель, есть человек, использующий любую возможность с максимальной выгодой, т.е. человек, готовый к риску, нацеленный на создание нового или улучшение существующего положения вещей. Для того чтобы начать свое дело, двигаться к успеху, нужны усилия и активность человека, т.е. предприимчивость, как одно из важных личностных качеств [2]. Таким образом, с каждым годом в России к бизнесу и личностным качествам бизнесмена стали относиться всё с большим вниманием. Итак, в перспективе бизнесмен должен обладать основными личностными характеристиками:

1. Гибкость, широта мышления, креативность;
2. Целеустремлёность, предприимчивость;
3. Рационализм, целепологание;
4. Стрессоустойчивость, логическое мышление;
5. Высочайшая степень адаптации при малейших изменениях среды;
6. Позитивное мировоззрение, находчивость;
7. Быстрая обучаемость, лидерские задатки;
8. Объективность, прагматизм;
9. Самосовершенствование.

Как следует из вышесказанного, психология предпринимательства всегда рассматривает важный вопрос, который непосредственно касается самой личности бизнесмена, предпринимателя и внешних условий для успешного ведения бизнеса. Важно отметить, что предприниматель, начинающий дело в команде единомышленников, должен уметь работать в коллективе, так как только с лидерскими амбициями в коллективе ориентированным на поставленную задачу? далеко не уйдёшь. Следует подчеркнуть, что необходимо уметь вести за собой людей, правильно их мотивировать на необходимые вам действия, воодушевлять их. Таким образом, вам нужно не только управлять делом, но и участвовать самому непосредственно в управлении, нужен практический и теоретический базис работ в сегменте? который вы выбрали для ведения предпринимательства. Итак, вам как бизнесмену нужно выработать необходимую, уникальную методику работы, систему управления или адаптировать под свой бизнес уже существующие модели [3].

Следует обратить внимание, что выделение особенностей культуры в предпринимательстве, структурных составляющих в экономикt России говорит о начавшихся изменениях: в личной идентификации предпринимателя; в ориентирование при развитии компании на производство, а не только на одну тор-

говлю; в усиленном осознании общественной пользы от деятельности организации; при формировании организационной культуры в организации [1].

Суммируя сказанное, культура и психология предпринимательства акцентирует начинающего бизнесмена на веру в себя и понимание того, что ограничительные рамки присутствуют в нашем сознании и их нужно разрывать. Таким образом, только мы сами определяем и устанавливаем наши пределы возможностей, которые в той или иной степени мешают вести успешный бизнес.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Боторина О.В. Культура предпринимательства: сущность и составляющие // О.В. Боторина, Ю.С. Фукалова // Российское предпринимательство. – 2012. – № 24 (222). – С. 57-62.

2. Ермаков С.А. Предпринимательство как ценность жизни человека / С.А. Ермаков, Е.В. Ермакова // Грамота. – 2013. – № 3 (29): в 2-х ч. Ч. I. – С. 65-67.

3. Щербатых Ю.В. Психология предпринимательства и бизнеса: Учебное пособие. СПб.: Питер, 2008. – 304 с.

ВЛИЯНИЕ РЫНОЧНЫХ МЕХАНИЗМОВ НА ФИЛОСОФИЮ ПОСТМОДЕРНИЗМА

Никитина А.А.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Социокультурные явления в современном обществе, одним из которых является коммодификация, связывают в себе не только социальную и культурную, но также экономическую сферу. Коммодификация культуры (процесс, в ходе которого культура и результаты интеллектуально-творческой деятельности обретают денежную стоимость и становятся товарами, покупаемыми и продаваемыми на рынке) взаимосвязана с экономической средой и прошла свое становление на протяжении не одного столетия. Тем не менее, как процесс всеохватывающий, глобальный и неоднозначный, она достигла достаточно высокой точки своего развития именно в нынешнюю эпоху. Ее специфика определяется двумя факторами: глобализацией международного и активизацией отечественного рынка в условиях смены идеологий и вкусов под диктатом распространившегося постмодернизма как постнеклассического типа философствования.

Вследствие этого экономика и рынок претерпели существенные изменения. Место, роль и значение экономики для общества и индивида трансформировались. При потребительском соотношении производства и потребления была совершена перестановка приоритетов в потребностях, на первый план вышли некогда вторичные потребности. Возросла роль категорий, прежде не учитывающихся в формировании цены и производстве. Современные предприятия стали обязаны учитывать предпочтения потребителя.

Значимым для развития экономики стало привнесенное постмодернизмом изменение в мировоззренческих установках. В частности, подмена онтологии семиологией [1]. Таким образом, на место традиционных рыночных механизмов пришли новые, среди которых можно выделить такой механизмом взаимосвязи и взаимодействия основных элементов рынка, как семиотическая значимость товара. Это подчеркивает? как изменились потребительские приоритеты, т. к. товары, представляющие собой ***символы*** престижа и благополучия, имеют большую ценность.

Возрастающая скорость взаимодействия в социально-экономической сфере привела к росту влияния символов на современное общество. Информационная революция создала новую реальность, где с успехом реализуется новая постмодернистская экономика, ее рыночные механизмы.

Информационная реальность, опирающаяся на новейшие технологии и поточные механизмы отбора и обработки информконтента, стала активно влиять на сознание общества и индивида.

Не без помощи СМИ и рекламы формируются потребности, с их же помощью они регулируются. Это одна сторона воздействия, тогда как другой является влияние потребителя на рынок. Индивид получил инструмент в лице интернета для непосредственного влияния на качество и содержание товара.

Сегодня индустрия и индивид находятся в постоянном информационном обмене, обладая возможностью быстро реагировать на продукты, предлагаемые рынком, и на непосредственные запросы и желания потребителей.

Четко прослеживаемые механизмы рынка постмодернизма — это семиотика товара и информационная свобода, т. е. возможность прямого взаимодействия, скорость реакции на изменения рынка и т. д. При рассмотрении вопроса о процессе коммодификации «присутствие» рынка в духовной сфере становится все более очевидно. Коммодификация культуры приобретает значение технологии изучения того, насколько успешно влияние постмодернизма на экономику, социальную и культурную среду бытия современного общества.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Панарин А. Искушение глобализмом / А. Панарин. – М.: Изд-во Эксмо, 2003. – С. 207.
2. Бодрийяр Ж. К критике политической экономии знака / Ж. Бодрийар; Пер. с фр. Д. Кралечкин. – М.: Академический проект, 2007. – 335 с.
3. Бодрийяр Ж. Общество потребления. Его мифы и структуры / Пер. с фр., послесл. и примеч. Е.А. Самарской. – М.: Республика; Культурная револючия, 2006. – 269с.
4. Веселов Ю. В. Экономическая социология постмодерна / Ю.В. Веселов // Журнал социологии и социальной антропологии. – 1998. – Т.1. – №1. – С. 72-80.
5. Горгола Е. В. Трансформация общества постмодерна как источник стремления США к мировому господству / Е.В. Горгола // Журнал «Теоретическая экономика». – 2015. – №5. – - С. 37-53.
6. Зарубина Н. Н. Социально—экономическая проблематика в теориях постмодернистского типа // [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://ecsocman.hse.ru/data/2013/03/25/1251441054/Zarubina.pdf

ИСТОЧНИКИ РОССИЙСКОЙ И ЗАПАДНОЙ ДЕЛОВОЙ ЭТИКИ

Носов Н.В.

Арзамасский филиал

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Процесс постепенной глобализации, происходящий в настоящее время, ведет к тесной интеграции стран в разных направлениях деятельности, в том числе и в экономике. Создание условий для углубления международного сотрудничества позволит эффективнее производить и распределять блага. Но для этого нужны универсальные правила, которым будут следовать все участники. В качестве таких правил можно рассматривать этические кодексы ведения бизнеса. В России и на Западе они имеют свою историю и свои источники. Содержание ценностей, лежащих в их основе, во многом позволяют определить степень возможного доверия друг к другу и, соответственно, эффективность взаимодействия [5].

Российский кодекс ведения бизнеса имеет этические особенности, которые выделяют его среди остальных. На протяжении многих столетий его основу составляли этические ценности традиционного общества, прежде всего христианские. Неписаные нормы поддерживались большинством, и при общинном характере ведения хозяйственных дел нарушающий их человек становился изгоем.

Размывание норм, приспосабливание их под конкретные условия хозяйствования были связаны прежде всего с появлением сословий и проведением секуляризационных реформ при Петре I.

Петр I провозгласил идею благотворительности для общества и государства как обязательное условие ведения предпринимательской деятельности. Однако появление предпринимателей, успех деятельности которых в большей мере зависел не от репутации и деловой активности, а от возможности получать государственные ресурсы благодаря личным связям, не могло не сказаться на этических принципах.

Появление самого понятия «деловая этика» свидетельствует об отходе от универсальных этических ценностей. Дольше всего они удерживались в деловой культуре старообрядцев, подобно тому как в европейской и американской культуре экономическое развитие основывалось на этике протестантизма. Этот феномен применительно к российскому обществу описан достаточно подробно [5].

Осознание необходимости единых правил характерно для кризисных периодов развития государства и экономики. В эти периоды особенно остро ощущается отсутствие равноправия в доступе к государственным ресурсам. Добросовестная конкуренция на свободном рынке и централизованное распределение осуществляются по разным, часто неписаным законам. Не случайно, чем большую роль играет в экономике государство, тем меньше уровень коррупции.

Первый кодекс этики деловых отношений под названием «Семь принципов ведения дел в России» появляется незадолго до начала Первой мировой войны, в 1912 году. Через 12 лет, незадолго до «великой депрессии», подобный документ появляется в США [2].

Можно легко заметить, что кодекс был создан на основе тех этических традиций предпринимательства, которые существовали в России несколько столетий. Каждый из принципов восходит к христианским заповедям Ветхого и Нового Завета и при желании можно сделать отсылку к соответствующему фрагменту Священного Писания.

В 1995 году американский социолог Л. Хосмер сформулировал претендующие на универсальность принципы ведения бизнеса, основанные на светской этике [7]. Целью их соблюдения является формирование доверия, которое является основой деловых отношений. Ученый попытался обосновать сформулированные принципы достижениями мировой философской мысли и общественной практикой.

Особенностью десяти постулатов является запретительный характер: девять из них начинаются с сочетания «никогда не делай». В остальном «что не запрещено, то разрешено».

На первом месте у Хосмера находится принцип практической целесообразности: «Никогда не делай того, что не в твоих долгосрочных интересах или интересах твоей компании». В качестве обоснования для этого правила взято учение древнегреческого философа Протагора. Протагор считал, что человек является мерой всех вещей [1].

Следовательно, правила человеческого поведения устанавливаются самими людьми. Именно общество выступает в качестве главной инстанции, определяющей значимость тех или иных нравственных норм. В соответствии с этим различия в обществах логически приводят к выводу о существовании разных этических систем для разных социальных групп. На первом месте оказываются индивидуальные и узкокорпоративные интересы, а последующие этические принципы нужны лишь для того, чтобы каким-то образом ограничить провозглашенную вседозволенность.

В российском этическом кодексе 1912 года целеустремленность находится на последнем месте, и о цели сказано, что она не может затмить моральных ценностей. Иными словами, сама цель к моральным ценностям не относится. Отличие от принципа иезуитов «Цель оправдывает средства», который приписывают то Никколо Макиавелли, то создателю ордена иезуитов Эскобару, налицо.

Логическим продолжением является принцип «Никогда не делай того, что не ведет к большему благу, нежели вреду для общества, в котором ты живешь». Он основан на философии утилитаризма, восходящей к упомянутым выше идеям софиста Протагора. Согласно англичанину Джереми Бентаму, основателю этого направления в философии, моральную ценность поступка нужно определять не самим поступкам, а только конечным его результатом.

Примечательно, что в кодексе Хосмера есть положения, основанные на совершенно противоположных учениях.

Принцип «Никогда не делай того, что могло бы повредить слабейшим в обществе» является следствием из правила распределительной справедливости Джона Ролза [6]. Ролз считал, что если человека поместить под «покров неведения», то есть в состояние незнания, то человек будет выбирать в первую очередь не блага, а фундаментальные права. Ролз выступил против этики утилитаризма, считая, что права человека предвосхищают права общества.

Но эклектичность и противоречивость в этической системе Хосмера легко разрешается отсылками к понятию «право». Четыре принципа по своей сути являются не этическими, а правовыми: «не делай того, что нарушает ***закон»,*** «что ущемляет установленные ***права*** других», «что препятствовало бы ***правам*** другого человека на саморазвитие и самореализацию». Апофеозом становится принцип, основанный не на этической, а экономической концепции А. Смита: «максимизировать прибыль в рамках закона» [2].

Здесь мы сталкиваемся с чрезвычайно размытым и расплывчатым в западной культуре понятием универсальных прав человека, которые в настоящее время становятся источником политических и цивилизационных конфликтов. В европейской традиции они восходят к понятию о «естественном праве» Ж.Ж. Руссо, якобы свободным от субъективизма. Однако у Хосмера этот пункт дополняется отсылкой к формулировкам «естественных прав» в американской Декларации независимости Т. Джефферсона.

Источником права и морали признается общество в лице государства. В российском кодексе сходный по содержанию принцип «уважай власть» имеет своим источником опять же христианское вероучение: «существующие власти Богом установлены» (Рим. 13:1, 2).

Попытка подменить религиозное происхождение этических принципов в западной традиции опирается на понятие «гипотетического императива» И. Канта, который допускает вариативность содержательной основы нравственного закона, «практическую необходимость возможного поступка как средство к чему-то другому» [4]. В этом западная телеологическая, или утилитаристская, мораль противостоит деонтологической православной морали, которая не имеет разных масштабов применительно к той или иной ситуации.

Таким образом, даже краткий анализ источников позволяет сделать вывод, что российский и западный этические кодексы на первый взгляд схожи в том, что касается основной цели бизнеса: предприниматель должен стремиться к ней, не отвлекаясь на что-то второстепенное, но при этом не нарушать права других людей. Различия кроются в деталях. То, что недопустимо в российском кодексе с точки зрения религиозности и традиций, в западном понимании вполне возможно. К примеру, использовать в рамках закона приемы, позволяющие увеличить прибыль на доверчивости покупателей, в западной деловой традиции представляются вполне этичными. Российские принципы, «где честь выше прибыли» этого не позволяют.

К сожалению, в советский период в условиях административно-командной экономики принятый в начале века кодекс оказался невостребованным и забытым.

В современной России поиск этических норм только еще начинается. Все чаще говорят о корпоративной культуре и корпоративной этике. К тому же это является условием взаимодействия с зарубежными деловыми партнерами, которые очень часто говорят о непредсказуемости поведения российских коллег. Общие правила, конечно, способствовали бы повышению доверия. Однако даже сформулированные принципы обычно остаются на уровне благих пожеланий.

При возникновении противоречия между этическими нормами и узкокорпоративными интересами выбор обычно делается в пользу краткосрочной выгоды. Желание найти компромисс приводит к тому, что этические принципы в разработанных документах превращаются в многостраничные правила поведения работников. Чем подробнее оно регламентируется, тем больше размываются нравственные ценности, лежащие в их основе. Иначе трудно объяснить существование отдельных этических принципов для разных групп заинтересованных лиц (акционеров, директоров, менеджеров, работников), что предлагается сделать в Методических рекомендациях для российских компаний, подготовленных при финансовой поддержке Министерства торговли США [2].

Возможно, возрождение «Семи принципов ведения дел в России» является утопией, но уважение к другому строится на основе понимания традиций его национальной культуры.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Гилье Н., Скирбекк Г. История философии [Электронный ресурс] / Н. Гилье, Г. Скирбекк. — Режим доступа: http://philosophica.ru/history_philo/17.htm

2. Деловая этика. Методические рекомендации для российских компаний / Ассоциация независимых директоров (АНД), Российский институт директоров (РИД). — М.: РИД, 2004. — 102 с.

3. Захарченко С.О. Этический аспект российской деловой культуры / С.О. Захарченко // Ученые записки Петрозаводского государственного университета. Культурология. – 2008. – №4. – С. 49-53.

4. Кант И. Основы метафизики нравственности. Цит. по: Константы: Словарь русской культуры. – 3-е изд, испр. и доп. – М.: Академический проект, 2004. – С. 778.

5. Кочетков П.Н. О различиях концептов «доверие» в русскоязычной и англоязычной картинах мира / П.Н. Кочетков // Приволжский научный вестник. – 2015. — № 6-3 (46). — С. 88-93.

6. Справедливость или свобода? Философия Джона Ролза и Роберта Нозика [Электронный ресурс] // Общая тетрадь: журнал. — Режим доступа: http://otetrad.ru/diary-826.html

7. Hosmer L.T., Trust: The connecting link between organizational theory and philosophical ethics. Academy of Management Review. — 1995. — № 20. — P. 379-403.

РЕЧЕВАЯ МАСКА В АМЕРИКАНСКОЙ ДЕЛОВОЙ КУЛЬТУРЕ

Папоян М.С., Морозова Ю.В.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Жизнь – это существование в условиях владения языком. С помощью слова человек добивается (осознанно или неосознанно) своих прагматических целей, особенно в сфере бизнеса. Весьма важную роль в процессе общения играет личность говорящего, его образ. Особую роль в экспонировании образа играет речевое поведение. Будучи динамичным, именно оно позволяет личности функционировать в изменяющейся действительности, способствует установлению состояния колеблющегося равновесия в среде ее обитания [2].

Одной из наиболее популярных и эффективных моделей речевого поведения, с помощью которой личность изменяет собственный образ, является речевая маска. Понятие «речевая маска» позволяет глубже исследовать проблему игрового варьирования речевого поведения, которая является особенно актуальной для современной коммуникации в бизнесе, но в литературе по научной деловой культуре нигде данный термин не присутствует. Вместе с тем в сфере делового общения все чаще применяется эта речевая модель поведения.

Речевая маска используется представителями как американской деловой культуры, так и российской.

Особенности данных ролевых перевоплощений четко просматриваются на примере героев сериала «Офис».

Сериал «Офис» является образцом американских деловых отношений.

Речевые маски используются обычными офисными работниками в качестве одного из коммуникативных ходов, реализующих тактику самопрезентации и повышения своей значимости в глазах окружающих.

Существует большое многообразие речевых масок, применяемых как в российской, так и зарубежной деловой практике, реализующей тактику самопрезентации. Выбор конкретной речевой маски обусловлен коммуникативными намерениями одевающего ее человека. Существуют маски, направленные на

понижение статуса собеседника, для скрытия своих комплексов и недостатков и другие [3].

В сериале четко прослеживается неискренность американского делового общения, применение масок больше отрицательного характера, для русской культуры это является не свойственным. Русскому человеку-бизнесмену больше свойственна открытость партнеру, порядочность по отношению к нему, что и выражается в речевом общении.

Применение речевой маски помогает человеку создать многообразие образов, которые возможно использовать для достижения своих целей. В сфере бизнеса она должна стать критерием делового общения, который помогал бы партнерам достигать наилучших результатов.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Милехина Т. А. Речевые портреты бизнесменов / Т. А. Милехина // Проблемы речевой коммуникации : межвуз. сб. науч. тр. – Саратов : Изд-во Сарат. ун-та, 2013. — С. 64-80.

2. Шпильман М.В. Коммуникативная стратегия «речевая маска» (на материале произведений А. и Б. Стругацких): Автореф. дис. … канд. фи-лол. наук. — Новосибирск, 2006. — С. 3-7.

3. Шпильман М. В. Об особенностях использования языковой личностью разных типов речевых масок / М.В. Шпильман // Уральский филологический вестник. Серия: Язык. Система. Личность: лингвистика креатива. – 2012. – № 3.

4. Деловой этикет по-американски Журнал «Бизнес и Выставки». – 2011. – № 3. [Электронный ресурс] - URL: http://www.sbras.nsc.ru/np/vyp9/12.htm (дата обращения: 29.10.2016).

5. https://ru.wikipedia.org (дата обращения: 15.10.2016).

АНАЛИЗ ИНДИВИНДУАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИХ ОСОБЕННОСТЕЙ ОБСЛЕДУЕМЫХ ПРИ ИССЛЕДОВАНИЯХ С ПРИМЕНЕНИЕМ ПОЛИГРАФА

Попов С.А.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Психофизиологические исследования с применением полиграфа получают все большее распространение в ситуациях, требующих объективной проверки достоверности сообщенной субъектом информации либо при необходимости выявления скрываемой информации. В первую очередь, это особенно актуально для правоохранительных органов в условиях расследования преступлений

или при проведении оперативно-розыскных мероприятий, однако особенно широкое распространение применение полиграфа получило и в коммерческих структурах, в том числе, не очень крупных, где он используется, в частности, в кадровой работе.

В то же время процент недоверия, вплоть до полного отрицания, к самой процедуре полиграфного обследования и к ее результатам продолжает оставаться довольно высоким. Имеет место также и другая крайность: беспредельная вера в непогрешимость полиграфа и в то, что с его помощь можно решать любые проблемы. Существование обеих крайностей связно как с отсутствием объективной и достоверной информации у широкого круга лиц (обывателей) об основных методологических принципах, на которых основана процедура, так и с недостаточным количеством научных исследований, с другой стороны [1, с. 11-12].

Многие авторы, имеющие большой опыт практической и научной работы в этой области, отмечают важность для специалиста-полиграфолога обладания умением и способностью определять индивидуальные психологические особенности обследуемых лиц, поскольку необходимость быстро ориентироваться в этих особенностях комплексно анализировать поведение обследуемого в целом, быстро найти с ним общий язык, на протяжении всего тестирования держать его в адекватном состоянии и при необходимости манипулировать его эмоциональным состоянием [4, с. 96].

Основными наиболее ярко выраженными и легко диагностируемыми индивидуально-психологическими свойствами личности являются **темперамент** – совокупность устойчивых, индивидуальных, психофизиологических свойств человека, определяющих динамические особенности его психических процессов, состояний и поведения [2, с. 248]; и **характер** – совокупность базисных черт личности, от которых зависят устойчивые формы социального поведения человека, его поступки [2, с. 266].

К. Леонгардом выделены 10 типов акцентуированных личностей, которые достаточно произвольно разделены на две группы: акцентуации характера (демонстративный, педантичный, застревающий, возбудимый) и акцентуации темперамента (гипертимический, дистимический, тревожно-боязливый, циклотимический, аффективно-экзальтированный, эмотивный) [5].

Выявление взаимосвязи физиологии и типа акцентуации характера человека позволит специалисту-полиграфологу учитывать характерные для каждого конкретного обследуемого особенности и закономерности возникновения и протекания физиологических реакций при оценке полиграмм. С другой сторо-

ны, наблюдая за протеканием физиологических реакций, специалист сможет получить представление об индивидуальных личностных особенностях обследуемого, что может быть эффективно использовано в целях управления и корректировки поведения обследуемого либо процедуры обследования для получения максимально объективного результата проверки на полиграфе.

Физиологические процессы, происходящие на уровне вегетативной нервной системы, регулируют или обеспечивают жизнедеятельность организма в зависимости от условий внешнего воздействия, окружающей обстановки. В то же время очевидно, что люди с различными типами акцентуации характера должны реагировать на один и тот же определенный внешний стимул поразному (быстро-медленно; спокойно-тревожно; добродушно-агрессивно и т.п.).

Таким образом, можно сделать предположение о том, что аналогичные друг другу физиологические процессы, протекающие в момент одного и то же внешнего воздействия, будут отличаться у лиц с разными акцентуациями и протекать аналогично у лиц – с одинаковым.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Варламов В.А. Углубленные кадровые проверки/ В.А. Варламов, Г.В. Варламов, Н.М. Власова, И.С. Зубрилова, М.Б. Котомин. – М.: Русичи, 2003.

2. Немов Р.С. Общая психология: учебник / Р.С. Немов. – М.: Владос, 2008.

3. Психофизиология: учебник / Ю.И. Александров. – СПб.: Питер, 2011.

4. Сошников А.П. Оценка персонала: психологические и психофизиологические методы/ А.П. Сошников, А.Б. Пеленицын. – М.: Эксмо, 2009.

5. http:// psylab.info/ (дата обращения: 10.10.2016).

ОБРАЗ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЯ ЧИЧИКОВА КАК «МЁРТВОЙ ДУШИ» В ПОЭМЕ Н.В. ГОГОЛЯ «МЁРТВЫЕ ДУШИ»

Савельева Д.В.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

В современных экономических условиях, когда материальные ценности зачастую ставятся выше духовных, когда для многих представления о морали – пустой звук, появляется всё больше эгоистов, для которых главное – накопление капитала, причём любыми средствами. Это не может не волновать культурных интеллигентов, которым не всё равно, каким станет будущее страны,

так как лицо нации определяют умы и настроения в обществе. Поэтому проблема «мёртвых душ» не нова не только в литературе, но и в жизни.

Мёртвые души – это эгоисты, отличающиеся меркантилизмом, страстью к приобретательству, лишённые нравственных ценностей, духовных интересов и душевных привязанностей, умершие морально, но живые физически.

Внешность Чичикова неопределенная, ничем не примечательная, лишённая оригинальности, характерная для обыкновенных проезжающих «господ средней руки». Создавая портрет «херсонского помещика» [1, 157], автор неоднократно подчеркивает неконкретность, зыбкость, безликость его внешнего вида («не красавец, но и не дурной наружности, ни слишком толст, ни слишком тонок; нельзя сказать, чтобы стар, однако ж и не так, чтобы слишком молод» [1, 7]). Его полное лицо, гладкие, как атлас, щеки — следствие нежной заботы о себе; шейная косынка радужных цветов и фрак брусничного цвета с искрой — символы благонамеренности и респектабельности.

Чичиков безлик оттого, что примеряет на себя разные маски. С Маниловым он преувеличенно вежлив и учтив, с Коробочкой мелко напорист и упрям, с Ноздревым настойчив и осторожен, с Собакевичем торгуется жестоко и непреклонно, Плюшкина покоряет своей «щедростью». Герой меняет манеры, мимику, характер речи, общаясь с разными помещиками, приспосабливаясь к их особенностям разговора. Характер Чичикова многосторонен, поэтому ему легко найти общий язык с любым из них: в нем есть и маниловская мечтательность, красноречие и великодушие, и мелочная жадность Коробочки, и эгоистичность Ноздрёва, и резкая скупость, равнодушная пошлость Собакевича, и бессмысленное накопительство Плюшкина, переходящее в расточительность. Павлу Ивановичу легко казаться зеркалом любого из этих собеседников, потому что в нем есть все те качества, которые составляют основу их характеров. И эта «многогранность» Чичикова, родственность его «мертвым душам» помещиков позволяет сделать его главным героем поэмы. Характер Чичикова, а не только его афера объединяет главы «Мертвых душ».

В Чичикове «всё оказалось, что нужно для этого мира: и приятность в оборотах и поступках, и бойкость в деловых играх» [1, 242]. «Разумной волей» Павел Иванович усмиряет свою кровь, которая «играла сильно» [1, 250]; идея успеха, предприимчивость, практицизм, расчет заслоняют в нем все человеческие побуждения. Чичиков лишен любви, дружбы, любых сердечных привязанностей. Отличаясь от помещиков действенностью, он тоже «мёртвая душа», так как и ему недоступна «блистающая радость» [1, 95] жизни.

В критике есть точка зрения, относящая героя к типу «маленького человека». Заурядность, серость Чичикова, этого «господина средней руки», постоянно подчеркивается автором. Его герой мелок во всех проявлениях своей сущности. Ограниченность – главная черта Чичикова. И карьеру свою он строит из скучных кирпичиков – бережливости, терпения, усердия. Счастье этого героя основано не на любви, а на деньгах: «И всё, что ни отзывалось богатством и довольством, производило на него впечатление, непостижимое им самим» [1, 239]. Мечты его приземлены и ничтожны: «Оказались кое-какие излишества: он завёл довольно хорошего повара, тонкие голландские рубашки» [1, 243]. Всё это – та же мечта о «шинели», как у Акакия Акакиевича, только слегка выросшая в размерах, но не утратившая своей издевательской, иронической сущности: «И точно, самоотвержение, терпение и ограничение нужд показал он неслыханное» [1, 239].

В биографии Чичикова легко обнаруживается важный для русской литературы мотив денег. Он звучит уже в «умном наставлении» отца: «…больше всего береги и копи копейку: эта вещь надежнее всего на свете. Товарищ или приятель тебя надует и в беде первый тебя выдаст, а копейка не выдаст, в какой бы беде ты ни был. Все сделаешь и все прошибешь на свете копейкой» [1, 236]. Реализуя отцовский завет, Чичиков всеми средствами (и честными, и нечестными) пытается разбогатеть. Но капитал нужен ему не сам по себе: «В нем не было привязанности собственно к деньгам для денег, им не владели скряжничество и скупость. Нет, не они двигали им, ему мерещилась впереди жизнь во всех довольствах, со всякими достатками; экипажи, дом, отлично устроенный, вкусные обеды – вот что беспрерывно носилось в голове его. Чтобы наконец потом, со временем, вкусить непременно всё это, вот для чего береглась копейка…» [1, 239]. Главная мечта Павла Ивановича – получать от жизни удовольствие. «Для этого он и копит деньги: на службе в канцелярии берет взятки, занимается контрабандой, проделывает аферу с мертвыми душами, но все эти начинания неизменно терпят крах, потому что голое приобретательство, не освященное никакими духовными помыслами, грешно и не может являться целью и смыслом жизни. Товарищ Чичикова по таможне написал на него тайный донос по поводу контрабанды, и весь его нечестно нажитый капитал конфисковали. Во время покупки мертвых душ в городе N Чичикова разоблачили Ноздрев и Коробочка, к которым он с самого начала не планировал заезжать, а попал к ним случайно» [2, 361]. Так Н.В.Гоголь показывает финансовую несостоятельность человека новой капиталистической эпохи, которому деньги заменили

все радости бытия: «Приобретение – вина всего; из-за него произвелись дела, которым свет даёт название не очень чистых...» [1, с. 254].

«Самоотвержение, терпение и ограничение нужд» [1, 239] Чичикова позволяют ему постоянно возрождаться. Никакая «громада бедствий» [1, 249] не может похоронить его. Поэтому, причисляя Чичикова к «мертвым душам», – с одной стороны, Н.В.Гоголь показывает, что тип буржуазного дельца благодаря своей практичности, приспособляемости и отсутствию духовных запросов весьма жизнеспособен.

Неудержимая энергия предпринимателя оборачивается утратой нравственных понятий, всего человеческого в себе. Цель Чичикова – благополучие, семейная идиллия, достойная свободная жизнь. Средство достижения – деньги. Но свое благополучие Чичиков строит на чужих бедах, обмане, предательстве, мошенничестве. Преступая нормы христианской морали, создавая для себя особую шкалу ценностей, он становится на путь деградации, нравственного обнищания: «Сначала он принялся угождать во всяких незаметных мелочах…» [1, 241].

Образ Чичикова связан с процессом проникновения в русскую жизнь новых буржуазных течений, духа приобретательства и аферы. В погоне за богатством целеустремленный и волевой герой утрачивает честь, совесть, человечность, порядочность, использует все средства, чтобы сделать карьеру и достичь комфорта. Покорное подчинение, эгоизм, отсутствие моральных принципов, угождение сильным и презрение к слабым, огромная страсть к наживе, бойкое приобретательство, буржуазное хищничество, «самоотвержение» и терпение, практический ум, удивительная изворотливость, приспособляемость к жизненным обстоятельствам и людям, безошибочное «чутье» человека, подлость — вот черты героя «нового времени», «дельца-приобретателя», предпринимателя-авантюриста, рыцаря первоначального накопления П.И.Чичикова. Меркантильность, дух наживы, одержимая жадность развили индивидуализм героя, стремление к личному благополучию и процветанию. Образ Чичикова олицетворяет обобщение исторического опыта развития буржуазных отношений на Западе. Заслуга Гоголя в том, что его герой подвергнут уничижительному смеху и изображён как «мёртвая душа», у которой доминирует жажда личного обогащения, эгоизм и страсть к приобретательству любыми средствами.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Гоголь Н.В. Мертвые души // Гоголь Н.В. Собрание сочинений: В 6 т. Т. 5. – М., ГИХЛ, 1959. – С. 7-260.

2. Шевцова Д.М. Заветы отцов в произведениях русских писателей (А.С.Грибоедов, А.С.Пушкин, Н.В.Гоголь, Л.Н.Толстой) // Грехневские чтения: Сборник научных трудов. Вып. 5. – Нижний Новгород: Изд. Ю.А. Николаев, 2008. – С. 358-362.

ПРОБЛЕМА ОПАСНОСТИ САМОДУРСТВА КУПЦА САВЕЛА ПРОКОФЬЕВИЧА ДИКОГО В ДРАМЕ А.Н. ОСТРОВСКОГО «ГРОЗА»

Садомцева А.Г.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Существует авторитет должности и авторитет личности. В идеале руководитель должен быть харизматичной личностью, которой все подчиняются. Однако что произойдет, если человек, наделённый властью, слаб духовно, если у него нет моральных ограничений, и благодаря своим деньгам и статусу он может управлять людьми безнаказанно, руководствуясь не общечеловеческими нравственными ценностями, а самостоятельно выработанными представлениями о нормах поведения, не всегда соответствующими гуманистическим принципам? Свой ответ на этот вопрос дает А.Н.Островский в драме «Гроза», на примере образа купца Савела Прокофьевича Дикого продемонстрировав опасность самодурства, основанного на безнаказанности, неограниченной власти денег, материальной зависимости и покорности окружающих, испытывающих страх перед «хозяевами жизни».

Впервые слово «самодур» было употреблено Аграфеной Платоновной в комедии «В чужом пиру похмелье» (1856): «Самодур — это называется, коли вот человек никого не слушает, ты ему хоть кол на голове теши, а он все свое. Топнет ногой, скажет: кто я? Тут уж все домашние ему в ноги должны, так и лежать, а то беда...» [2, с. 9]. Признание абсолютной, непререкаемой и освобожденной от всякой критики власти неизбежно чревато ее злоупотреблением, так как «провоцирует» власть имущих на своеволие – самодурство, о котором очень точно сказал Н.А. Добролюбов в статье «Темное царство»: «… самодурство есть верное доказательство внутреннего бессилия и холопства» [1, с. 109].

Самодур – «дикий, властный человек, крутой сердцем» [2, с. 9], который действует по своей прихоти, по произволу, не считаясь с другими, совершает экстравагантные, безумные с точки зрения обыденного сознания поступки, чтобы проверить границы своей власти. Дикой — самый богатый и знатный человек в городе Калинове. Финансовое превосходство и положение «значительно-

го лица», пренебрегающего властью самого городничего, позволяют ему беспрепятственно и безнаказанно издеваться над бедными и материально зависимыми от него людьми, проявлять над ними свою дикую власть: «А у кого деньги, тот старается бедного закабалить, чтобы на его труды даровые еще больше денег наживать» [2, с. 229]. Он упивается безграничной силой, ему льстят покорность и страх окружающих. Неуёмная, неистовая жадность грозного «ругателя» носит чисто животный характер. Он, нарочно напуская на себя свирепость, необоснованно кичится своим превосходством, хвастается неограниченной властью, чтобы заработать побольше денег, недоплачивая их зависимым от него людям, которых он унижет криком и грубостью. Постоянные припадки беспредельного бешенства, сумасшедшей жадности до потери сознания изначально корыстны, они гарантируют стабильную дополнительную прибыль.

Чем более Дикой богатеет, тем бесцеремоннее он становится. «Что ж ты, судиться, что ли, со мной будешь? – заявляет он Кулигину. – Так знай, что ты червяк. Захочу – помилую, захочу – раздавлю» [2, с. 268]. Он орет на окружающих именно потому, что в грозном крике видит средство сохранить покорность окружающих, заставить их верить в его силу.

Согласно завещанию, Борис сможет получить наследство от Дикого, если будет с ним почтителен и вежлив. Пользуясь неограниченной властью над племянником, дядя требует от него беспрекословного подчинения. «Что ж делать-то, сударь! – говорит Кулигин Борису. – Надо стараться угождать как-нибудь». «Кто ж ему угодит, – резонно возражает знающий душу Дикого Кудряш, — коли у него вся жизнь основана на ругательстве?.. Опять же, хоть бы вы и были к нему почтительны, нешто кто ему запретит сказать-то, что вы непочтительны?» [2, с. 227-228].

Нельзя не согласиться с Н.А.Добролюбовым, который в статье «Темное царство» отметил: «Самодур все силится доказать, что ему никто не указ и что он – что захочет, то и сделает» [1, с. 109]. Но: «Только покажись где-нибудь сильный и решительный отпор, сила самодура падает, он начинает трусить и теряться» [1, с. 146]. Например, его конторщик Кудряш дает ему достойный ответ: «Как не ругать! Он без этого дышать не может. Да не спускаю и я: он – слово, а я – десять; плюнет, да и пойдет. Нет, уж я перед ним рабствовать не стану» [2, с. 225].

А.Н. Островский наглядно показывает, что предел власти самодура определяется уровнем покорности окружающих. Дикой воюет только с теми, кто боится его или полностью зависит от него. Причина такого его поведения – в осознании своего превосходства и полной безнаказанности. Но он отступает

перед теми, кто способен дать ему отпор: «А вот беда-то, когда его обидит такой человек, которого он обругать не смеет, тут уж домашние держись!» – говорит Борис. «Как-то его на Волге, на перевозе, гусар обругал. Вот чудеса-то творил!» – смеется Кудряш [2, с. 227-228]. Пресмыкаясь перед сильными, он вымещает свою злобу страдающего от унижения трусливого самодура на слабых и зависимых от него. Не осмелившись ответить гусару, обругавшему его на перевозе, он срывается на домашних: «А каково домашним-то было! После этого две недели все прятались по чердакам да по чуланам» [2, с. 228]. В этом и заключается опасность самодурства.

Купец своевольничает с тайным сознанием беззаконности своих действий, он чувствует, что страдает от своей же глупости. Поэтому «ругатель» пасует перед властью человека, опирающегося на закон, или перед волею сильной личности, дерзко сокрушающей его авторитет. Его бесчинства можно «прекратить». Марфе Игнатьевне Кабановой, например, удаётся легко его укротить: она, как и Кудряш, прекрасно видит, что причина душевной слабости самодурства Дикого – в присущей ему трусливости, внутренней робости при показном бесстрашии: «А и честь-то не велика, потому что воюешь-то ты всю жизнь с бабами. Вот что» [2, с. 254]. Она справедливо замечает, что он «нарочно себя в сердце приводит» [2, с. 255].

Дикой одержим одной страстью – испытывать власть и глумиться над теми, кто под его началом. Самодурство – бесцельное, иррациональное упоение внешней силой должности при внутренней слабости ради идеи власти – непременно связано со страхом за свою власть, требующим постоянного ее подтверждения и испытания. Лихие наскоки Дикого идут от неуверенности и тревоги, смутной и неосознанной, что что-то сломано в самом механизме власти и подчинения. Встречая всюду лишь покорность, купец не привык сдерживать себя ни внутренне, ни внешне. Поэтому самодурство нравственно калечит его душу, превращая его в грубого угнетателя, горлопана, обидчика, необузданного ругателя и дома, и среди подчиненных, и на улице. Страшно то, что такое отношение и к домашним, и к бесправным калиновцам воспринимается всеми как норма.

Итак, А.Н. Островский в драме «Гроза» убедительно продемонстрировал, что самодурство как следствие опасения руководителей, что их власть уходит, возникает на почве неограниченной власти, там, где есть зависимость одних людей от других, где отсутствует подлинная культура. Его опасность заключается в том, что оно основано на безнаказанности начальников, их финансовом превосходстве, беспредельной власти должности при слабом личном авторите-

те, материальной зависимости и покорности подчиненных, испытывающих страх перед «хозяевами жизни». Самодурство морально уродует личность и руководителя, и его подчиненных, превращая и тех, и других в духовных рабов, когда они по-разному относятся к людям: унижают слабых и заискивают перед сильными.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Добролюбов Н.А. Темное царство // Добролюбов Н.А. Русские классики. Избранные литературно-критические статьи. Издание подготовил Ю. Г. Оксман. Серия «Литературные памятники». – М.: Наука, 1970.

2. Островский А.Н. Собрание сочинений: в 10 т. Т. 2. – М., ГИХЛ, 1959.

ВЛИЯНИЕ СТИЛЯ РУКОВОДСТВА НА МОТИВАЦИЮ ПЕРСОНАЛА НА ПРИМЕРЕ ИНСТИТУТА ЭКОНОМИКИ И УПРАВЛЕНИЯ ФГБОУ ВО НГТУ им. Р.Е. АЛЕКСЕЕВА

Столбецова О.В.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Стиль руководства – это качественная характеристика деятельности руководителя, способ его воздействия на исполнителей. От выбранного начальником стиля руководства зависит не только производительность труда, как результат, но и социально-психологический климат в коллективе, взаимоотношения внутри подразделения и между взаимодействующими подразделениями, а, следовательно, коммуникативное поведение как таковое.

В данной работе мы попытаемся доказать зависимость мотивации персонала от стиля руководства.

Для подтверждения данной гипотезы нами был проведена диагностика психологических особенностей мотивации персонала Научно-образовательного института экономики и управления ФГБОУ ВО НГТУ им. Р.Е. Алексеева (в дальнейшем – ИНЭУ, институт) с использованием методики «Измерение мотивации достижения» А. Мехрабиана (модификация М.Ш. Магомед-Эминова) [3, с. 98-102]; диагностика стиля управления в ИНЭУ с помощью методики определения стиля руководства трудовым коллективом, разработанная В.П. Захаровым на основе опросника А.Л. Журавлева [1, с. 156-158]; для математического обсчета полученных значений использован коэффициент Спирмена [2, с. 208].

В исследовании приняло участие 10 человек: административно-управленческий состав дирекции ИНЭУ (ведущие инженеры, инженеры) и вспомогательный персонал одной из кафедр (секретарь, зав. кабинетом, лаборант). Средний возраст респондентов составляет 43 года. Преобладающими являются группы работников: 50-60 лет (27%) и до 35 лет (23%), численность группы работников в возрасте 35-45 лет составила 20 %. Образование высшее и неполное высшее (3 чел.). Пол: 1 чел. – мужской, 9 чел. – женский. Средний стаж работы 10 лет.

Подсчет суммарных баллов в результате диагностики устойчивых мотивов личности показал, какая мотивационная тенденция доминирует у испытуемых.

Мотивация достижения успеха характерна для 80% исследуемых сотрудников ИНЭУ. Все эти сотрудники имеют высшее образование и находятся в должности ведущего инженера или инженера. Они отчетливо проявляют стремление во что бы то ни стало добиваться только успехов в своей деятельности, ищут такой деятельности, активно включаясь в нее; выбирают средства и предпочитают действия, направленные на достижение поставленной цели.

Мотивация избегания неудач характерна для 20% сотрудников (2 человека). Их явно выраженная цель в деятельности заключается не в том, чтобы добиться успеха, а в том, чтобы избежать неудачи. Человек, изначально мотивированный на неудачу, проявляет неуверенность в себе, не верит в возможность добиться успеха, боится критики.

Опрос сотрудников ИНЭУ, проведенный с применением методики определения стиля руководства трудовым коллективом, показал следующие результаты.

Директивный компонент составляет 26.25% ответов. Сотрудники отмечают у руководителя ориентацию на собственные мнение и оценки, стремление к власти, уверенность в себе, склонность к жесткой формальной дисциплине, стремление держать большую дистанцию в отношениях с подчиненными, нежелание признать свои ошибки, игнорирование инициативы и творческой активности людей, единоличное принятие решений и контроль за действиями подчиненных.

Попустительский компонент (или компонент пассивного невмешательства) отмечен в 3.75% ответов. Этот компонент включает снисходительность к работникам, отсутствие требовательности и строгой дисциплины, контроля, либеральность, панибратство с подчиненными, склонность перекладывать ответственность в принятии решений на других.

Коллегиальный компонент – 70% ответов. В этом случае требовательность и контроль сочетаются с инициативным и творческим подходом к выполняемой работе и сознательным соблюдением дисциплины. Отмечается стремление делегировать полномочия, разделить ответственность, а также демократичность в принятии решения.

Опрос сотрудников института позволяет сделать вывод о том, что стиль управления директора ИНЭУ соответствует демократичному стилю, включающему в себя лучшие качества руководителя.

Для выявления зависимости между демократичным стилем руководства и мотивацией персонала ИНЭУ рассчитан коэффициент Спирмена.

Результаты представлены в табл.це 1, где значения А – результаты опроса сотрудников по методике определения стиля руководства с выбором коллегиального компонента (демократичного стиля руководства); значения Б – результаты суммы баллов, определяющих доминирующую мотивационную тенденцию испытуемых.

Таблица 1 – Значения для выявления связи между стилем руководства и мотивацией персонала

N	Значения А	Ранг А	Значения В	Ранг В	d (ранг А - ранг В)	d^2
1	13	8.5	196	8.5	0	0
2	14	10	180	6	4	16
3	10	3.5	178	5	-1.5	2.25
4	11	6	200	10	-4	16
5	10	3.5	184	7	-3.5	12.25
6	13	8.5	196	8.5	0	0
7	10	3.5	170	3	0.5	0.25
8	12	7	176	4	3	9
9	10	3.5	164	2	1.5	2.25
10	9	1	162	1	0	0
Суммы		55		55	0	58

Корреляция между стилем руководства и мотивацией персонала статистически значима ($p < 0.05$) и является положительной. Зависимость между исследуемыми показателями принимается.

Таким образом, в ходе исследования зависимости исследуемых показателей мы выяснили, что стиль руководства имеет значимую корреляцию с мотивацией персонала, их зависимость подтверждена математически.

СПИСОК ЛИТЕРАТРЫ:

1. Еникеев М.И. Психологическая диагностика. Стандартизированные тесты / М.И. Еникеев. – М.: Приор, 2007. 288с.
2. Сидоренко Е.В. Методы математической обработки в психологии / Е.В. Сидоренко. – СПб.: Речь, 2000. – 350 с.
3. Фетискин Н.П. Социально-психологическая диагностика развития личности и малых групп / Н.П. Фетискин, В.В. Козлов, Г.М. Мануйлов. – М.: Издательство Института Психотерапии, 2002. – 468 с.

СПЕЦИФИКА КОМАНДНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ СРЕДНЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ: ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ

Фокина А.О.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Специфика командной работы студентов СПО заключается в следующем:

1. Командная работа является более эффективной, чем работа в одиночку;
2. Единая цель для всех членов команды, параллельно с этим каждый должен уметь мыслить самостоятельно;
3. Ответственность несет не один человек, а весь коллектив
4. Командная работа – это один из видов делегирования полномочий. Права и обязанности у всех членов команды - одинаковые.

Для того, чтобы добиться успеха работы в команде, необходимо выполнять обязательные условия:

- Четко поставленная единая цель для всей команды;
- Грамотно подобранные специалисты;
- Наличие четкого плана работы для каждого члена команды;
- Способность участников команды к сотрудничеству.

Традиционно выделяют следующие ошибки при работе в команде:

- Не высказывают своего мнения;
- Не стремятся достичь общей цели;
- Не поддерживают усилия и старания команды;
- Не вносят свой вклад в общее дело;

5. Основа любой команды – это люди. С одной стороны, они должны обладать довольно-таки обширными дополнительными знаниями и навыками, с другой – легкообучаемыми.

6. Руководство командой.

7. Грамотный руководитель должен донести до всех членов команды общую цель, предоставить план работы каждого студента и на протяжении всей работ мотивировать на достижение общего интереса.

8. Преимущества работы в команде:

- каждый отдельный студент не имеет права выходить за рамки своих должностных обязанностей;

- при принятии решения в команде учитываются мнения всех ее членов;

- работа командой позволяет выявлять все недочеты;

- работа в команде воспитывает в студенте терпимость, лояльность по отношению к коллегам, уважение чужого мнения, корректное поведение, преодоление эгоизма.

9. Принципы работы в команде:

- Команда всегда принимает решения сообща;

- Все члены команды равнозначны, их мнение, права и обязанности одинаковы;

- Приобретение нового опыта, лучших качеств, реализация себя, конструктивное восприятие критики, сдерживание личных амбиций.

10. Недостатки:

Большое количество времени уходит на знакомство, формирование команды, дискуссии, возможность пассивного присутствия.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Полушкина Т.М. Социология управление / Т.М. Полушкина, Е.Г. Коваленко, О.Ю. Якимова // Научная электронная библиотека. – М.: Академия естествознания, 2013. Ч. 6.1 URL:http://www.monographies.ru/ru/book/section?id=6856

2. Авдеев В. В.: Управление персоналом. Оптимизация командной работы: Реинжиниринговая технология: учебное пособие / В.В. Авдеев. – М.: ФиС, 2006.

3. Чанько А. Д. Команды в современных организациях: учебник / А.Д. Чанько // Высшая школа менеджмента СПбГУ. – СПб.: Изд-во «Высшая школа менеджмента», 2011.

4. Коэн Д. Стартап в Сети: Мастер-классы успешных предпринимателей [Электронный ресурс] / Дэвид Коэн, Брэд Фелд ; Пер. с англ. – М.: Альпина Паблишер, 2014. – 338 с. - ISBN 978-5-9614-1541-4 - Режим доступа: http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=520443

ОЦЕНКА МОТИВАЦИИ СОТРУДНИКОВ ГБОУ СПО «НОУОР им. В.С. ТИШИНА»

Черезова Л.Н.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

На сегодняшний день вопросы, связанные с мотивацией, изучаются как российскими, так и зарубежными психологами. Изучение мотивации необходимо, так как она является одним из методов управления личностью, воздействия на ее потребности и желания. В современном менеджменте мотивация персонала является основным средством оптимального использования ресурсов на предприятии, что позволяет повысить эффективность его работы. Особенностью управления персоналом является возрастающая роль личности работника, соотношение стимулов и потребностей. Система мотивации персонала – одна из базовых составляющих системы управления современной организацией. Она является действенным инструментом управления, а наличие соответствующих механизмов и способов побуждения к продуктивному труду разрешает возможные противоречия между работником и работодателем, уравновешивая интересы и потребности.

В современной психологии существует несколько подходов к определению мотивации. 1. Мотивация рассматривается как совокупность факторов или мотивов, характеризующих поведение человека. Его придерживаются и отечественные и зарубежные психологи. «Мотивация – это совокупность факторов, определяющих поведение» (Ж. Годфруа, Б.Ф.Ломов, С.Л.Рубинштейн, В.Д. Шадриков). 2. Еще один подход рассматривает мотивацию как процесс, поддерживающий психическую активность человека на определенном уровне. Он также имеет своих многочисленных сторонников (В.Н. Куницына, В.И. Ковалев, Е.П. Ильин) [2].

Изучение мотивации – один из важнейших вопросов психологии. От мотивации зависит поведенческая активность человека, его деятельность, ведущая к достижению поставленных целей, а также удовлетворение важнейших потребностей. Мотивационная сфера личности характеризуется следующими показателями: многообразие мотивов, их разнообразный характер, наличие иерархичности в классификации мотивов, побуждения. Под многообразием мотивов подразумевается наличие большого числа импульсов, заставляющих человека совершать различного рода действия. Разнообразие связано с большим числом потребностей у человека, а также средств и способов их удовлетворе-

ния. Иерархичность мотивов существует, так как в каждой системе есть преобладающие мотивы и есть второстепенные, которые могут быть реализованы позже. Двигать желаниями человека и заставлять совершать какие-то действия могут люди, а могут и некие внешние условия. Их появление может быть неожиданным и зависеть от действий окружающих, может возникнуть в связи с изменившимся социальным положением и даже быть привязанными к настроению человека. Но главной целью для человека все же является удовлетворение потребностей, независимо от мотивации.

Оценка трудовой деятельности личности зависит от разного рода причин. Эти причины бывают внутренними и внешними. Внутренние причины определяются личностными потребностями, интересами, ценностями, идеалами; внешние – это различные условия влияния, используемые властью, работодателями и другими общественными институтами для лучшей заинтересованности работников и улучшения качества труда.

Существует три вида трудовой мотивации: прямая, косвенная и побудительная.

Прямая мотивация создает заинтересованность к труду и его итогам. Условиями этой мотивации являются осмысление трудовой активности, осознание результатов своего труда и его значимости для окружающих, признание этих результатов обществом, происходит самореализация личности в ходе трудовой деятельности. Трудовая активность, основанная на этих условиях, приносит работнику удовлетворение результатами своего труда. Он работает не столько для получения заработной платы, сколько ради результатов работы, ее содержания, проявляет творчество.

Косвенная мотивация опирается на заинтересованность работника в материальном вознаграждении. Условиями формирования данного вида мотивации будут: вид оплаты труда, степень напряженности трудовой деятельности, общий уровень инфляции в стране, цены на предметы первой необходимости.

Побудительная мотивация основывается на тревоге и боязни перед начальником и наличием обязанностей, возлагаемых на работника. Она устанавливается руководством, зависит от уровня безработицы в стране и общей социальной напряженности. У человека может появиться страх потерять рабочее место и неуверенность в завтрашнем дне.

Чаще всего работодателями используются все три вида мотивации персонала, которые взаимосвязаны между собой, но вместе с тем каждый из них имеет свои особенности.

Мотивация трудовой деятельности может осуществляться на трех уровнях: личностном, групповом и организационном.

На личностном уровне мотивация может быть долгосрочная, среднесрочная, краткосрочная и сиюминутная.

Мотивация группы определяется кругом заданий, продуктивное выполнение которых возможно при совместной и плодотворной работе всех участников группы.

На организационном уровне мотивация персонала проводится при помощи материальных и нематериальных методов стимулирования.

Исследование «Оценка мотивации сотрудников ГБОУ СПО «НОУОР имени В.С.Тишина»

Цель практического исследования: выявление путей складывания мотивации у педагогического состава ГБОУ СПО «НОУОР».

Объект исследования – мотивационно-потребностная сфера личности преподавателей Училища олимпийского резерва.

Предмет исследования – пути складывания мотивационных основ трудовой деятельности.

Задачи исследования: 1) изучить мнение преподавателей училища по вопросу их заинтересованности к трудовой деятельности; 2) изучить особенности складывания мотивационных основ у преподавательского состава училища.

Для решения задач были использованы анкетирование и тестирование. Изучение путей складывания мотивационных основ к трудовой деятельности проводилось в Нижегородском областном училище олимпийского резерва (г. Нижний Новгород) среди преподавателей. Психодиагностическое тестирование проводилось с целью выявления субъективного отношения работников к труду, изучение мотивации к трудовой деятельности.

Для реализации цели применялись психодиагностические методики: тест-опросник «Потребность в достижении цели. Шкала оценки потребности в достижении успеха», основанный на методике Ю.М. Орлова, и методика К. Замфир в модификации А.А. Реана для оценки мотивации профессиональной деятельности, позволяющая выявить мотивационные компоненты: внутреннюю мотивацию, внешнюю положительную мотивацию и внешнюю отрицательную мотивацию. Участники эксперимента должны были оценить предложенные критерии по пятибалльной шкале. Для статистической обработки данных использовался критерий Фишера [4]. Общая величина выборочной совокупности 14 человек.

Результаты исследования.

После обработки полученных материалов выяснилось, что потребность в достижениях средняя, это позволяет говорить об удовлетворительном уровне мотивации.

Вопросы		**Уровень значимости**
1. Думаю, что успех в жизни, скорее, зависит от случая, чем от расчета.	47	p<0,05
2. Если я лишусь любимого занятия, жизнь для меня потеряет всякий смысл.	14	Незначит.
3. Для меня в любом деле важнее не его исполнение, а конечный результат	57	Незначит.
4. Считаю, что люди больше страдают от неудач на работе, чем от плохих взаимоотношений с близкими.	57	Незначит.
5. По моему мнению, большинство людей живут далекими целями, а не близкими.	28	Незначит.
6. В жизни у меня было больше успехов, чем неудач.	28	Незначит.
7. Эмоциональные люди мне нравятся больше, чем деятельные.	28	Незначит.
8. Даже в обычной работе я стараюсь усовершенствовать некоторые ее элементы.	35	Незначит.
9. Поглощенный мыслями об успехе, я могу забыть о мерах предосторожности.	7	Незначит.
10. Мои близкие считают меня ленивым	50	Незначит.
11. Думаю, что в моих неудачах повинны, скорее, обстоятельства, чем я сам.	50	Незначит.
12. Терпения во мне больше, чем способностей.	50	Незначит.
13. Мои родители слишком строго контролировали меня.	14	Незначит.
14. Лень, а не сомнение в успехе вынуждает меня часто отказываться от своих намерений.	14	Незначит.
15. Думаю, что я уверенный в себе человек.	47	Незначит.
16. Ради успеха я могу рискнуть, даже если шансы невелики.	14	Незначит.
17. Я усердный человек	57	Незначит.
18. Когда все идет гладко, моя энергия усиливается.	57	Незначит.
19. Если бы я был журналистом, я писал бы, скорее, об оригинальных изобретениях людей, чем о происшествиях.	28	Незначит.
20. Мои близкие обычно не разделяют моих планов.	28	Незначит.
21. Уровень моих требований к жизни ниже, чем у моих товарищей.	28	Незначит.
22. Мне кажется, что настойчивости во мне больше, чем способностей.	35	Незначит.

Для оценивания и сравнения мотивов использовалась методика К. Замфир [4]. Данные этой методики показали, что самым высоким является показатель внутренней мотивации у работников ГБОУ СПО «НОУОР»

Показатель		Критерий разности t	Уровень значимости
1. Внутренняя мотивация	4,5	2,741597	Незнач.
2. Внешняя положительная мотивация	3,6	0,92924	p<0,05
3. Вешняя отрицательная мотивация	2,7	11,23447	p<0,05

Как видно из данных таблицы, внутренняя мотивация имеет достаточно высокий показатель. Это может говорить о том, что большая часть педагогических работников Училища удовлетворены своей работой, она является важной частью их жизни, работниками реализуются их внутренние потребности. Здесь присутствует мотив самореализации.

Можно также заметить, что внешняя положительная мотивация также имеет достаточно высокий показатель. Это можно объяснить тем, что результаты, достигнутые в трудовой деятельности, важны для субъекта.

Данные исследования показали, что степень удовлетворенности и потребности в достижениях средняя. Уровень внутренней и внешней положительной мотивации достаточно высок. Работники имеют возможность удовлетворять свои потребности, а удовлетворенность определяет адаптацию к внешним и внутренним условиям жизни.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Аверин В.А. Психология личности: Учебное пособие / В.А. Аверин. – http://www.cfin.ru/books/

2. Волгина О.Н. Особенности и механизмы мотивации труда в финансово-кредитных организациях / О.Н.Волгина. – http://www.cfin.ru/books

3. Дмитриева Е.Е. Организационное поведение: учебное пособие / Е.Е. Дмитриева. – Н.Новгород, 2012.

4. Реан А.А. Социальная педагогическая психология / А.А. Реан, Я.Л. Коломинский. – СПб.: Питер, 1999. – 416 с.

5. Веснин В.Р. Управление персоналом. Теория и практика / В.Р. Веснин. – М.: Проспект, 2008. – 688 с.

6. Психология. Учебник для гуманитарных вузов / Под ред. В. Н. Дружинина. – СПб.: Питер, 2002.

ПРОБЛЕМА ОПАСНОСТИ ЭГОИЗМА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЯ В РАССКАЗЕ И.А.БУНИНА «ГОСПОДИН ИЗ САН-ФРАНЦИСКО»

Шарутина Ю.А.
Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Все люди хотят быть счастливыми. Однако пути достижения благополучия различны. Многие из нас считают, что жить надо для себя и процветания своей семьи. Для этого надо заработать побольше денег и не думать о страданиях окружающих, потому что главное – личные успехи и обогащение. Но даст ли такое существование истинное счастье? Принесет ли удовлетворение жизнь, направленная на реализацию только личных, узкоэгоистических задач? По моему мнению, идеи меркантилизма, практицизма, корыстного расчета, подлости, предательства, ненависти, стремления к всеобщему господству и безнравственные пути реализации желаний не принесут искомого благополучия, а постановка во главу угла индивидуальных желаний и достижение только личных целей антигуманна и безнравственна, так как неизбежно ущемляет интересы других людей и делает существование эгоиста одиноким и безрадостным. Мы помним о тех людях, которые сделали нам что-то хорошее. А какая память может остаться о том, кто всю жизнь удовлетворял лишь личные потребности?! Поэтому эгоизм причиняет вред самому человеку, живущему только для себя, делая его существование серым, скучным, незапоминающимся, бессмысленным и бесполезным.

Проблему опасности эгоизма рассматривает И.А. Бунин в рассказе «Господин из Сан-Франциско». Уже в названии произведения звучит авторская ирония над претензиями человека на мировое господство. Господин думал, что благодаря своим деньгам он будет владеть миром, а оказывается, что он не может распоряжаться даже собственной жизнью, так как смерть настигает его внезапно, в тот момент, когда он о ней даже не думал, – во время просмотра газеты в читальне отеля на Капри. Почему так произошло?

И.А.Бунин осуждает бессмысленное существование Господина, «гордыню Нового человека со старым сердцем» [1, с. 327], который все время зарабатывал деньги, и они заменили ему все радости бытия. Поэтому в «свои пятьдесят восемь лет» он только «приступал к жизни», а «до этой поры он не жил, а лишь существовал, правда, очень недурно, но все же возлагая все надежды на будущее» [1, с. 308], готовясь к отличному кругосветному путешествию, куда он ехал «единственно ради развлечения» [1, с. 309]. Однако во время поездки

всё пошло не так, как планировал бизнесмен: стояла холодная, сырая и дождливая погода, «утреннее солнце каждый день обманывало…» [1, с. 311], и в поисках обещанного тепла и света семья миллионера отправляется из Неаполя на Капри, где Господин неожиданно умирает. «Странность» подобной смерти в том, что она вообще никак не входила в сознание Господина из Сан-Франциско. Он живет и действует так, как, впрочем, и большинство людей, подчеркивает Бунин, словно смерти вовсе не существует на свете: «... люди и до сих пор еще больше всего дивятся и ни за что не хотят верить смерти» [1, с. 322]. Господин был настолько уверен в своей власти над миром, что мысль о смерти даже не посещала его. Но внезапный уход из жизни того, кто считал себя центром Вселенной, все расставил по своим местам. Выяснилось, что смерти подвержены все люди, независимо от материального благосостояния, социального статуса и служебного положения, то есть смерть уравнивает всех и показывает истинное лицо каждого в отдельности. А Господин (здесь вскрывается ироническое отношение И.А. Бунина к мнимому хозяину мира) перед неожиданной кончиной не успел даже осознать, что умирает, и на протяжении всего существования никогда не чувствовал себя счастливым, так как всегда трудился, чтобы заработать несколько миллионов долларов. В его мире, где всё измеряется деньгами, нет места любви, дружбе, душевным привязанностям и духовным интересам. Поэтому Господин, лишенный имени, которое никто не запомнил, потому что он никому не сделал ничего хорошего, умирает духовно раньше наступления физической смерти. Так И.А. Бунин судит стремление людей к получению удовольствий за деньги, зарабатывание которых не является настоящей целью жизни, так как не дает людям радости и процветания.

После прекращения земного существования Господина выяснилось, что «имени его ни в Неаполе, ни в Капри никто не запомнил» [1, с. 308]. Почему так произошло? Люди помнят тех, кто сделал им что-то хорошее, а миллионер всю жизнь работал только ради денег, не помогая окружающим облегчить и улучшить их жизнь. Поэтому его смерть символизирует не только физическую кончину, но и духовную деградацию личности человека, которому деньги заменили живое общение, помощь людям, душевные привязанности и духовные интересы. Отсутствием личного имени у героя писатель подчёркивает его усреднённость, стереотипность, безликость, типичность. Он – один из многих преуспевающих бизнесменов, для которых богатство важнее всего, поэтому даже в портрете миллионера преобладает мотив власти денег: «Нечто монгольское было в его желтоватом лице с подстриженными серебряными усами, золотыми пломбами блестели его крупные зубы, старой слоновой костью – крепкая

лысая голова» [1, с. 311]. В портрете автор показывает мертвенность героя, а отсутствие развёрнутой прямой речи делают его похожим на вещь, механическую куклу, робота.

Итак, на примере судьбы Господина из Сан-Франциско И.А. Бунин рассказывает о бесцельно прожитой жизни, внешне респектабельной, внутренне же пустой и ничтожной. Миллионер становится «мертвой душой», потому что у него не было подлинного смысла жизни, обеспечивающего ему духовное бессмертие. Он думал только о том, как бы заработать побольше денег, которые заменили ему душевные привязанности, духовные потребности и общественные интересы. Поэтому можно сделать вывод о том, что значимость личности определяется «… гармонией морально-нравственных, эмоциональных и мировоззренческих качеств, способствующих достижению поставленных гуманистических целей и творческому созиданию, посмертной жизни в памяти поколений потомков. В противном случае человек подвержен духовной смерти раньше физической, которая знаменует тщетность материальных накоплений и ложность приоритетов. Следовательно, судьба … Господина из Сан-Франциско свидетельствует о том, что нельзя находиться во власти только меркантильных узкоэгоистических интересов – такая жизнь однозначно будет обречена на уничтожение» [2, с. 556].

Эгоизм, отсутствие подлинной цели жизни, положительного идеала, забота только о собственном материальном благополучии, реализации узколичных, мещанских желаний, приводят Господина из Сан-Франциско к наступлению духовной смерти раньше физической, омертвению души, скучному, серому, однообразному, бессмысленному существованию, когда у него нет общественных интересов и духовных потребностей, нет друзей и душевных привязанностей, отсутствие которых обедняет существование индивидуалиста, так как ему не о ком заботиться, и после его смерти о нем никто не вспомнит, потому что он жил только для себя.

Итак, опасность эгоизма заключается в том, что человек, посвятивший жизнь удовлетворению лишь собственных желаний, не достигнет счастья и может даже причинить горе окружающим, так как его поступки продиктованы индивидуальными амбициозными стремлениями, не дающими личного благополучия и процветания обществу в целом.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Бунин И.А. Господин из Сан-Франциско // Бунин И.А. Собр. соч. : в 9 тт. Т. 4. М.: Художественная литература, 1966.

2. Шевцова Д.М. Проблема утраты подлинной цели бытия в рассказах А.П.Чехова

«Ионыч» и И.А.Бунина «Господин из Сан-Франциско» // Научный альманах. 2015. № 7 (9). С. 554-556.

ТРУД В СИСТЕМЕ ЦЕННОСТНЫХ ОРИЕНТАЦИЙ СОВРЕМЕННОЙ МОЛОДЕЖИ

Швецова Е.М.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Исследование ценностных ориентаций, жизненных приоритетов, профессиональных предпочтений современной молодежи весьма актуально: растет новое поколение, от которого зависит будущее нашей страны. Нынешнему молодому поколению предстоит решить немало важнейших задач о будущем трудоустройстве, о нахождении своего места в жизни. Поэтому вопрос о месте труда в системе ценностных ориентаций молодежи представляет особую значимость.

Наиболее распространенное определение труда, которое дается в большинстве учебников и словаре, связывает его с целесообразной, сознательной деятельностью человека, направленной на удовлетворение потребностей индивида и общества. В марксизме труд рассматривается как условие человеческой жизни, он создает материальное и духовное богатство общества, выступает способом бытия человека. Значимость труда для молодежи можно рассмотреть с помощью понятий «ценности» и «ценностные ориентации».

Ценности – важнейшие компоненты человеческой культуры наряду с нормами и идеалами. Ценности родились в истории человеческого рода как некие духовные опоры, помогающие человеку устоять перед лицом рока и тяжелых жизненных испытаний. Ценности упорядочивают действительность, вносят в ее осмысление оценочные моменты, придают смысл человеческой жизни. Ценностные ориентации – это отражение в сознании человека значимых для него ценностей, которые выступают в качестве его мировоззренческих установок, стратегических целей [1].

Наиболее распространенной в настоящее время является методика изучения ценностных ориентаций М. Рокича, основанная на прямом ранжировании списка ценностей [2]. М. Рокич различает два класса ценностей: терминальные – убеждения в том, что индивидуальное существование стоит того, чтобы к ним стремиться; инструментальные – убеждения в том, что какой-то образ действий или свойство личности является предпочтительным в любой ситуации. Это де-

ление соответствует традиционному делению на ценности-цели и ценности-средства.

Молодежь – это значительная созидательная часть нашего населения. Ей присущи следующие черты: активность, высокая трудоспособность, энергичность и быстрая обучаемость, а также высокие физические показатели, которые граничат с высокой работоспособностью. Главная проблема состоит в том, что современная молодежь имеет достаточно высокие амбиции. Это приводит к тому, что важные для государства рабочие места пустуют, мало кто хочет поднимать сельское хозяйство или ехать работать в сельскую местность, потому что это не престижно. Не привлекает молодежь наука, строительство, инженерные специальности, а востребованы специальности финансовой, правовой, управленческой сфер.

По данным социологических исследований, проводимых ВЦИОМ и другими социологическими центрами, у современной молодежи наблюдается падение ценности труда, снижение ориентаций на интересную и общественно значимую работу. Труд из терминальной ценности, определяющей смысл жизни, сферу самореализации личности, превращается в инструментальное средство для заработка. Он не выступает для молодежи первой жизненной потребностью, а его основная функция – удовлетворение других потребностей. В ценностном сознании молодежи преобладает утилитарная установка на труд, на высокую оплату труда, не всегда соотносимую с качеством и результатами труда.

Еще одной глобальной, на наш взгляд, проблемой является то, что далеко не каждый современный выпускник российской школы выбирает будущую профессию в соответствии со своими желаниями и способностями. На профессиональную мотивацию влияют рекомендации и советы родителей, друзей, учителей. Более того, на доступность качественного образования влияет материальная обеспеченность семьи. Дети из обеспеченных семей имеют больше шансов получить качественное образование, а затем и престижную, высоко оплачиваемую работу. Дети из менее обеспеченных семей, даже при наличии способностей, не всегда имеют возможность для учебы и работы в соответствии со своими желаниями, «по душе». Как следствие – неинтересная работа, отсутствие потребности в самовыражении и самосовершенствовании через труд.

Еще одна проблема, волнующая молодежь, связана с трудностями трудоустройства. Работодатель заинтересован в работнике, имеющем опыт, но этого профессионального опыта у выпускника вуза еще нет. И это снижает его кон-

курентоспособность на рынке труда. Государство уделяет внимание данной проблеме: издает законы, которые регулируют вопросы занятости и трудоустройства молодых людей, разрабатывает целевые программы по трудоустройству молодых специалистов и т.д. Однако этого явно недостаточно, ситуация на рынке труда остается сложной, растет уровень безработицы среди молодежи.

Молодые люди стремятся к успеху, хотят быть нужными и востребованными обществом, хотят учиться и работать. Государство должно пойти навстречу этим ценностным ориентациям молодежи и создать все необходимые условия для того, чтобы труд стал для человека первой жизненной потребностью. Большая роль в этом принадлежит СМИ, которые могут влиять на сознание молодежи и создавать положительный образ человека труда, а не человека-потребителя.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Ильин В.В. Аксиология / В.В. Ильин. – М.: Изд-во МГУ, 2005. – 216 с.

2. Методика изучения ценностных ориентаций М. Рокича. – Режим доступа: http://printpiter.com/upravlenie-perso/metodika-izuchen.html

ЧТО ПОБЕЖДАЕТ В ОБРАЗЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЯ ЛОПАХИНА – «НЕЖНАЯ ДУША» ИЛИ «ХИЩНЫЙ ЗВЕРЬ»? (ПО ЛИРИЧЕСКОЙ ДРАМЕ А.П.ЧЕХОВА «ВИШНЁВЫЙ САД»)

Шиндина С.В.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

В современных экономических условиях, когда для многих предпринимателей не существует понятий о нравственности, когда они действуют по принципу «цель оправдывает средства», вопрос о значимости этических мотивов поведения становится особенно острым. Это определило практическую значимость заявленной темы «Что побеждает в образе предпринимателя Лопахина – «нежная душа» или «хищный зверь»?», когда в результате анализа образа Лопахина – героя-предпринимателя лирической драмы А.П. Чехова «Вишнёвый сад» – была выявлена нравственная сущность образа героя и определены моральные факторы его поведения.

В связи с тем, что «Вишневый сад» – драматическое произведение, главными средствами создания образа персонажа является речь героя, его поведе-

ние, отзывы действующих лиц. В соответствии с принципами поэтики «новой драмы» А.П. Чехов, не придавая решающего значения интриге, не строя действие на борьбе характеров, переносит акцент с внешнего конфликта между героями на изображение внутреннего мира персонажей. Поэтому решающее значение в обрисовке образа приобретает его настроение, раскрывающееся прежде всего через речь. Рассмотрим самохарактеристику, которую даёт себе Лопахин. Она построена на контрасте прошлого бесправного положения потомка крестьянина и сельского лавочника – и нынешнего богатства купца-предпринимателя, лишённого подлинной культуры, а потому пошлого и примитивного: «Мой отец был крепостным у вашего деда и отца...» [1, 615], «Мой папаша был мужик, идиот, ничего не понимал, меня не учил, а только бил спьяна, и все палкой. В сущности, и я такой же болван и идиот. Ничему не обучался, почерк у меня скверный, пишу я так, что от людей совестно, как свинья» [1, 630–631]. Ожидая приезда Любови Андреевны, в разговоре с Дуняшей Ермолай Алексеевич вспоминает: «Отец мой, правда, мужик был, а я вот в белой жилетке, желтых башмаках. Со свиным рылом в калашный ряд... Только вот богатый, денег много, а ежели подумать и разобраться, то мужик мужиком... (*Перелистывает книгу*.) Читал вот книгу и ничего не понял. Читал и заснул» [1, 608]. Герой, иронизируя над собой, с искренней горечью признаётся в своей культурной несостоятельности, которую не купишь за деньги. Поэтому Лопахин, зная свое место и в жизни и в обществе, нигде не смешон, так как не роняет своего достоинства.

Следующим средством раскрытия образа героя в драме являются отзывы действующих лиц. Высказывания героев о Лопахине очень противоречивы. Для Раневской он «хороший, интересный человек» [1, с. 641], для Гаева – «хам», «кулак» [1, с. 615], для Симеонова-Пищика – «громаднейшего ума человек» [1, с. 656]. Классовую природу Лопахина правильно определил Петя Трофимов: «Я, Ермолай Алексеич, так понимаю: вы богатый человек, будете скоро миллионером. Вот как в смысле обмена веществ нужен хищный зверь, который съедает все, что попадается ему на пути, так и ты нужен» [1, с. 632]. Чехов, четко показав хищническую природу богатства, как мудрый художник-реалист, не выводил ее из личных особенностей предпринимателя. Наоборот, он раскрыл, как приобретательство морально калечит талантливого человека, который становится пошлым и приземлённым. Расставаясь с Лопахиным, Петя говорит: «Знаешь, мы, пожалуй, не увидимся больше, так вот позволь мне дать тебе на прощанье один совет: не размахивай руками! Отвыкни от этой привычки – размахивать. И тоже вот строить дачи, рассчитывать, что из дачников со временем

выйдут отдельные хозяева, рассчитывать так – это тоже значит размахивать... Как-никак все-таки я тебя люблю. У тебя тонкие, нежные пальцы, как у артиста, у тебя тонкая, нежная душа...» [1, с. 652]. Не зря Пете нравится Лопахин – за «тонкие, нежные, как у артиста, пальцы», за «тонкую, нежную душу». Но именно Петя советует Лопахину «не размахивать руками», т. е. не заноситься, воображая, что все можно купить и продать.

Итак, Лопахин – купец, представитель настоящего, пришедших на смену дворянству буржуазно-капиталистических отношений. Он – потомок крепостных, которому выпало счастье купить вишневый сад. Беспечности и непрактичности старых хозяев вишневого сада противопоставлены энергия и хозяйственная целеустремленность Лопахина. Переход имения в его руки показан как исторически закономерный процесс, но сочувствия Лопахину мы не видим. Купец-предприниматель Лопахин сопоставлен с Раневской и Гаевым как будто бы по контрасту. Но по существу и он, подобно старым хозяевам сада, выглядит недостойным обладателем национальных ценностей, потому что при наличии деловитости и практицизма у него нет плодотворной идеи преобразования русской действительности, так необходимой Родине.

В пьесе «Вишнёвый сад» внешний конфликт, отражая глубокие общественные противоречия конца XIX – начала XX века, заключается в желании Раневской сохранить за собой вишнёвый сад и в стремлении Лопахина превратить вишнёвый сад в капиталистическое предприятие. Ермолай Алексеевич испытывает чувство искренней привязанности к Любови Андреевне, будучи близким человеком, пытается научить ее, как спасти вишневый сад, который продается за долги, и предлагает проект – разбить землю и вишневый сад на дачные участки и отдавать в аренду под дачи. Для этого следует, по его мнению, «…снести все старые постройки, вот этот дом, … вырубить старый вишневый сад» [1, с. 616]. Пытаясь внушить им, что нужно делать, он наталкивается на протест и полное непонимание со стороны хозяев. Лопахин лишен эстетического чувства и, если для Раневских сад – символ прежней счастливой жизни, символ их юности, то для него замечательного в нем «только то, что он большой» [1, с. 616]. Купец признает красоту лишь сугубо утилитарного происхождения и назначения и мечтает о том, что под влиянием его хозяйственно-преобразовательской деятельности «… вишневый сад станет счастливым, богатым, роскошным…» [1, с. 617].

В конце концов Лопахин покупает вишневый сад. Это момент наивысшего его торжества: он, сын мужика и сам мужик, «малограмотный Ермолай», становится владельцем дворянского имения, где его «отец и дед были ра-

бами, где их не пускали даже на кухню» [1, с. 649]. В нем неожиданно проступает действительно грубое, хищническое начало, купеческий безудерж («За все могу заплатить!» [1, с. 650]). Он не думает, что Раневской, в любви которой он совсем недавно изъяснялся, может быть больно. Радость буквально рвется из него, он хохочет и топает ногами. Торжество и сострадание противоборствуют в нем в эту кульминационную в раскрытии его образа минуту.

Но автор не дает читателю увлечься и впасть в ошибку. Какую новую жизнь можно построить, загубив прекрасный вишневый сад и наживаясь на спекуляции дачами? «Новая жизнь», о которой мечтает Лопахин, не приесет счастья народу. На месте срубленного вишневого сада Лопахин разместит дачников – пошлых, ожиревших мещан, которых Чехов не раз высмеивал в своих произведениях. Драматургу жаль, что чудесный вишневый сад будет срублен под дачи, которые не сделают народ здоровее, богаче, умнее; это то же хищническое истребление красоты ради наживы. В пьесе подчеркивается, что вторая, положительная часть в «программе» героя заведомо несбыточна. Как говорит Петя Трофимов, верить в то, что дачи и подобные вещи окажутся путем к обновлению общественной жизни, – значит размахивать руками. Созидание – это лишь туманная мечта дельца-предпринимателя. А реальна в его программе лишь «отрицательная» ее часть – разрушение, уничтожение красоты, созданной кем-то еще... Обладающий задатками гражданина, жаждущий творить и созидать, Лопахин вместе с тем, сам того не осознавая, играет прежде всего роль расхитителя национальных ценностей. Недаром по воле Лопахина трещат в четвертом акте под топором прекрасные вишневые деревья. И не случайно Петя Трофимов уподобляет этого коммерсанта «хищному зверю, который съедает все, что попадается ему на пути» [1, с. 632]. Лопахин и в самом деле ведет себя как слепой фанатик, одержимый навязчивой идеей. И вместо приближения лучшего будущего его миссией оказывается нажива, практическая выгода, достойная лишь недалекого, мелкого спекулянта. Покупка вишневого сада знаменует одновременно возвышение и победу Лопахина в качестве предпринимателя, и его банкротство, его поражение как гражданина. Следовательно, «хищный зверь» побеждает «нежную душу» купца-приобретателя.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Чехов А.П. Вишневый сад // Чехов А.П. Собрание сочинений: в 12 тт. Т. 9. – М., ГИХЛ, 1963. – С. 607-662.

ВЛИЯНИЕ РЫНКА НА ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЙ ЯЗЫК БИЗНЕСМЕНА

Юшина Ю.В.

Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского

Современный отечественный бизнесмен в настоящих рыночных условиях должен обладать многими умениями и знаниями не только профессионального характера.

Группу особых качеств бизнесмена составляют так называемые коммуникативные способности, к ним относят: умение понимать людей и выстраивать с ними взаимоотношения, то есть быть коммуникативным, умение подбирать себе компаньонов и исполнителей и также выстраивать отношения в интересах дела. Для успешного ведения бизнеса он должен наряду с интеллектуальными навыками обладать искусством самопрезентации, для этого его речевое мастерство должно быть на высоком уровне [1].

Все данные качества бизнесмен приобретает в результате воздействия рыночной среды. Рынок – это источник богатства, он является неудержимой стихией, формирующей речевую культуру.

Современный рынок развивается очень быстрыми темпами, поэтому формирование и происхождение терминов и речевых оборотов в сфере бизнеса вызывают особый интерес, так как многие из них входят и в повседневную жизнь.

Проследить данное развитие можно на примере слова «рынок». Мы привыкли связывать понятие рынок с реалиями советской жизни - олхозным и совхозным хозяйством (первое значение термина «рынок» – место купли-продажи товаров и услуг, заключения торговых сделок). Второе значение термина «рынок» – экономические отношения, связанные с обменом товаров и услуг, в результате которых формируются спрос, предложение и цена. И сегодня в Толковом терминологическом словаре «Рынок: Бизнес. Коммерция. Экономика» уже 114 наименований с базовым словом «рынок», характеризующих особенности рыночной экономики [3].

Синонимом слова «рынок» является слово «базар». Слово «базар» имеет тюркские корни и обозначает торг на площади, происходящий по определен-

ным дням. Нередко оно употребляется в несколько негативном значении по отношению к сборищу кричащих людей, какому-либо шумному мероприятию.

И так исторически сложилось, что наряду со словами экономического происхождения в лексикон бизнесмена входит сленг, жаргонизмы, язык улиц и базаров.

На современный язык бизнесмена существенное влияние оказывают профессиональная среда, характер и функции экономической деятельности в соответствии с социально ориентированными условиями настоящего времени, поведение потребителей.

Расширение значения, вхождение в словарь жаргонов и узкопрофессиональных слов, заимствование интернациональной лексики иллюстрируют активную роль социальных факторов и всего рынка в целом. Рынок обогащает язык, наделяя современного бизнесмена большими коммуникативными способностями.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Зайцева Т. Н. Влияние социальных факторов на языковые изменения в сфере современной экономической терминологии / Т.Н. Зайцева// Известия МГТУ. – 2010. - № 1.

2. Коноплицкий В. Рынок: Бизнес. Коммерция. Экономика. Толковый терминологический словарь / В. Коноплицкий А. Филина. – М.: Информ.-внедрен.центр «Маркетинг», 2014. – 266 с.

3. Крысин Л.П. Иноязычное слово в контексте общественной жизни конца 20 века / Л.П. Крысин // Русское слово, свое и чужое. – М., 2014. – 184 с.

4. Погребняк Е.В. Почти серьёзный словарь делового общения / Е.В. Погребняк. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2015. – 123 с.